

KREATIVNI MEDIJI KOT ORODJE POMOČI IN PODPORE PRI SOOČANJU Z MOTNJAMI HRANJENJA

65

CREATIVE MEDIA AS A TOOL FOR HELP AND
SUPPORT IN COPING WITH EATING DISORDERS

Karmen Kragelj, univ. dipl. soc. ped., mag. soc. del.
kragelj.karmen@gmail.com

POVZETEK

V prispevku obravnavam pomen kreativnih medijev kot orodja pri nujenju pomoči in podpore osebam z motnjami hranjenja. Implementacija kreativnih medijev v proces pomoči predstavlja posreden pristop, ki na nevsiljiv način omogoča eksteralizacijo notranjega doživljanja, refleksijo tega in posledično pridobitev novih uvidov. V današnjem času motnje hranjenja predstavljajo razširjen in kompleksen fenomen, ki posega na različna področja človekovega življenja. Empirični del prispevka strnjeno prikazuje izsledke kvalitativne študije, v kateri so sodelovali strokovnjaki, ki v svetovalno-terapevtski obravnavi motenj hranjenja uporabljajo različne kreativne medije. Zanimalo me je, kako ocenjujejo pomen uporabe kreativnih

medijev za proces pomoči pri izboljšanju življenja uporabnikov s težavami motenj hranjenja. Pokazalo se je, da kreativni mediji predstavljajo pomembno sredstvo v različnih fazah procesa pomoči pri motnjah hranjenja tako pri vzpostavljanju komunikacije in odpiranju problemov kot soustvarjanju rešitev ter nosijo dober potencial za doseganje pozitivnih sprememb v življenju uporabnika.

KLJUČNE BESEDE: *umetnost, kreativni mediji, simbolni jezik, svetovalno-terapevtske intervencije, motnje hranjenja*

ABSTRACT

In the following paper, I discuss the significance of creative media as an important tool to provide help and support for people with eating disorders. The use of creative media in the help process is an indirect approach that helps to externalize the inner experience in an unobtrusive way and helps to reflect and get new insights. Nowadays, eating disorders are an increasingly common and complex phenomenon that affects different areas of human lives. The empirical part of the paper summarizes the findings of a study which involved the participation of experts who use different creative media to help people with eating disorders. I was interested in evaluating the use of creative media through the process of helping users improve their quality of life. I concluded that creative media are an invaluable tool in the various stages of the help process: in establishing communication, problem-solving and co-creating a solution. Creative media have good potential for achieving positive changes in a user's life.

KEYWORDS: *art, creative media, symbolic language, counselling interventions, therapeutic interventions, eating disorders*

UVOD

*Ko besede izgubijo svojo moč in potihnejo,
se prepustimo toku ustvarjalnosti.
Odkrili bomo nove perspektive,
se nahranili z novimi zgodbami
in na notranjem zemljevidu sveta uzrli nove kraje.*

Umetnost in hrana sta stalni spremljevalki v življenju človeka in že od nekdaj predstavljata temeljni del vsake družbe. Hranjenje kot osnovna fiziološka potreba vsakega človeka in pogoj za njegovo preživetje v sebi nosi še mnogo simbolnih pomenov: združuje ljudi, že daleč v preteklosti je bila sestavni del različnih praznovanj in običajev, ki potekajo znotraj posamezne družbe in so del njene tradicije. Umetnost pa preko najrazličnejših načinov izražanja ponuja vpogled ne le v posameznikovo osebnost ter njegov notranji, miselni in čustveni svet, ampak tudi v določen čas in dogajanje v njem; gre za izraz časa kot tudi za izraz duše človeka (Kragelj, 2018).

V pričujočem besedilu pišem o kreativnih medijih, ki jih je mogoče implementirati tako v procesu strokovne pomoči ali jih uporabiti kot obliko samopomoči. B. Kroflič (1992, v Kustec, 2011) kreativne medije opredeljuje kot izrazna sredstva za posredovanje osebnih misli, čustev in občutkov drugim ljudem. Kreativni mediji obogatijo proces pomoči in podpore ter prispevajo k izboljšanju življenja, saj so po navajanju M. Vogelnika (2003) posamezniku v pomoč pri opredmetenju in pozunanjenju čustev in problemov ter ločitvi od njih. Ko jih izrazi v različnih oblikah, mimo samocenzure, lahko pride do novih uvidov in odkritij o samem sebi.

V prispevku predstavim uporabo kreativnih medijev pri soočanju z motnjami hranjenja in vrednost njihove uporabe, ki jo imajo za izpostavljeno populacijo. V današnjem času predstavljajo motnje hranjenja naraščajoč fenomen, njihovi poznavanje in prepoznavanje ter občutljivost za izstopajoče vedenjske vzorce v povezavi s hranjenjem pa so pomembni tudi v kontekstu socialne pedagogike. Tako A. Hafner (2007) piše, da je problem s hrano le navidezen problem in da gre v osnovi za mnogo več kot le za neustrezno hranjenje,

ukvarjanje s telesno težo in zunanjim videzom. Gre za čustva in občutke ter (ne)sprejemanje samega sebe, kar posledično privede do stradanja, prenehanja oziroma drugih oblik neustreznega hranjenja. Hrana in ukvarjanje s hrano predstavljata le zunanji izraz tistega, s čimer se posameznik sooča globoko v svoji notranjosti.

Najprej pišem o kreativnih medijih, nato kratko predstavim motnje hranjenja in različne oblike le-teh. Sledi prikaz temeljnih ugotovitev, pridobljenih med raziskovanjem, na podlagi katerega sem ugotovila, da različne oblike kreativnih medijev ponujajo mnoge ustvarjalne pristope in so uporabnikom v pomoč pri tem, da se bolj angažirajo, izrazijo sami sebe, svoje misli, čustva, občutke, pridejo do novih vpogledov vase in v svoje življenje ter aktivno stopijo na pot reševanja svojih stisk in težav.

KREATIVNI MEDIJI¹ V PROCESIH POMOČI

Kreativno ustvarjanje predstavlja eno od najstarejših oblik zdravljenja, saj so zdravilci iz različnih kultur in različnih delov sveta že davno v preteklosti v svoje terapevtske prakse vključevali različne oblike kreativnih medijev. Le-ti so že od nekdaj služili kot sredstvo, ki je v pomoč pri obnovi fizičnega, psihičnega in duhovnega zdravja ter dobrega počutja (Malchiodi, 2007).

V preteklih letih so bile ponovno odkrite prednosti, ki jih ima uporaba kreativnih medijev pri osebni rasti, samoizražanju, transformaciji in dobremu počutju (Krofič, 1992; Malchiodi, 2007). Spoznanja kažejo, da mnogi posamezniki poročajo, da kreativno ustvarjanje nanje deluje pomirjujoče, zmanjšuje stres, predstavlja način za premagovanje težavnih okoliščin in življenjskih problemov. Uporaba domišljije pomaga pri razreševanju ali pridobitvi drugačne perspektive na lastne probleme, pri sprostitvi močnih in obremenjujočih čustev, okrevanju ob travmatskih izgubah ali

¹ Obstajajo različna poimenovanja, kot so umetnostna izrazna sredstva, pomoč z umetnostjo, socialno-kulturno delo in podobno. Ne glede na različna poimenovanja so po navajanju avtorice Kustec (2015) vsa poimenovanja oznaka za eno, ustvarjalno dejavnost.

izkušnjah ter pri blažitvi bolečine ali drugih fizičnih simptomov (Malchiodi, 2007).

Poznamo različne oblike kreativnih medijev oziroma različna področja dela z njimi, nekatera najbolj znana in pogosto uporabljena so likovnost, gib in ples, glasba, drama, kreativno pisanje in fotografija.

L. Šugman Bohinc (1994) ugotavlja, da jih lahko uporabljamo kot »samostojno, začetno, sklepno ali kako drugače dopolnjujočo metodo običajnemu pogovoru s posameznikom ali skupino (družino), pač v skladu z značilnostmi udeležencev (tako strokovnjakov kot klientov), narave problema ter prostora in časa s konkretnimi pogoji dela« (str. 318). Preko kreativnega izražanja ima posameznik na voljo tudi več časa in širši prostor za osebni izraz tistega, kar misli, čuti in doživlja, ter posledično za razvoj konstruktivne komunikacije, usmerjene v razumevanje lastnega problema ter iskanje in soustvarjanje novih rešitev, ki bodo prispevale k izboljšanju kakovosti življenja. Umetnostna terapevtka L. D. Hinz (2006) o kreativnih medijih piše kot o pripomočku pri komunikaciji, saj so ti po njenem mnenju nekje med domišljijo in izraženim. Predstavljajo torej obliko simbolne komunikacije, ki pa včasih lahko pove več kot same besede ali predstavlja pomembno osnovo za začetek pogovora. L. Šugman Bohinc (1994) meni, da so kreativni mediji neredko najprimernejši ali celo edini jezik, preko katerega se začne komunikacija. Težkih ali neprijetnih doživljanj in občutij tako ni potrebno ubesediti, ampak se ti lahko (vsaj na začetku, ko posameznik še ne zmore ali ni pripravljen spregovoriti) izrazijo preko različnih barv, oblik, materialov, zvokov ali gibov ter pozitivno prispevajo k sprostitvi in vzpostavitvi nadaljnjega sodelovanja in soustvarjanja. Na tem mestu bi omenila še, da moramo biti kljub mnogim prednostim, ki jih uporaba kreativnih medijev prinaša, pozorni tudi na tiste posameznike, ki jim takšen način izražanja morda ne ustreza. V takšnih primerih je pomembno, da se jih k temu ne sili, saj – kot pravi C. A. Malchiodi (2007) – se lahko na ta način vzbudi dodaten odpor in zmanjša pripravljenost sodelovanja v procesu pomoči. Pri uporabi kreativnih medijev v procesu nudenja pomoči je omembe vredno tudi dejstvo, da ko strokovnjak posamezniku omogoči oziroma ponudi možnost izražanja

preko kreativnih medijev, upošteva, da so različnim posameznikom blizu različni slogi samoizražanja. Na ta način lahko strokovnjak v procesu pomoči z uporabnikom pripomore k povečanju učinkovite in avtentične komunikacije ter še dodatno spodbudi izražanje, zavedanje in sprejemanje posameznikovih misli, čustev in občutkov.

Strokovnjaki, ki v procese pomoči vstopajo na različnih področjih in svoje znanje ter izkušnje povezujejo s poznavanjem pomoči z umetnostjo, lahko v okviru svojega strokovnega dela razvijajo nov in bolj kakovosten način dela z uporabniki (Krofič, 2015). V veliki meri gre za neverbalno komunikacijo, ki lahko dopolnjuje verbalno, na ta način pa povečuje posameznikove (z)možnosti samoizražanja, samospoznavanja, sprostitev, koncentracije, preokvirjanja, ozaveščanja itd., kar privede do aktiviranja notranjih virov moči oziroma (z drugimi besedami) udeleženec v problemu postane tudi udeleženec v rešitvi problema (Kustec, 2011). Iz zapisanega lahko sklenem, da kreativni mediji predstavljajo dopolnilno orodje, ki pripomore h kakovostnemu načinu dela v tem smislu, da verbalnemu izražanju in raziskovanju dodajo nebesedne elemente, kot so na primer risanje, pisanje, fotografiranje in drugi. Na ta način odprejo pot različnim kanalom zaznavanja in posledično pripomorejo k temu, da se strokovnjak lahko uporabniku bolj približa ter na neobičajen, ustvarjalen način raziskuje njegov svet in njegovo razumevanje življenjske situacije, v kateri se nahaja.

KREATIVNI MEDIJI V PROCESU OKREVNJA OD MOTENJ HRANJENJA

Motnje hranjenja so »čustvene motnje, ki se kažejo v spremenjenem odnosu do hrane. Predstavljajo zunanji izraz globoke duševne in čustvene vznemirjenosti ter nesprijemanja sebe. Oseba, ki trpi zaradi motenj hranjenja, izraža svoje čustvene težave s spremenjenim odnosom do hrane in hranjenja« (Serneck, 2011, str. 9). Poleg izpostavljenega gre po navajanju A. Rožman (2013) pri motnjah hranjenja za strategijo preživetja človeka, ki se je znašel v stiski. S tem lahko povežem tudi besede A. M. Švab idr. (1998), ki so zapisale, da motenj hranjenja ne moremo razumeti le kot motnjo oziroma

bolezen, temveč predstavljajo način življenja, ki ga je mogoče spreminiti. Seveda je ob tem pomembno, da se posameznik s tistim, kar doživlja kot notranjo stisko, sooči in je pripravljen poiskati ali sprejeti pomoč, ki mu je na voljo.

V nadaljevanju po avtorici Serneć (2011) kratko opišem različne oblike motenj hranjenja: anoreksijo nervozo, bulimijo nervozo in kompulzivno prenažedanje, poleg teh pa izpostavim tudi novejši obliki motenj hranjenja, ki sta bigoreksija nervoza in ortoreksija nervoza.

Anoreksija nervoza je duševna motnja, pri kateri gre za pretiran nadzor nad hrano in hranjenjem, poleg tega pa tudi nad drugimi potrebami fizičnega telesa, kot sta gibanje in skrb za telesni izgled. Oseba v preveliki meri omejuje količino hrane, ki jo zaužije, lahko celo do stradanja, istočasno pa veliko telovadi, kar privede do opaznega padca telesne teže in v skrajnem primeru lahko celo do smrti (Švab idr., 1998). **Bulimija nervoza** je duševna motnja, pri kateri gre za ponavljajoča se obdobja prenažedanja, čemur sledijo neustrezni mehanizmi zmanjševanja telesne teže, kot sta bruhanje in uporaba odvajal ali diuretikov. Pogosto (kot pri anoreksiji) sta prisotna nezadovoljstvo z velikostjo in obliko svojega telesa ter močan strah pred pridobivanjem telesne teže, ki jo hočejo izgubiti. **Kompulzivno prenažedanje** je motnja, pri kateri se osebe soočajo z epizodami prekomernega hranjenja, nad katerimi izgubijo nadzor. Obdobjem prenažedanja pa ne sledijo nadomestna vedenja, kot so bruhanje, pretiravanje z gibanjem ali postenje, kot je to značilno za osebe z bulimijo. **Bigoreksija nervoza** je duševna motnja, ki se kaže kot obsedenost z mišičastim telesom in ki se večinoma pojavlja pri moških. **Ortoreksija nervoza** je opredeljena kot obsedenost z zdravo, čisto, neoporečno hrano. To pripelje do pretiranih omejitev pri hrani in posledično lahko tudi do socialne izolacije.

Ne glede na to, za katero obliko motenj hranjenja gre, so pri vseh v ozadju slaba samopodoba, nizko samospoštovanje in samovrednotenje, nezadovoljstvo s samim seboj ali mnoga boleča in nerazrešena čustva, kar določene posameznike privede do tega, da se v pretirani meri usmerijo v hrano, saj mislijo, da bodo na ta način svoje stiske ublažili ali celo odpravili (Serneć, 2011).

V zadnjem času različne oblike kreativnih medijev zavzemajo vse pomembnejše mesto tudi pri zdravljenju motenj hranjenja. Zaradi njihove edinstvenosti in učinkovitosti se vse pogosteje uporabljajo kombinirano s tradicionalnimi oblikami pomoči (Jacobson-Levy, 2010, v Lamnaouer, 2013) in le-tem predstavljajo pomembno dopolnilo.

Osebe z motnjami hranjenja svojo motnjo pogosto zanikajo ali prikrivajo, kar pomeni, da so zelo odporne na zdravljenje in ne želijo sprejeti pomoči, ki jim je na voljo (Smink, Van Hoeken in Hoek, 2012). L. D. Hinz (2006) kreativnost opisuje kot tisto, ki pri mnogih posameznikih pomaga prekiniti zanikanje in neugodno tišino ter poveča pripravljenost na sprejemanje pomoči in sodelovanje v procesu pomoči. Pri uporabi kreativnih medijev gre namreč za nevsiljive pristope, ki uporabniku ponudijo širok prostor za izražanje (Kragelj, 2018) in mu omogočajo nadzor nad stopnjo, do katere se je preko kreativnega medija pripravljen razkriti (Hinz, 2006).

Osebe z motnjami hranjenja se z namenom, da bi zmanjšale zavedanje o lastnih občutkih in potrebah, ločijo od svojih čustev na način, da se usmerijo v pretirano ukvarjanje s hrano (Hinz, 2006). To pomeni, da svojo celotno pozornost usmerijo v prenašanje ali (na drugi strani) v omejevanje hranjenja, ki lahko sega celo do stradanja. Poleg tega se ne zavedajo svojih kvalit, zavračajo same sebe, se počutijo manjvredne ali nezaželene, nimajo zaupanja v svoje sposobnosti ali občutijo notranjo praznino, ki jo želijo napolniti z različnimi s hranjenjem povezanimi rituali (prav tam). Kreativni mediji imajo lahko v procesu nujenja pomoči izredno pomembno vlogo, saj se, če uporabim besede J. A. Rubin (2010), vse, kar je v posamezniku potlačenega, mnogo lažje izrazi v metaforah kot pa z besedami. To pomeni, da so kreativni mediji edinstven pripomoček, ki osebam z motnjami hranjenja pomaga, da lažje in hitreje pridejo v stik s predstavami, ki ležijo v ozadju simptomov, potlačena čustva izrazijo navzven in občutijo notranje olajšanje. Osebam z motnjami hranjenja je potrebno posredovati sporočilo, da so vsa čustva v redu in da se pojavijo z nekim namenom ter nam nekaj sporočajo. Prav zato jim je treba (namesto da bi jih potlačili vase) dovoliti, da se izrazijo navzven ter se učijo sprejemljivih

načinov izražanja le-teh. Ustvarjalnost je tako lahko odličen kanal za – metaforično povedano – »bruhanje čustev«.

Hae-Young Jeong in Youl-Ri Kim (2006) konkretno o osebah z anoreksijo pišeta, da te v sebi pogosto izkušajo občutke zmede in ambivalentnosti, ki jih skušajo na vsak način prikriti. Kreativni način izražanja pa je v veliko pomoč pri tem, da se ti občutki lažje in hitreje izrazijo navzven. Izraženo tako postaja odsev nezavednega in je v pomoč pri povečanju zavedanja in pridobitvi realnejše podobe o sebi kot tudi pri razjasnjevanju težav, s katerimi se posameznik sooča.

Kot ključno vidim tudi to, da ko posamezniku ponudimo možnost kreativnega izražanja, hkrati omogočimo in spodbudimo prepoznavanje notranjih vzgibov, ki so do motnje privedli, in odpremo možnosti za iskanje ustrezne pomoči. Predvsem pa preko možnosti uporabe kreativnih medijev posamezniku omogočimo, da je glavni strokovnjak pri reševanju svojega problema in ima v procesu pomoči aktivno vlogo. Pomembno je, da strokovnjak vedno upošteva perspektivo uporabnika in njegovo razumevanje ustvarjenega, saj se le na tak način lahko približa resničnemu vzroku, ki je privedel do motnje hranjenja, in se skupaj z njim usmeri v iskanje konstruktivnih rešitev. To, da uporabnika povabi in mu pusti, da sam interpretira ustvarjeno, ga zavaruje pred tem, da bi kot strokovnjak podajal napačne interpretacije, prišel do napačnih sklepov in posledično tudi nadaljnje intervencije zastavil drugače, kot bi bilo za uporabnika najboljše (Malchiodi, 2007).

Zelo pomemben je celoten proces kreativnega ustvarjanja, saj je v njem nagovorjeno telo, do katerega imajo osebe, ki se soočajo z izpostavljen problematiko, pogosto negativen in nesprejemajoč odnos. Z rokami med kreativnim izražanjem lahko rišejo, z nogami plešejo in ustvarjajo najrazličnejše gibe, z usti pojejo in s celotnim telesom uprizarjajo različne prizore (Kragelj, 2018). To pomaga pri vzpostavitvi boljšega, bolj zadovoljivega odnosa do sebe, do povečanja samospoštovanja in zmanjšanja destruktivnih vedenj.

NAMEN DELA

Raziskava je bila izvedena za potrebe diplomskega dela. Njen temeljni namen je bil dobiti vpogled v svetovalno-terapevtski proces pomoči ob uporabi kreativnih medijev in spoznati njihovo vrednost v procesu pomoči in podpore osebam z motnjami hranjenja. Cilji raziskave so bili:

- seznaniti se s temeljnimi vodili strokovnjakov pri uporabi kreativnih medijev,
- izpostaviti kriterije, ki vplivajo na izbor kreativnega medija,
- raziskati učinke uporabe kreativnih medijev pri izbrani ciljni skupini,
- ugotoviti, katere so prednosti uporabe kreativnih medijev pri izbrani ciljni skupini,
- ugotoviti previdnosti pri uporabi kreativnih medijev pri izbrani ciljni skupini.

METODE

Prispevek predstavlja rezultate kvalitativne raziskave, v katero sem vključila pogovore s štirimi strokovnjaki, ki se v svoji dolgoletni poklicni praksi pretežno srečujejo z osebami z motnjami hranjenja in pri nujenju pomoči redno uporabljajo različne oblike kreativnih medijev. Poglobljene polstrukturirane intervjuje sem izvedla z delovno terapevtko (DT), muzikoterapevtom (MT) in dvema socialnima delavkama (SD₁ in SD₂), ki delujejo v programih različnih ustanov, kjer so v obravnavi posamezniki in posameznice s težavami motenj hranjenja. Intervjuji so bili opravljeni v februarju 2018. Po opravljenih intervjujih, ki sem jih snemala z diktafonom, sem posnetke prepisala v elektronsko obliko in jih kvalitativno analizirala, pri čemer sem uporabila metodo vsebinske analize (Mesec, 1997).

IZSLEDKI

Z raziskavo sem želela pridobiti čim boljši vpogled v procese nudenja pomoči osebam z motnjami hranjenja ob uporabi kreativnih medijev kot dopolnilni ali samostojni metodi. Na ta način sem želela pridobiti odgovor na vprašanje o tem, kakšna sta pomen in smiselnost uporabe kreativnih medijev znotraj izbranih svetovalno-terapevtskih praks pomoči. Kategorije odgovorov z ilustracijami izjav in interpretacijo prikazujem v nadaljevanju prispevka.

SOUSTVARJALNO PREPLETANJE PREFERENCE UPORABNIKA IN STROKOVNJAKA PRI IZBORU KREATIVNEGA MEDIJA

Ugotovitve so pokazale, da na odločitve, kateri kreativni medij strokovnjak izbere, vplivajo različni dejavniki. DT in MT sta izpostavila, da na izbor in odločitev za uporabo posameznega kreativnega medija vpliva struktura programa pomoči, ki je vnaprej in jasno določena. Kljub vnaprej določeni strukturi pa imajo uporabniki vedno možnost izbire. DT je povedala, da »lahko rišejo z voščenkami, temperami, prstnimi barvami, vsemi temi možnostmi, ki jih imamo, z ogljem čisto črne slike. Vedno imajo na voljo izbirati vse različne likovne materiale in pripomočke«. MT pa je izpostavil, da ni »omejitve glede časa skladbe, trajanja, niti ne pri glasbeni zvrsti niti pri tem, ali je inštrumentalna ali vokalno-inštrumentalna, torej da se poje, niti ni omejitev glede sporočil in ni omejitev glede tega, v katerem jeziku je ...«. Najpogosteje je pri izbiri kreativnega medija ključna osebna preferenca strokovnjaka ali uporabnika. SD₁ je povedala takole: »Menim, da je pomembna tudi osebna preferenca. Če bi bila na primer plesalka ali glasbenica, bi morda uporabljala prvine plesa ali glasu. Osebno rada pišem in tudi rišem, zato so ti kreativni mediji nekaj, kjer se znajdem in se počutim stabilno ter kreativno, da jih uporabljam.« SD₂ pa je bolj poudarila osebno preferenco uporabnikov, saj je povedala, da je »vedno prosto, prost način izražanja, poljubno izrazno sredstvo«. Spoznanja, pridobljena v raziskavi o pomenu možnosti izbire posameznega kreativnega medija oziroma o možnosti izbire načina izražanja znotraj tega, lahko povežem tudi z besedami avtorjev Degges-White in Davis

(2011), ki prav tako poudarjata pomen ponudbe različnih kreativnih aktivnosti in medijev, saj naj bi strokovnjak na tak način pripravil oder za samo-raziskovanje uporabnikov.

POUDAREK NA USTVARJALNEM PROCESU, NE NA ESTETSKI VREDNOSTI USTVARJENEGA

Sogovorniki so med pogovorom posredovali mnoga vodila, ki so pomembna pri procesu pomoči z uporabo kreativnih medijev. Vsi strokovnjaki so poudarili, da je zelo pomembno, da je poudarek na samem ustvarjalnem procesu in ne na estetski vrednosti končnega izdelka. Pomembno je torej sporočilo, to, kar uporabnik pove o svojem položaju tekom kreativnega izražanja. DT je povedala takole: »/.../ rečemo, da ne iščemo umetnin, ampak samo to, da se izrazijo in sprostijo in prek tega spoznavajo nove načine, nove tehnike.« S tem povezano je DT izpostavila naslednje vodilo: »Ne obsojamo, ne iščemo napak, ne kritiziramo. Če je tiger videti kot slon, je pač narisal takega tigra, je to v redu, ni nekega označevanja izdelka kot v šoli, kjer bi dobil enico.« Podobno je povedal MT: »/.../ je veliko pacientov, ki pridejo in rečejo, da nimajo znanja, ne poznajo not, nimajo posluha, ne znajo peti in nič igrati. Ničesar od tega jim ni treba znati. Ključno je, da poslušajo glasbo in se prepustijo.« Zapisano lahko povežem z besedami Liebman (2005), ki trdi, da za uporabo kreativnih medijev v procesu pomoči niso potrebne nikakršne posebne sposobnosti ali zmožnosti.

FOKUS NA UPORABNIKOVI INTERPRETACIJI USTVARJENEGA

Prav tako je bilo kot ključno vodilo s strani vseh sogovornikov izpostavljeno, da mora biti interpretacija ustvarjenega prepuščena uporabniku. SD₁ je izpostavila: »Vsekakor ne interpretiram jaz, nikoli, ker mi to ni blizu. Jaz človeka povabim, da sam pride do svojega pomena. Lahko skupaj raziskujeva, lahko jo sprašujem, lahko povem svoje doživljanje, to ja, ne bom pa jaz dala pomena temu, kar je naredila ali napisala. V tem primeru gre za subjektivno doživljanje in absolutno ima oseba pravico do svojega subjektivnega

doživljanja, menim, da strokovnjaki nismo nad človekom, v smislu, da bi neke pomene dajali, zato se jaz temu izogibam.« Podobno so izpostavili ostali strokovnjaki, saj so vsi poudarili, da mora biti strokovnjak tisti, ki veliko sprašuje, tisti, ki ga zanima, in nikakor tisti, ki bi povedal, kaj določen izdelek predstavlja. To poudarja tudi C. A. Malchiodi (2007), ki piše, da je pomembno interpretacijo izraženege prepustiti uporabniku, saj se v nasprotnem primeru perspektiva uporabnika izgubi. Iz tega sledi, da lahko le lastna interpretacija uporabnika omogoči ozaveščanje nezavednih notranjih procesov.

SPOŠTLJIVA RADOVEDNOST IN SPRAŠEVANJE ZA USTVARJANJE NOVIH INTERPRETACIJ TER SPODBUJANJE AKTIVNE PARTICIPACIJE UPORABNIKA

Skladni z vodilom, da kot strokovnjaki ne interpretiramo, sta (kot je bilo že zgoraj razvidno) tudi vodili »Bodi radoveden« in »Veliko sprašuj«. Ob tem bi navedla še dve pomembni vprašanji, za kateri je SD1 povedala, da jo vodita pri delu s kreativnimi mediji. To sta: »Česa si se zavedla med procesom, izbiranjem karte, risanjem, pisanjem?« in »Česa si se zavedla zdaj po koncu?« To sta ključni vprašanji, ki uporabnika postavita v aktivno vlogo in ga spodbudita k razmišljanju o sebi v smislu iskanja novih povezav s samim seboj, svojimi mislimi, čustvi.

POMEN OBČUTLJIVOSTI STROKOVNJAKA OB HKRATNEM SPODBUJANJU UPORABNIKOV H KREATIVNEMU IZRAŽANJU

Naslednje vodilo se navezuje na pomen spodbujanja uporabnikov h kreativnemu izražanju in kasneje k verbalizaciji le-tega, pri čemer je nujno potrebna občutljivost strokovnjaka pri upoštevanju omejitev, do katerih lahko pride zaradi motnje hranjenja. DT je na podlagi lastnih izkušenj izpostavila predvsem osebe z anoreksijo, ki naj bi imele specifičen način likovnega izražanja. Povedala je, da kljub temu, da splošen vzorec ne obstaja, »punce z anoreksijo rišejo običajno s svinčnikom in pritiskajo na trdo, narisanih pa je zelo malo elementov, rožica, postelja in okno recimo. Pri dekletih, ki imajo bulimijo, je čisto drugače, je pa mnogo barv, mnogo prerivajočega

se vsega.« Na tem mestu torej ni pomembno le splošno vodilo, da strokovnjak uporabnika spodbuja k izražanju, temveč predvsem, da ga spodbuja k drugačnemu načinu izražanja, pri čemer je DT povedala: »Nekomu, ki vedno riše s svinčnikom, običajno puncam z anoreksijo, potem rečem, naj vzamejo voščenske, da opustijo malo ta nadzor, saj voščenska gre včasih malo po svoje, zapelje. Sploh ti suhi pasteli, oni tudi, malo se nasloniš, pa se ti vse zabriše. In v bistvu doživijo neko drugo izkušnjo, ki se je prej niso sploh privoščili.« L. D. Hinz (2006) piše, da uporaba različnih materialov in sam kreativni izraz obideta jezik, kljub temu pa odražata razmišljanje in obnašanje oseb z motnjami hranjenja. Ob tem posebej poudarja, da se način kreativnega izražanja med kreativnim procesom ob spodbudah strokovnjaka lahko spremeni, na primer v smislu večje ali manjše kontrole pri uporabi določenega kreativnega medija. Izkušnje, pridobljene med kreativnim procesom, pa lahko posameznik prenese tudi nase, na svoje nekonstruktivne vzorce obnašanja in razmišljanja.

VARNO IN POTRPEŽLJIVO RAZISKOVANJE ZA UPORABNIKA GLOBOKIH TEM

Kljub potrebnim spodbudam h kreativnemu izražanju kot k spremembi načina kreativnega izražanja in za tem k besednemu izražanju je izredno pomembno upoštevati tudi vodilo, ki ga je izpostavil MT: »Vodilo je, da skrbimo za njihovo varnost, torej jih ne silimo in ne potiskamo v neke globoke teme, ki bi lahko bile celo ogrožajoče zanje, ker takih trenutkov je lahko veliko. Skratka, gremo tako globoko, do kamor oni želijo in oni pustijo.« Slednje je poudarila tudi DT, ki je povedala: »Mi sicer spodbujamo, silimo pa ne, ker včasih so tudi take teme o posilstvih, o stvareh, česar človek ne more vedno deliti skupini.« Iz tega izhaja, da je treba vselej prisluhniti vsakemu posamezniku posebej, izhajati iz njega ter se zavedati, da je za raziskovanje težkih tem velikokrat potrebne veliko potrpežljivosti in časa ter da lahko včasih že sam kreativni izraz zadostuje. Ugotovljeno lahko podkrepim z besedami B. Kariž (2008), ki v kontekstu likovnega izražanja piše, da je pomembno, da strokovnjak spodbuja uporabnika h kreativnemu izražanju, vendar pa je vselej

pomembno tudi, da sočasno upošteva omejitve, do katerih pride zaradi narave težav oz. motenj uporabnika.

MAJHNI KORAKI SO POT DO VELIKIH SPREMEMB – ZAUPATI PROCESU

Poleg tega so za strokovnjaka ključna vodila tudi, da opazi majhen napredek, zaupa procesu, je občutljiv za potrebe uporabnika in uporabnikom ponudi dovolj časa. Slednje je poudarila SD₁, ki je povedala: »Pomembno je, da je proces dovolj dolg (ali risanje ali pisanje ali izbira kart), več kot 10 minut, da se v tistem času poglobi vase.« O času sta spregovorila tudi MT in DT, ki v okviru enournega srečanja vedno polovico časa namenita kreativnemu izražanju, drugo polovico pa pogovoru. Ker je pot razkrivanja osebnih vsebin pogosto zahtevna, je torej pomembno, kot piše tudi L. D. Hinz (2006), da strokovnjak vedno znova išče in opazi majhna odstopanja novonastalega ter tako postopoma ustvarja varen prostor za pot k bolj osebnim izrazom.

KREATIVNI MEDIJI KOT SREDSTVO ZA PRIDOBITEV GLOBLJEGA VPOGLEDA VASE

Udeleženci raziskave poročajo, da uporaba kreativnih medijev na področju psihosocialne pomoči in podpore osebam s težavami motenj hranjenja prinaša mnoge pozitivne učinke. Vsi sogovorniki so poudarjali, da so kreativni mediji v pomoč pri pridobitvi vpogleda posameznika vase. Najprej bi izpostavila primer, ki ga je navedla DT: »Recimo smo risali drevesa in neka punca je narisala tanko češnjico brez koreninic, obdano z žičnato mrežo, in gor tako drobno krošnjico, to je narisala neka punca z anoreksijo /.../ in si je rekla, saj res, saj imam ograjo okrog sebe.« V nadaljevanju pa je med pogovorom s pomočjo risbe spoznala, da »je to ona sama, pa taka drobna, pa taka krhka, pa še v žičko se je dala okrog.« SD₁ je ob pogovoru o učinkih povedala, da »uporaba kreativnih medijev na posreden način omogoča globlji stik s čustvi in pridobitev globljih uvidov, ker ne gre za linearen način izražanja. Mogoče je priti v stik z enimi deli sebe, do katerih morda ne bi mogli brez uporabe

teh medijev.« Če ugotovitve povežem z ugotovitvami v literaturi, lahko navedem avtorico Vogelnic (2003), ki poudarja, da uporaba kreativnih medijev posamezniku pomaga, da opredmeti svoje probleme, se loči od njih in posledično pride tudi do novih uvidov. Podobno navaja tudi J. A. Rubin (2010), ki piše, da so kreativni mediji osebam z motnjami hranjenja v pomoč, da pridejo v stik s predstavami, ki se skrivajo za simptomi, saj se potlačeno lažje izrazi z metaforami kot z besedami.

Z UPORABO KREATIVNIH MEDIJEV DO ČUSTVENE DOSTOPNOSTI IN ČUSTVENEGA OLAJŠANJA

Ob pogovoru o učinkih je bila izpostavljena tudi čustvena dostopnost, pri čemer je MT povedal takole: »Pacienti začnejo spoznavati, da ima glasba svojo moč, in v skupini začnejo prepoznavati, da lahko s pomočjo glasbe čustvujejo, česar prej niso znali. Marsikatera pacientka reče, da ne more jokati ali pa da en joka že dve leti. Samo pravo glasbo ji dam in začne jokati. Glasba ima torej pomemben vpliv na čustvovanje posameznika in na podlagi tega potem oni lažje in hitreje spregovorijo o neki temi, pridejo znotraj posamezne terapevtske skupine do nekih zaključkov in večkrat kdo pove, da zdaj mu je pa lažje, da zdaj pa je lahko to povedal in da če ne bi bilo glasbe, o tem ne bi mogel govoriti ali pa bi to veliko težje povedal.« Poleg čustvene dostopnosti lahko uporaba kreativnih medijev privede tudi do čustvenega olajšanja s tem, ko posameznik izrazi svojo bolečino. DT je navedla dober primer: »Neka punca je imela ljubimca, jaz pa sem ji dala naslov za pisanje *Rada bi ti povedala*. Napisala je, kako se počuti ob tem, da je ona njemu vedno na razpologo, on pa njej nikdar, kadar ima čas. To mu je tudi zares poslala in je ekspresno hitro končala zdravljenje. Na srečanju skupine smo imeli za temo to, kar je bila srčika njenega problema. To nje sicer ni ozdravilo, ampak je bil ključni moment, začetek, da je začela delati, ker je poslala človeku pismo in sta se potem razšla in je začela svoje življenje na novo.« V povezavi z zgoraj zapisanim Liebmann (2005) poudarja, da so kreativni mediji posamezniku v pomoč, da postane bolj pozoren na svoja čustva, hkrati pa tudi pri osvoboditvi le-teh, saj ponudijo varen in sprejemljiv način za

soočanje z njimi. Podobno piše Jacobson-Levy (2010, v Lamnaouer, 2013), ki izpostavlja, da se preko kreativnih medijev izrazijo specifične čustvene in fizične težave, kar v veliki meri pripomore k boljšemu razumevanju povezave med telesom in umom, kar je še posebej pri osebah z motnjami hranjenja ključnega pomena.

VZPOSTAVITEV SPROŠČENOSTI IN POVEČANJE ZAUPANJA OB UPORABI KREATIVNIH MEDIJEV

Izkazalo se je tudi, da kreativni mediji pomembno pripomorejo k sproščenosti posameznika in sproščenosti vzdušja. SD je navedla primer ene od uporabnic: »Že od samega začetka je bila njena značilnost, da je bila zelo zadržana, tiha in skoraj na vse, kar sem jo vprašala, na primer, kaj doživljaš, kaj zdaj čutiš, kako si zdaj, je odvrnila, da v redu ali pa nič posebnega. Glede na to, da terapija traja eno uro, si lahko predstavljaš, da je bilo zelo težko delati z njo. Zato sem pri njej ugotovila, da je zelo koristno, če uporablja kakšne kreativne medije, ker je bila potem manj zadržana.« Zapisano lahko povežem z besedami C. A. Malchiodi (2007), ki piše o kreativnih medijih kot tistih, ki lahko vzbudijo telesni odgovor relaksacije in skladno s tem zaznavo dobrega počutja, zdravja in sreče. Poleg vzpostavitve sproščenega ozračja je SD₂ podarila napredek v zaupanju, saj je povedala, da ji je »uporabnica začela verjeti kot svetovalki«. Zapisano lahko povežem z besedami Liebmann (2005), ki navaja, da obstoj izdelka kot ločene entitete lahko pomaga pri vzpostavitvi odnosa med strokovnjakom in uporabnikom ter kasneje pri zaupanju med njima, saj predstavlja manj vsiljiv način za soočanje s težavami. Isti avtor o tem govori kot o trikotnem odnosu uporabnik – medij – strokovnjak.

UPORABA KREATIVNOSTI KOT NAČINA ZA PREOKVIRJANJE PROBLEMSKIH SITUACIJ

Prav tako se učinki uporabe kreativnih medijev kažejo v boljšem odnosu do sebe in svojega telesa. DT je v kontekstu gibalno-izrazne terapije navedla, da »pride do uvida o tem, kako suha pravzaprav je, ali pa tudi do tega, da vidi, da v bistvu sploh ni debela«. Pride

torej lahko do preokvirjanja problemske situacije in uokvirjanja konfuznih misli ali čustev. Liebmann (2005) piše, da posameznik ob uporabi kreativnih medijev lahko z razdalje pogleda na trenutno situacijo ter da uokvirjena izkušnja lahko ponudi prostor za raziskovanje prihodnosti.

KREATIVNI MEDIJI KOT SREDSTVO ZA SPODBUJANJE AKTIVNE PARTICIPACIJE UPORABNIKOV IN VZPOSTAVITEV KOMUNIKACIJE

Pridobljene ugotovitve tudi kažejo, da uporaba kreativnih medijev prinaša mnoge prednosti. Med njimi je aktivna participacija uporabnikov, ki jo uporaba kreativnih medijev sama po sebi omogoči in spodbudi. V ospredju so vedno konkretne aktivnosti, ki hkrati predstavljajo osnovo za pogovor. SD2 je povedala, da so kreativni mediji tisto, »s pomočjo česar je tudi uporabnica sama imela aktivno vlogo in možnost, da je lahko sodelovala, pa se ob tem ni počutila napadeno z vprašanji, ter da je bila hkrati aktivna«. O tem piše C. A. Malchiodi (2007), ki navaja, da različne oblike kreativnega izražanja zahtevajo od posameznika investicijo njegove energije in ga tako spodbujajo, da postane aktiven udeleženelec v procesu pomoči. Naslednja pomembna prednost je ta, da uporaba kreativnih medijev pripomore k vzpostavitvi komunikacije, kar so poudarili vsi sogovorniki. Dober primer je izpostavil MT, ki je povedal, da posamezniki pogosto navedejo: »Glasbo sem izbral zaradi tega in tega razloga. Na primer reče, da je skladba pripovedovala o nekem odnosu in on bi zdaj želel vzpostaviti tak odnos«. SD2 pa je izpostavila, da je »včasih lažje o sebi spregovoriti preko enega medija /.../. Tako da to vidim kot dopolnilo pri svetovanju, ki se je pri osebah z motnjami hranjenja izkazalo kot pomembno«. Slednje potrjujejo besede L. Šugman Bohinc (1994), ki piše, da so kreativni mediji pogosto najprimernejši ali edini jezik za začetek komunikacije.

POSREDEN IN NEVERBALEN NAČIN IZRAŽANJA KOT DOPOLNITEV VERBALNEGA NAČINA IZRAŽANJA

Kot naslednjo prednost so strokovnjaki izpostavili, da kreativni mediji predstavljajo posreden in neverbalen način izražanja. DT je povedala, da posameznik lahko »izrazi iz sebe jezo, lahko tudi sovraštvo na tak način, saj je varneje, da napišeš, kot pa da namesto tega eksplodiraš na ljudi«. SD1 je podobno poudarila, da je mogoče na posreden način »pritti v stik z enimi deli sebe, do katerih morda ne bi mogli brez uporabe medijev«. SD2 pa je dodala, da risanje vidi kot »pripomoček za vzpostavitev stika s samim seboj«. To kaže, da kreativni mediji ponujajo drugačen, bolj kreativen kanal za izražanje, kar je za mnoge veliko lažje, kot da bi morali takoj spregovoriti. V povezavi s tem A. Fifolt (2006) poudarja izjemno priložnost uporabe kreativnih medijev v primerih, ko verbalna komunikacija ni mogoča. S tem se povezuje tudi prednost, da kreativni mediji predstavljajo neogrožajoč pristop v procesu pomoči. Slednje ponažarjam z besedami SD2, ki je povedala takole: »Ker če si bolj introvertiran, te lahko vznemirijo vprašanja o tem, kako se počutiš ali kako je bilo. Včasih ne želiš govoriti o sebi, pa je potem tak način izražanja kot neko nadomestilo za besede«. Kot pomembno je DT izpostavila tudi to, da ustvarjeno v kreativnem procesu predstavlja otipljiv dokaz napredka. Povedala je takole: »Nekateri so tukaj šest mesecev, spet drugi tudi po devet. Med procesom opaziš, da začnejo vnašati barve, in na koncu – mi vse te slike namreč zbiramo – dam vsakemu pacientu to zbirko slik in sam vidi, kako je napredoval«.

APLIKACIJA UPORABE KREATIVNIH MEDIJEV V VSAKDANJE ŽIVLJENJE – OBLIKA SAMOPOMOČI

Poleg vsega zgoraj zapisanega so strokovnjaki izpostavili, da kreativni mediji lahko igrajo pomembno vlogo tudi izven samega procesa pomoči. Posamezniki jih lahko prenesejo v svoje življenje in na tak način, kot je navedla DT, oseba z anoreksijo na primer lahko preusmeri svoje težave v pisanje namesto v tek: »Pri anoreksiji je pogosto prisotna hiperaktivnost in potem si lahko reče, da bo rajši napisala dnevnik, kot pa da gre teč. Ta stop tehnika bi bila

tudi v primeru, da ne naredi 334 trebušnjakov, ampak raje nariše sončnice«. O tem, da uporaba kreativnih medijev posamezniku lahko ponudi ustreznejše načine odzivanja, piše tudi L. D. Hinz (2006), ki poudarja, da lahko uporabniki kreativne medije uporabljajo tudi kasneje, izven procesov pomoči, z namenom pomiritve in kot pomoč pri reševanju problemov.

REDKE PREVIDNOSTI PRI UPORABI KREATIVNIH MEDIJEV S Poudarkom NA občutljivosti ZA EDINSTVENOST vsakega uporabnika

Zaznane previdnosti pri uporabi kreativnih medijev so redke, a izredno pomembne. Najprej bi izpostavila pomen tega, da strokovnjak vedno upošteva uporabnikovo pripravljenost do sodelovanja in izhaja iz vsakega posebej. To lahko ponazorim z besedami SD₁, ki je povedala, da je treba »resno vzeti osebo, saj imajo lahko nekatere blokade glede risanja ali pisanja«. Podobno je izpostavil MT v kontekstu muzikoterapije: »Nemalokrat se zgodi, da imamo pacienta, včasih celo dva ali tri, ki noče peti in za to tudi navede razloge in kaj se je zgodilo /.../ in je treba tudi to razumeti in se o tem pogovoriti«. Kot naslednjo previdnost bi izpostavila besede DT, ki je povedala, da se zgodi tudi, »da kaj narišejo, potem pa strgajo in vržejo v smeti, pa narišejo še enkrat«. V takšnih primerih je pomembno, da se uničenih izdelkov ne spregleda, temveč posamezniku omogoči in ga spodbudi, da spregovori tudi o tem, saj se v ozadju lahko skrivajo pomembne vsebine, ki jih mora posameznik predelati. Kot naslednjo previdnost pa bi izpostavila to, da je pri izražanju z gibom potrebno biti zelo pazljiv, kadar so v skupini osebe z anoreksijo. DT je poudarila: »Ko je indeks telesne mase prenizek, punce lahko gredo z nami v skupino, ne smejo pa se še gibati, saj bi to lahko ogrozilo njihovo trenutno kritično stanje«. Prav tako je pomembno, da se pri odpiranju težkih tem posveti dovolj časa posamezni temi in se jo tudi zaključi, kar lahko ponazorim z besedami DT, ki je povedala, »naj se pazi, da se stvari zaključijo, da se delo v skupini ne konča ravno tedaj, ko se odpre neka težka tema«. Pri kreativnem pisanju se lahko zgodi tudi, da zapisi vsebujejo tudi grožnje (slednje je seveda mogoče prepoznati

tudi v risbi ali pri izbiri določene skladbe), zato je ključno, da strokovnjak prebere vse zapise, če avtorji na primer zapisanega ne bi želeli prebrati na glas. DT je slednje ponazorila s sledečim primerom: »Imeli smo punco, ki je bila strašno jezna na svoje sošolce iz osnovne šole, ker so jo zafrkavali, ker so se ji posmehovali, da je debela, in ker so jo zaničevali. Nato je napisala, da si želi, da bi bili vsi mrtvi in da bi zgoreli, in je bilo prav srhljivo. Glede tega smo se potem pogovorili tudi v timu, še zlasti s psihologom. Na koncu je bila punca v bistvu olajšana in je povedala, da se že deset let ni tako dobro počutila, ker je dala vse to sovraštvo, to jezo, ves ta gnev iz sebe na plan, ter da v resnici ne bi nikomur nič naredila, da je varno, ampak dejansko potem vedno vse preveriš. Ne moreš kar dopustiti neke napol grožnje, ampak je bilo v redu, je bilo terapevtsko, da je to napisala«. Izredno pozoren pa mora biti strokovnjak tudi pri izbiri besed in predvsem pri izražanju kritik, pri čemer je SD1 poudarila, da je potrebno posameznika vedno spodbujati nežno in spoštljivo. Ob izpostavljenih previdnostih se je pokazalo, da intervjuvani pri izbrani ciljni skupini ne zaznavajo veliko previdnosti, ki bi bile neposredno povezane z uporabo posameznega kreativnega medija. Bolj kot to so vsi poudarili pomen previdnosti, povezane z odzivi in ravnanjem strokovnjaka, ki organizira kontekst njihove uporabe.

SKLEPI

V pričujočem članku sem prikazala pomen uporabe kreativnih medijev znotraj svetovalno-terapevtskega procesa pomoči in podpore osebam z motnjami hranjenja. Temeljne ugotovitve, do katerih sem prišla med raziskovanjem, strnem v naslednjih alinejah (Kragelj, 2018, str. 74–75):

- »Uporaba kreativnih medijev je splošno in široko uporabna za vsakogar, saj se koristi kažejo tudi pri tistih, ki nimajo posebnega umetniškega znanja.
- Uporaba kreativnih medijev prinaša osebam z motnjami hranjenja mnoge pozitivne učinke, pri čemer se je treba zavedati, da gre

- v procesu pomoči za součinkovanje uporabe kreativnih medijev in verbalne terapije, saj je oboje med seboj neločljivo povezano.
- Z uporabo kreativnih medijev je osebam z motnjami hranjenja omogočeno izražanje sebe na nov in drugačen način.
 - Z uporabo kreativnih medijev osebe z motnjami hranjenja usmerijo pozornost nase, na svoje telo in svojo notranjost ter se posledično soočijo s svojimi stiskami.
 - Uporaba kreativnih medijev pomaga osebam z motnjami hranjenja priti do mnogih uvidov, do katerih drugače ne bi prišle ali bi potrebovale več časa.
 - Kreativni mediji predstavljajo pomembno dopolnilo svetovanju oziroma verbalni terapiji.
 - Kreativni mediji z nevsiljivim pristopom pomagajo osebam z motnjami hranjenja, da prepoznajo in poimenujejo problem ter mnoge vidike le-tega.
 - Z uporabo kreativnih medijev v terapiji in pri svetovanju osebe z motnjami hranjenja spoznajo, da ti lahko predstavljajo način, kako se pomiriti in reševati svoje probleme tudi v vsakdanjem življenju, saj predstavljajo nekaj, kar je vedno na voljo.
 - Kreativni mediji so v funkciji drugačnega, neverbalnega in posrednega načina komunikacije in zbiranja informacij o sebi, do katerih z besedami ni vedno mogoče priti.
 - Kreativni mediji predstavljajo varen in nedestruktiven način izražanja čustev brez uporabe hrane in ritualov hranjenja.
 - Pri uporabi kreativnih medijev gre za pristope, ki uporabnika postavijo v aktivno vlogo in mu s tem dajo moč.«

Izsledki kažejo, da se nudenje pomoči osebam z motnjami hranjenja ob uporabi kreativnih medijev v praksi uspešno izvaja in prinaša mnoge koristi. Kljub temu želim prispevek zaključiti z mislijo o pomenu nenehnega prevpraševanja, strokovnjakovega (samo)reflektiranja lastne prakse in odprtosti za uvajanje novosti, utemeljenih na ugotovitvah aktualnih raziskav. To lahko vodi do novih, inovativnih pristopov znotraj procesov pomoči, ki se naslanjajo na uporabo kreativnih medijev, in pripomore k nenehnemu izpopolnjevanju ter izboljševanju načina dela znotraj izbranih svetovalno-terapevtskih praks pomoči z uporabniki z motnjami hranjenja. Kljub ožji usmeritvi raziskave na

izpostavljeno populacijo lahko na podlagi spoznanj o učinkovitosti uporabe različnih kreativnih metod ter uporabo le-teh – seveda vedno prilagojeno posamezni ciljni skupini – prenesemo tudi na druga področja svetovalno-terapevtskega dela.

LITERATURA

- Degges-White, S. in Davis, L. N. (2011). *Integrating the expressive arts into counselling practice: theory-based interventions*. New York: Springer Publishing Company.
- Fifolt, A (2006). Umetnostna terapija – kakšna terapija? V E. Bizjak in M. Slunjski (ur.), *Umetnostna terapija – kakšna terapija?* (str. 11–16). Maribor: Slovensko združenje umetnostnih terapevtov.
- Hae-Young, J. in Youl-Ri, K. (2006). Art therapy: another tool for the treatment of anorexia nervosa. *Psychiatry Investigation*, 3(1), 107-111. Pridobljeno s: <http://psychiatryinvestigation.org/upload/pdf/0502006013.pdf>
- Hafner, A. (2007). Motnje hranjenja. V B. Štern (ur.), *Zgodnje odkrivanje in celostna obravnava otrok in mladostnikov, ki jih ogrožajo kronične nenalezljive bolezni, v osnovni zdravstveni dejavnosti* (str. 35–37). Ljubljana: CINDI Slovenija.
- Hinz, L. D. (2006). *Drawing from within: Using art to treat eating disorders*. London; Philadelphia: J. Kingsley.
- Kariž, B. (2008). Individualne likovnoterapevtske metode dela s psihiatričnimi bolniki. V B. Caf in B. Cajnko (ur.), *Oblike in metode dela v umetnostni terapiji* (str. 78–95). Maribor: Slovensko združenje umetnostnih terapevtov.
- Kragelj, K. (2018). *Kreativni mediji v procesu pomoči in podpore pri soočanju z motnjami hranjenja* (Diplomsko delo). Univerza v Ljubljani, Pedagoška fakulteta, Ljubljana.
- Kroflič, B. (1992). *Ustvarjanje skozi gib*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
- Kroflič, B. (2015). Umetnostna terapija – pomoč z umetnostjo. V M. Peljhan (ur.), *Fototerapija: od konceptov do praks* (str. 69–82). Kamnik: CIRIUS.
- Kustec, K. (2011). Ustvarjalni pristopi pri psihosocialni podpori in pomoči. Šolsko svetovalno delo: *Revija za svetovalne delavce v vrtcih, šolah in domovih*, XV(1/2), 51–60.

- Kustec, K. (2015). Potencialni dejavniki tveganja pri delu z izrazno-ustvarjalnimi mediji. *Socialno delo*, 54(2), 98–97. Pridobljeno s <https://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:DOC-UFTA4FRP/?relation=Socialno+delo&pageSize=25&query=%27rele%253dSocialno%2bdelo%27&fyear=2015>
- Lamnaouer, L. (2013). *Arts-based therapy of eating disorders in youth* (Diplomsko delo, Turku University of Applied Sciences). Pridobljeno s https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/55527/Lamnaouer_Lin.pdf?sequence=1
- Liebmann, M. (2005). *Art Therapy for Groups: A handbook of themes and exercises*. New York: Taylor & Francis e-Library. Pridobljeno s <https://gpreview.kingborn.net/432000/1dc49f7965b74dc8a8ca8806973d7db4.pdf>
- Malchiodi, C. A. (2007). Expressive therapies: History, Theory, and Practice. V C. A. Malchiodi (ur.), *Expressive therapies* (str. 1–15). New York; London: The Guildford Press.
- Mesec, B. (1997). *Metodologija raziskovanja v socialnem delu I: študijsko gradivo za interno uporabo*. Ljubljana: Visoka šola za socialno delo.
- Rožman, A. (2013). Motnje hranjenja, boleče strategije preživetja. *Didakta*, 22(162) 47–49. Pridobljeno s http://www.introspekta.si/uploads/motnje_hranjenja_bolece_strategije_prezivetja.pdf
- Rubin, J. A. (2010). Introduction to art therapy: *Sources & resources*. New York, London: Routledge.
- Sernec, K. (2011). Definicija in vrste motenj hranjenja. V A. Hafner (ur.), *Razumeti motnje hranjenja*. (str. 9–23). Kranj: Zavod za zdravstveno varstvo.
- Smink, F. R., Van Hoeken, D. and Hoek, H. W. (2012). Epidemiology of eating disorders: incidence, prevalence and mortality rates. *Current psychiatry reports*, 14(4), 406–414. Pridobljeno s <https://link.springer.com/article/10.1007/s11920-012-0282-y>
- Šugman Bohinc, L. (1994), Socialno kulturno delo. *Socialno delo*, 33(4), 317–324.
- Švab, A. M., Šolar, V., Zihlerl, A., Ibic, L., Čufer, B. in Trivič, A. S. (1998). *Ko hrana ni več "hrana": predstavitev vizije skupin za (samo) pomoč pri motnjah hranjenja*. Ljubljana: ŠOU.
- Vogelnik, M. (2003). Pomoč z umetnostjo – umetnostna terapija. *Didaktika*, 12(68/69), 5–6.