

*Lucija Čevnik, Bojan Musil, Andrej Fištravec,*  
**TELESNA SAMOPODOBA  
V MEDKULTURNI PERSPEKTIVI -  
VPLIV MEDIJEV**

*STR. 95-114*

LUCIJA ČEVNIK  
MLADINSKI KULTURNI  
CENTER SLOVENJ GRADEC  
CELJSKA C. 22  
SI-2380 SLOVENJ GRADEC

BOJAN MUSIL  
UNIVERZA V MARIBORU  
FILOZOFSKA FAKULTETA  
ODDELEK ZA PSIHOLOGIJO  
KOROŠKA C. 160  
SI-2000 MARIBOR

ANDREJ FIŠTRAVEC  
UNIVERZA V MARIBORU  
FILOZOFSKA FAKULTETA  
ODDELEK ZA SOCIOLOGIJO  
KOROŠKA C. 160  
SI-2000 MARIBOR

**::POVZETEK**

V MEDKULTURNI RAZISKAVI, KI je vključevala študentsko populacijo iz Slovenije in muslimanskega dela Srbije, smo ugotavljali vpliv modnih medijev ter različnih socialno-demografskih dejavnikov (spol, socialno-ekonomski status, izobrazba staršev, kraj bivanja, ITM) na posameznikovo telesno samopodobo in telesne ideale. Rezultati so pokazali različnosti v dojemanju telesa in še posebej vrednotenju lastne postave med obema socialnokulturnima okoljema ter potrdili vpliv določenih dejavnikov (spol, izobrazba staršev, ITM, modni mediji) na posameznikovo percepcijo lastne telesne postave. Iz rezultatov analize smo ugotovili, da frekvenca izpostavljenosti modnim medijem nima neposrednega vpliva na nezadovoljstvo z lastno telesno postavo.

Ključne besede: telesna samopodoba, idealna telesna postava, modni mediji, indeks telesne mase, socialno-demografski dejavniki, nacionalno-etnične skupine

**ABSTRACT****BODY IMAGE IN CROSS-CULTURAL PERSPECTIVE – INFLUENCE OF MEDIA**

*This cross-cultural study aimed to investigate the effects of fashion media and different socio-demographic factors (gender, socio-economical status, parents education, place of living, BMI) on body image and body ideals in the group of Slovenian and Serbian university students. There were found some differences in body perception between the two national groups. The results indicated that only some factors (gender, parents education, BMI, fashion medias) had an influence on body image and it was concluded that frequency of fashion media exposure has no direct impact on someone's body dissatisfaction.*

*Key-words: body image, body ideals, fashion media, body mass index, socio-demographic factors, national-ethnic groups*

## **::DOSEDANJE RAZISKAVE S PODROČJA VPLIVA SOCIALNO-DEMOGRAFSKIH DEJAVNIKOV NA TELESNO SAMOPODOBO**

Pojem "telesne samopodobe" je bil natančneje koncipiran leta 1890 v delu *Principles of psychology*, avtorja Williama Jamesa (1842-1910), ameriškega psihologa in filozofa. James je pojem telesne samopodobe opredelil znotraj širše teorije sestva. Avtor je v desetem poglavju svojega dela, sestvo razdelil na dve osnovni kategoriji: sestvo kot subjekt (čisti ego) ter sestvo kot objekt (empirični ego, samopodoba). Empirični ego, ki je predmet samoopazovanje in psihološke analize, je razdelil na hierarhično urejene podkategorije. Od teh najvišje mesto zaseda spiritualno sestvo (zavest), sledita materialno (odnos do premoženja) in socialno sestvo (odnos do drugih) (James, 1890). Najmanj pozornosti James nameni prav telesnemu sestvu, saj meni, da predstave in pojmovanje o lastnem telesu, nimajo bistvenega vpliva na oblikovanje posameznikove samopodobe (po Kobal-Grum, 2003).

Številne raziskave s področja psihologije (Spitz, 1962; Wallon, 1967; Fontaine, 1994; po Kobal, 2001), ki so se ukvarjale s konstruktom telesne samopodobe, so ovrgle Jamesovo teorijo in nasprotno, potrdile obstoj povezave med posameznikovimi predstavami in doživljanjem lastnega telesa ter njegovo samopodobo.

V strokovni literaturi, ki se ukvarjajo z analizo vpliva socialno-demografskih dejavnikov na telesno samopodobo, telesno težo in predstavo o idealnem telesu, raziskovalci poskušajo ugotoviti, kateri so tisti ključni dejavniki vpliva, ki izzovejo neko specifično dožemanje lastnega telesa - telesne samopodobe in telesa drugega (Swami, Tovee, 2005; Safir, Flaisher-Kellner, Rosenmann, 2005; Mossaver-Rahmani, Ferris, Allen, 1996; Ball, Kenardy, 2002; Anderson-Fye, Becker, 2003).

O vplivu etnične/rasne/nacionalne pripadnosti na telesne ideale in percepcijo lastnega telesa, obstaja precej študij, ki prihajajo predvsem iz ZDA. Medtem, ko nekatere raziskave ugotavljajo obstoj močne pozitivne korelacijo med etnično/rasno/nacionalno pripadnostjo ter telesno percepcijo in idealno telesno postavbo (Franko, Striegel-Moore, 2002; Ducan, Al-Nakeeb, Nevill, 2004; Neumark-Sztainer, et. al. 2002; Mayville, Katz, Gipson, Cabral, 1999; Molloy, Herzberger, 1998), drugi sklop analiz to zanika (Neumark-Sztainer et.al., 2002; Mayville, Katz, Gipson, Cabral, 1999, ind.; Cachelin, Rebeck, Chung, Pelayo, 2002; Snooks, Hall; 2002) in dokazuje, da se relevantnost vpliva etnične/rasne/nacionalne pripadnosti na telesno samopodobo zmanjša, če v analizi upoštevamo širši spekter socialno-demografskih dejavnikov (spol, ITM-indeks telesna mase: količnik med telesno težo in kvadratom telesne višine, ekonomsko-socialni status, kraj bivanja, izobrazbo, starost, vpliv medijev).

Medkulturne raziskave, ki so poleg etnične/rasne/nacionalne pripadnosti upoštevale še druge socialno-demografske vplive na fenomen novodobnega lepotnega ideala, so med najrelevantnejše dejavnike vpliva najpogosteje izpostavile: socialno-ekonomski status (Caldvell, 1997; Snooks, Hall, 2002), indeks telesne teže (Mossaver, Rahmani, Ferris, Allen, 1996; Cachelin, Monreal, Juarez, 2005) ter stopnjo akulturacije (Ball, Kenardy, 2002; Anderson-Fye, Becker, 2003; Cachelin, Monreal, Juarez, 2005). Navedeni dejavniki so v raziskavah bistveno bolj vplivali na percepcijo in doživljanje lastnega telesa in telesne ideale, kot pa pripadnost etnični/rasni skupini.

Kot relevanten dejavnik vpliva na zaznavanje lastnega telesa, telesne teže in definiranje lepotnega ideala, se pogosto pojavljajo tudi množični mediji.

## **::VPLIV MEDIJEV NA TELESNO SAMOPODOBO**

Množični mediji so se v okviru številnih raziskav pokazali kot zelo pomemben zunanji dejavnik vpliva na percepcijo lastnega telesa, telesno samopodobo in na oblikovanje lepotnih idealov (Hamilton, Mintz, Kashubeck-West, 2007; Bessenoff, 2006; Hawkins, Richards, Granley, Stein, 2004; Vandereycken, 2006; Engeln-Maddox, 2006; Hawkins, Richards, Grenley, Stein, 2004).

Družbene analize, ki se ukvarjajo z vplivom medijev, tako televizije kot modnih revij, na posameznika, so si v večini enotne, da mediji prispevajo k negativni samopodobi, internalizaciji nezdravih in nerealnih lepotnih idealov ter vedno prisotni želji, postati vitek (Hawkins, Richards, Granly, Stein 2004; Gordon, 2000; Garner, 1997; Hamilton, Mintz, Kashubeck-West, 2007; Irving, 1990; ).

Tako empirična raziskava, ki so jo leta 2004 na vzorcu 145 študentk izpeljali Hawkins, Richards, Granly in Stein, ugotavljala negativen vpliv izpostavljenosti lepotnim idealom v modnih revijah. Udeleženske raziskave, razdeljene na dve skupini, so bile izpostavljene fotografijam, katere so prikazovale ali suhe postave v smislu lepotnega ideala ali normalne/povprečne postave. Raziskovalci so ugotovili, da se je pri udeleženkah skupine, izpostavljene suhim lepotnim idealom, povečalo nezadovoljstvo z lastnim telesom, negativno splošno psihično razpoloženje ter simptomi povezani z motnjami hranjenja.

Do podobnih ugotovitev so prišli tudi v raziskavi (Hamilton, Mintz, Kashubeck-West, 2007), izvedeni v ZDA, na skupini 81 evropskih priseljenkah. Testirani skupini so pokazali reklame iz modnih revij, ki so ali pa niso vključevale ženskega lepotnega ideala. Po prikazu reklamnih podob z liki žensk, ki so prikazovale vitek lepotni ideal, se je nezadovoljstvo z lastnim telesom med udeleženkami raziskave povečalo. Vpliv prikazanih telesnih lepotnih idealov je imel enak vpliv na vse ženske ne glede, na različen indeks telesne mase

in morebitno pozitivno samopodobo. Tudi Irving (1990) je ugotovil, da so dekleta, ki so, na posnetkih gledale podobe modelov iz modnih revij, kazale nižje samospoštovanje in manjšo zadovoljstvo s telesno težo, kot dekleta v kontrolni skupini, ki so v pogled dobile običajne ženske postave.

Po načelih teorije socialne primerjave, (Festinger, 1954) so ljudje nagnjeni k temu, da sebe ocenjujejo na podlagi primerjave z drugimi. Primerjava lahko poteka z nekom, ki ga posameznik zaznava kot inferiornega ali superiornega. V primeru, ko se posameznik primerja z nekom, ki ga zaznava kot sebi slabšega, se pri zaznavajočem sproži psihična sprememba, ki se kaže kot dvig samospoštovanja ter samovrednotenja, zmanjša se stopnja jeze. Nasprotno pa, ko se posameznik primerja z nekom, ki ga zaznava kot superiorne, to vpliva na zmanjšanje lastne vrednosti, pojavi se depresija in krivda. Festingerjeva teorija socialne primerjave nam pomaga razložiti povezavo med primerjanjem lastnega telesa z medijsko sugeriranimi lepotnimi ideali ter motnjami hranjenja, negativno telesno samopodobo in pretirano željo bo biti vitek.

Dva glavna akterja množičnih medijev sta vsekakor televizija in modne revije. Medtem, ko se tako v tiskani kot digitalizirani obliki pojavljajo isti lepotni ideali, ki bralcu in gledalcu sugerirajo družben smernice "lepega", raziskovalci ugotavljajo, da med eno in drugo medijsko obliko prihaja do razlik. Večina raziskav potrjuje tezo, da imajo modne revije na posameznikovo doživljanje lastnega telesa bolj negativen vpliv kot televizijski programi in tv reklamna sporočila (Tiggermann, 2003; Hill, 2006; Bissel, Zhou 2004; Jung, Lennon, 2007).

Tiggerman (2006) je v svoji študiji, ki je potekala na vzorcu 104 študentkah, o povezanosti med medijsko izpostavljenostjo ter zadovoljstvom s telesno postavo in motnjami hranjenja, prišel do ugotovitve, da je vpliv televizije manjši, kot vpliv branja modnih revij. Čeprav so, tako podobe s televizije kot modnih revij, enakovredno vplivale na povečanje telesnega nezadovoljstva, pa se je vpliv obeh medijev, glede na ostale odvisne spremenljivke v raziskavi, odražal različno. Izpostavljenost revijam je bila v pozitivni korelaciji z internalizacijo suhega/vitkega lepotnega ideala oz. je bila količina gledanja televizije, v negativni korelaciji z ozaveščanjem medijsko sugeriranega lepotnega ideala in samozavestjo. Tudi Bissel in Zhou (2004) potrjujeta obstoj pozitivne povezanosti med pogostim branjem revij, ki prikazujejo vitke idealizirane postave, ter željo bralk, da bi bile vitkejšje oz., da bi izgledale kot modeli v revijah. Raziskovalca povzemata, da so pogosti bralci modnih revij bolj nagnjeni k razvoju simptomov motenj hranjenja, kot gledalci, ki vitke telesne postave modelov in ostalih igralcev, spremljajo preko tv oddaj in reklamnih sporočil.

Nedavna raziskava, opravljena v ZDA, na vzorcu 114 študentk tekstilne smeri, je ugotavljala ali obstaja korelacija med izpostavljenostjo množičnim medijem

(televizija ter modne in lepotne revije) ter posameznikovim samospoštovanjem, njegovo telesno samopodobo ter simptomi motenj hranjenja, kot sta bulimia nervosa in anorexia nervosa. Podobno, kot v predhodno navedenih raziskavah, sta tudi v tem primeru raziskovalca (Jung, Lennon, 2007) potrdila negativni vpliv tiskanih medijev (modne in lepotne revije) na posameznikovo samopodobo in telesno predstavo, medtem, ko v primeru izpostavljenosti televiziji, ni bil zaznan noben negativni dejavnik vpliva.

O vplivu medijev na samopodobo, obstaja tudi precej študij, ki se ukvarjajo z variacijami, do katerih prihaja znotraj različnih etničnih, rasnih ter nacionalnih skupinah.

Predvsem v ZDA obstaja precej študij, ki dokazujejo, da so belke bolj nezadovoljne z lastnim telesom izgledom, kot pripadnice drugih rasnih skupin (Franko, Striegel-Moore, 2002; Neumark-Sztainer, Croll, Story, Hannan, French, Perry, 2002; Molloy, Herzberger, 1998; Adams, Sargent, Thompson, Richter, Corwin, Rogan, 2000).

Pri ugotavljanju medijskega vpliva na določeno rasno skupino, lahko pogosto telesno nezadovoljstvo pri belkah, pojasnimo s tem, da se v medijih pogosteje pojavljajo vitka bela ženska telesa, kot vitka telesa drugih rasnih skupin. Bissell in Zhou (2004) v svoji raziskavi potrjujeta hipotezo o večji izpostavljenosti belk in posledično ugotavljata, da so belke bolj nagnjene k primerjanju svoje postave s postavami modelov v modnih revijah. Belke tudi pogosteje razvijejo simptome motenj hranjenja kot pripadnice drugih ras.

Razlike v medijskem vplivu se pojavljajo tudi znotraj različnih kultur. Tako je medkulturna raziskava na vzorcu 140 študentk iz Avstralije in 95 iz Italije (Tiggemann, Verri, Scaravaggi, 2005) ugotavljala stopnjo internalizacije vitkega telesnega ideala, izpostavljenost modnim revijam ter pomembnost, ki jo ženske pripisujejo oblačilom. Raziskovalce je zanimal vpliv, ki ga imajo navedeni dejavniki, na zadovoljstvo z lastnim telesom, pogostost diet ter na prisotnost simptomov motenj hranjenja, tako v eni kot drugi kulturni skupini. Pri ugotavljanju vpliva izpostavljenosti modnim revijam, so raziskovalci prišli do ugotovitve, da se je medijski vpliv jasno pokazal samo pri eni skupini. Simptomi motenj hranjenja ter telesno nezadovoljstvo, so se pojavili, kot posledica večji izpostavljenosti modnim revijam, samo pri avstralskih študentkah, medtem, ko v italijanski skupini, mediji niso sprožili pričakovanih učinkov v zvezi s telesno percepcijo anketirank.

Medkulturne razlike glede medijskega vpliva na telesno samopodobo je potrdila tudi raziskava (Tiggemann, Rüütel, 2001), ki je bila izvedena med mlajšimi odraslimi v Estoniji ter Avstraliji. Estonija je bila do nedavnega članica Sovjetskega bloka. V tem zgodovinskem obdobju je bila tudi bistveno bolj izolirana od vpliva zahodnih medijev in idealiziranega vitkega ženskega tele-

snega ideala. Čeprav sta raziskovalki v hipotezi predvidevali, da bodo Estonke bolj zadovoljne s svojim telesom, so rezultati to hipotezo v večini ovrgli. Glede medijske izpostavljenosti so Estonke pogosteje brale modne revije in tudi več časa gledale televizijo kot vrstnice v Avstraliji. Kljub temu pa je bil ugotovljen vpliv medijev na telesno samopodobo, v obeh skupinah podoben.

Čeprav rezultati večine raziskav kažejo, da lahko množični mediji, predvsem modne revije, v različnih analiziranih skupinah dokaj močno pogojujejo oblikovanje koncepta negativne telesne samopodobe (Garner, 1997; Gordon, 2000; Levin, Smolak, 1998), pa kljub temu ne gre spregledati dejstva, da niso vse osebe in skupine, ki so izpostavljene vplivu tovrstnih medijev, obremenjene z negativno samopodobo in nezdravo vitkimi telesnimi ideali (Gordon, Doroszewicz, Card, Adams-Curtis, 2004).

V svoji raziskavi Gordon, Doroszewicz, Card, Adams-Curtis, zagovarjajo tezo, da je pri ugotavljanju medijskega vpliva, za večjo reprezentativnost in kvaliteto rezultatov, poleg izpostavljenosti medijskim podobam, potrebno upoštevati še vsaj dva faktorja: internalizacijo in ozavestenje lepotnega ideala. Z analizo teh dveh dodatnih variabel, lahko lažje pojasnimo odstopanja, zakaj se ene osebe negativno odzivajo na idealizirane medijske podobe in druge ne.

V sklopu medijskega vpliva na telesno samopodobo najdemo tudi raziskave ter analize, ki zanikajo obstoj korelacije med vplivom modnih revij na telesno samopodobo bralk oz. temu vplivu ne pripisujejo posebne teže (Richins, 1991; Jung, 2006; Jansen, Vries, 2001).

V raziskavi (Jansen, Vries, 2001), kjer je avtorici zanimal nezavedni vpliv lepotnih podob na pojav simptomov prehranjevalnih patologij, sprememb v psihičnem razpoloženju ter samospoštovanju, so udeležene v raziskavi izpostavili trem tipom podob iz medijev (vitkim, debelim in s povprečno telesno težo), katere so se pojavile le za trenutek. Čas izpostavljenosti je bil ultra-kratek, kar je udeleženkam eksperimenta onemogočalo zavestno oblikovanje sodbe o podobi oz. so podobe na udeležence delovale na pred-zavedni oz. nezavedni ravni. Na podlagi dobljenih rezultatov sta avtorici zavrnila hipotezo o obstoju nezavednega delovanja medijev na telesno samopodobo, saj pri udeleženkah poskusa ni bilo zaznati negativnih simptomov v zvezi s telesnostjo.

Pri ugotavljanju vpliva izpostavljenosti atraktivnim modelom iz modnih revij na razpoloženje in telesno samopodobo žensk, je Jungova (2006) na vzorcu 106 študentk ugotovila, da kljub temu, da se je vpliv idealiziranih modelov pokazal v splošnem poslabšanju razpoloženja, pa raziskovalka ni zaznala bistvenih sprememb v osebnem telesnem zadovoljstvu oz. nezadovoljstvo sodelujočih študentk.

Tudi Richins (1991) je ugotovil, da ima izpostavljenost idealiziranim medijskim podobam negativni vpliv na zadovoljstvo žensk s svojim telesnim

izgledom in postavo, ne pa tudi na njihovo osebnost oz. samospoštovanje.

Ker raziskovalci vpliv medijev na telesno samopodobo najpogosteje preučujejo samostojno in neodvisno od ostalih socialno-demografskih dejavnikov, nastane problem, kako razložiti, zakaj mediji vplivajo na določene posameznike, njihove vedenjske vzorce, predstave o idealnem telesu in prehranjevalne anomalije in zakaj spet pri drugih, pri enaki stopnji izpostavljenosti, ne zaznamo nikakršnih sprememb.

Prav tako ostaja dilema o vzročno-posledičnem odnosu, med medijsko izpostavljenostjo ter telesnim nezadovoljstvom: je izpostavljenost modnim revijam vzrok nezadovoljstva z lastnim telesom ali pa je nezadovoljstvo z lastnim telesnim izgledom vzrok, za iskanja oz. branje modnih revij, ki vsebujejo največ idealiziranih telesnih podob.

Za iskanje odgovora bodo potrebne nadaljnje raziskava o vplivu modnih in lepotnih medijev na posameznika-bralca.

## **::O RAZISKAVI**

V pričujoči medkulturni raziskavi smo se ukvarjali z vidiki telesne samopodobe in vplivom medijev na telesno samopodobo in telesne ideale v dveh nacionalno in versko različnih skupinah. Poleg medijskega vpliva smo analizirali tudi vpliv nekaterih drugih socialno-demografskih dejavnikov (spol, socialno-ekonomski status, izobrazba staršev, kraj bivanja, ITM) na telesno samopodobo mladih.

Pričakovali smo, da se bodo med vzorcema etničnih skupin pojavile razlike v percepciji lastnega telesa in telesnih idealov, katere so pogojene z različno intenziteto določenih socialno-demografskih vplivov v posameznem okolju. Glede množičnih medijev smo predpostavili, da vplivajo na: večjo stopnjo nezadovoljstva z lastno telesno postavo, večjo obremenjenostjo s primerjavo svojega telesa s telesi modelov v modnih revijah ter s vprašanjem, kako doseči idealno telo, ki je prikazano v medijih. Predvideli smo tudi, da bo ženski spol na splošno bolj izpostavljen medijskim vplivom in posledično tudi bolj dovteten in obremenjen s primerjanjem lastnega telesa s telesi modelov.

Glede ostalih socialno-demografskih dejavnikov smo predpostavili, da bodo velikost kraja bivanja, ITM, izobrazba staršev, socialno-ekonomski status, statistično pomembno povezani z vidiki posameznikove telesne samopodobe in zadovoljstvom z njo.



## ::METODOLOGIJA

### Udeleženci

V raziskavo je bilo vključenih 457 anketirancev. Udeleženci raziskave so bili študenti in študentke iz srbsko-muslimanskega okolja Univerze v Novem Pazaru, Srbija (n = 195) ter študenti in študentke Univerze v Mariboru, Slovenija (n = 261). V povprečju je bilo anketiranih več žensk (66% v srbskem in 70% v slovenskem vzorcu) kot moških (34% v srbskem in 30% v slovenskem vzorcu). Večina udeležencev je bila v starostnem razponu med 18. in 27. letom.

### ::Instrumenti

Glede na cilje in predvidevanja pričujoče raziskave smo uporabili skalo različnih telesnih postav obeh spolov, ki so jo leta 1983 oblikovali Stunkard, Sorenson in Schlusinger, za ugotavljanje družbenega fenomena telesne samopodobe.

Silhuete obeh spolov so nanizane od ekstremno suhe, do ekstremno debele postave (od 1 do 9 za moško telesno postavo in od a do i, za žensko telesno postavo; pri čemer sta 1 in a ekstremno suhi postavi ter 9 in i ekstremno debeli).

Anketiranci so se v anketi morali odločiti za tip postave, ki najbolj ustreza: (1) vaši trenutni postavi, (2) vaši idealni postavi, (3) najbolj vitki/suhi postavi, ki se vam zdi še sprejemljiva za vaše telo, (4) najbolj privlačni ženski postavi (odgovarjajo samo moški), (5) najbolj privlačni moški postavi (odgovarjajo samo ženske), (6) postavi, ki že meji na anoreksijo in (7) postavi, ki že meji na debelost.

V nadaljevanju so anketiranci ocenjevali svojo postavo (1 - ekstremno suha, 7 - ekstremno debela) ter zadovoljstvo s svojo trenutno postavo (1 - zelo nezadovoljen, 5 - zelo zadovoljen).

V drugem sklopu nas je zanimal vpliv medijev na telesno samopodobo. Anketirancem so bila zastavljena vprašanja o pogostosti primerjanja svojega telesa s postavami modelov v medijih (tv, modne revije), o pogostosti prisotne želje, da bi izgledali kot modeli ter o frekvenci pojavljanja vprašanja, kaj počnejo modeli, da dosejajo in vzdržujejo tako popolno in lepo telo (1 - nikoli, 5 - vedno). V zadnjem vprašanju so udeleženci raziskave odgovorili še, kako pogosto berejo modne revije (1 - večkrat tedensko, 5 - nikoli).

## ::Postopek

Raziskava o telesnem videzu in telesni samopodobi je bila vključena v okvir širše medkulturne raziskave o religioznosti in družbenih nazorih mladih v različnih družbah, ki jo je v letu 2007 izvedel Oddelek za sociologijo Filozofske fakultete Univerze v Mariboru.

Vzorec je vključeval dve nacionalno in versko različni skupini iz Slovenije in Srbije, dveh nekdanjih republik Jugoslavije.

Anketa je bila anonimna, v slovenskem in srbskem jeziku, izvedena po mladi 2007. Podatki so bili obdelani s pomočjo računalniškega statističnega programa SPSS 15.

## ::REZULTATI

Indeks telesne mase (ITM) smo izračunali kot količnik med telesno težo in kvadratom telesne višine. Povprečna vrednost ITM v slovenski skupini je bila 22,1 kg/m<sup>2</sup>, v srbski pa 21,7 kg/m<sup>2</sup>, razlike med povprečji primerjalnih skupin pa niso bile statistično pomembne ( $t(377,30) = 1,67$ ;  $p = ,10$ ).

V nadaljnjem smo ITM analizirali glede na štiri kategorije: (1.) ITM <18,5 kg/m<sup>2</sup> - premajhna telesna teža, (2.) ITM ≥ 18,5 kg/m<sup>2</sup> <24,9 kg/m<sup>2</sup>; idealna telesna teža, (3.) ITM ≥ 25 kg/m<sup>2</sup> <29,9 kg/m<sup>2</sup> - pretirana telesna teža; (4.) ITM ≥ 30 kg/m<sup>2</sup> - nevarno pretirana telesna teža. Deleži respondentov iz posamezne nacionalne skupine po omenjenih kategorijah so prikazani v tabeli 1.

Iz podatkov tabele je razvidno, da je bila v slovenski skupini primerjalno na srbsko manj izražena 2. kategorija, znatno bolj pa 3. in 4. V slovenskem vzorcu je bil delež posameznikov s pretirano in nevarno pretiranim indeksom telesne mase 15,3%, medtem ko je v srbskem vzorcu ta skupina predstavljala le 6%.

*Tabela 1: Deleži respondentov primerjalnih skupin po kategorijah ITM (v odstotkih)*

	Kategorije ITM (indeks telesne mase)			
	1.	2.	3.	4.
Slovenija	5,8	78,4	13,9	1,4
Srbija	6,0	88,0	6,0	0,0

Iz podatkov pridobljenih s pomočjo skale različnih telesnih silhuet obeh spolov (Stunkard, Sorenson in Schlusinger, 1983) smo v nadaljnjem znotraj spolov in glede na nacionalno pripadnost analizirali izbire oziroma ocene za

idealno postavo, najvitkejšo še sprejemljivo postavo, najbolj privlačno žensko ali moško postavo, mejno postavo za anoreksijo in mejno postavo za debelost. Opisni podatki in t preizkusi so prikazani v tabeli 2.

Primerjave izbir silhuet pri ženskah so pokazale statistično pomembne razlike v kategorijah najvitkejše še sprejemljive postave in mejne postave za debelost. V obeh primerih so slovenske respondentke izbrale vitkejše silhete, trend vitkejših silhuet pa je opazen tudi pri drugih kategorijah ocenjevanih postav.

Pri moških so bile statistično pomembne razlike pri izbiri najvitkejše še sprejemljive postave in mejne postave za anoreksijo, izrazit trend razlik pa je tudi pri najbolj idealni postavi. V vseh omenjenih primerih so slovenski respondenti izbrali vitkejše silhete, enak trend pa je tudi pri večini ostalih kategorij ocenjevanih postav (z izjemo izbire najprivlačnejše ženske postave).

Zaradi izbiranja različnih silhuet (ženska in moška inačica skale) pri moških in ženskah je bila direktna primerjava vprašljiva, podatki pa so kljub temu pokazali trend izbire vitkejših silhuet pri ženskah v vseh kategorijah postav razen pri najprivlačnejši postavi nasprotnega spola, kjer so bile pričakovano izbire pri moških 'vitkejše'.

Glede samopercepcije telesne postave je v obeh primerjalnih skupinah prevladovala srednja ocena, tako da so respondenti ocenili svojo postavo kot niti presuho niti predebelo (v slovenskem vzorcu je bilo teh 70,8%, v srbskem pa 91,1%). Razlike med povprečji niso bile statistično pomembne ( $t(322,61) = -1,07$ ,  $p = ,29$ ). Prav tako niso bile znotraj nacionalnih skupin statistično pomembne razlike med povprečji ocen lastne postave glede na spol (za slovenski vzorec je  $t(207) = -1,52$ ,  $p = ,13$ ; za srbski vzorec je  $t(188) = -1,13$ ,  $p = ,26$ ).

Pri ugotavljanju zadovoljstva s svojo trenutno postavo so rezultati pokazali, da so bili srbski respondenti bolj zadovoljni s svojim trenutnim telesnim videzom kot slovenski (povprečna ocena v srbskem vzorcu je bila 3,67, v slovenskem pa 3,37;  $t(396,96) = -3,28$ ,  $p < ,05$ ). Odstotek zelo nezadovoljnih in nezadovoljnih s svojim telesom v slovenski skupini je bil za 11,5% višji od srbskega, v srbskem vzorcu pa je bil za 13,5% višji odstotek zelo zadovoljnih in zadovoljnih s svojim telesom primerjalno glede na slovenski. Med tistimi z idealnim ITM (2. kategorija) je bilo več nezadovoljnih v slovenski skupini (12,9%) kot v srbski (5,7%).

Različnosti v zadovoljstvu s svojo trenutno postavo pa so prav tako znotraj posamezne nacionalne skupine glede na spol. Če v srbski skupini v zadovoljstvu s postavo med moškimi in ženskami praktično ni pomembnih razlik (povprečna ocena zadovoljstva s postavo pri ženskah je bila 3,66, pri moških pa 3,71;  $t(188) = 0,40$ ,  $p = ,69$ ), so v slovenski skupini respondentov ženske manj zadovoljne s svojo postavo kot pa moški (povprečna ocena zadovoljstva

s postavo pri ženskah je bila 3,25, pri moških pa 3,66;  $t(145,00) = 3,151$ ,  $p < ,01$ ).

*Tabela 2: Deskriptivne statistike in rezultati preverjanja razlik med aritmetičnimi sredinami silhuet pri posameznih kategorijah postav po spolu in glede na nacionalno pripadnost*

		<i>N</i>	<i>M<sup>a</sup></i>	<i>SD</i>	<i>t</i>	<i>df</i>	<i>p</i>
<b>Ženske</b>							
Najbolj idealna postava za vaše telo	Slovenija	146	2,68	,72	-3,45	261	,66
	Srbija	117	2,72	,72			
Najvitkejša realna postava za vaše telo	Slovenija	146	2,36	,72	-3,94	256	,00
	Srbija	112	2,71	,73			
Najprivlačnejša moška postava	Slovenija	143	3,22	,76	-1,15	263	,25
	Srbija	122	3,32	,68			
Postava, ki meji na anoreksijo	Slovenija	125	1,33	,55	-5,55	100,01	,59
	Srbija	84	1,41	1,42			
Postava, ki meji na debelost	Slovenija	128	5,38	1,12	-4,63	141,99	,00
	Srbija	93	6,37	1,81			
<b>Moški</b>							
Najbolj idealna postava za vaše telo	Slovenija	62	3,52	,76	-1,80	116	,08
	Srbija	56	3,79	,87			
Najvitkejša realna postava za vaše telo	Slovenija	63	2,76	,89	-4,96	117	,00
	Srbija	56	3,66	1,08			
Najprivlačnejša ženska postava	Slovenija	62	3,19	,92	,63	117	,53
	Srbija	57	3,11	,56			
Postava, ki meji na anoreksijo	Slovenija	53	1,38	,49	-3,68	48,07	,00
	Srbija	46	2,74	2,47			
Postava, ki meji na debelost	Slovenija	51	6,00	1,06	-1,10	68,86	,28
	Srbija	46	6,35	1,90			

Opomba. <sup>a</sup>Zaradi nazornosti in primerljivosti smo žensko skalo telesnih silhuet prekodirali iz sistema od a do i v numerični sistem od 1 do 9.

V nadaljnjem so predstavljeni rezultati glede vpliva medijev na percepcijo telesne podobe.

Priljubljenost branja modnih revij je glede na podatke pričujoče raziskave različna v primerjanih sociokulturnih okoljih ( $t(340,07) = 1,98$ ,  $p < ,05$ ). V srbski skupini je bilo 28,1% respondentov, ki so poročali, da večkrat tedensko oz. vsaj enkrat na teden berejo modne revije, v slovenski pa je bilo takšnih 17,7%; hkrati pa je bilo respondentov, ki redko ali nikoli ne berejo modnih

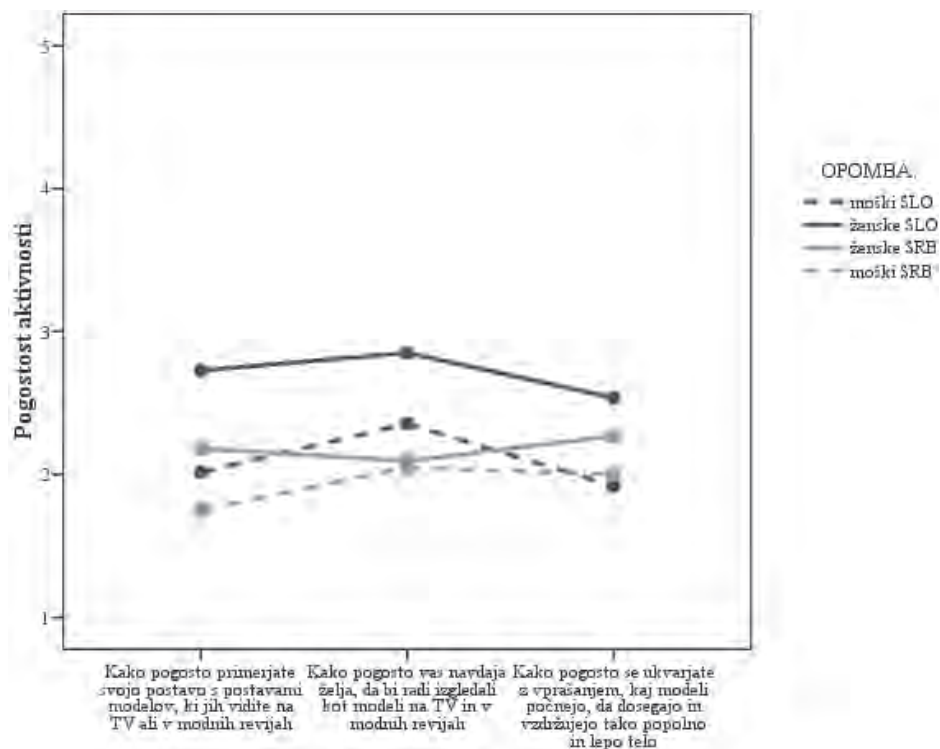
revij, v srbski 30,8% in slovenski skupini 57,5%. Prav tako je bila pogostost branja modnih revij različna med moškimi in ženskami ne glede na nacionalno pripadnost (v slovenskem vzorcu je  $t(120,58) = -6,68$ ,  $p < ,01$ ; v srbskem pa  $t(106,58) = 4,63$ ,  $p < ,01$ ). V srbski skupini je bilo 17,0% moških in 33,3% žensk, ki večkrat tedensko oz. vsaj enkrat na teden berejo modne revije, v slovenski pa je bilo takšnih pri moških 6,4% in pri ženskah 22,5%; hkrati pa je bilo respondentov, ki redko ali nikoli ne berejo modnih revij, v srbski skupini med 54,2% moškimi in 19,8% ženskami, ter v slovenski skupini med 85,5% moškimi in 45,6% ženskami.

Sklop vprašanj o vplivu modelov iz TV in modnih revij na telesno podobo respondentov v primerjanih skupinah smo analizirali z multivariatno analizo variance, metodo ponovnih meritev, kjer smo v model vključili kot dejavnike učinka med subjekti nacionalno pripadnost in spol. Rezultati preizkusa učinkov med subjekti so potrdili statistično pomembnost razlik tako pri nacionalni pripadnosti ( $F(1, 392) = 12,86$ ,  $p < ,01$ ) kot tudi spolu ( $F(1, 392) = 19,95$ ,  $p < ,01$ ), medtem ko učinek interakcije nacionalna pripadnost X spol ni bil enoznačen ( $F(1, 392) = 3,54$ ,  $p = ,06$ ). Primerjalno glede na deskriptivne statistike lahko povzamemo, da je bil vpliv medijev na telesno podobo bolj izrazit v slovenski skupini in med ženskami.

V nadaljnjem smo podrobneje analizirali vprašanja o vplivu medijev na telesno podobo glede na kombinirane podskupine po nacionalnosti in spolu, kar je prikazano na sliki 1. V prikazu je pri ocenah na vprašanjih še posebej izstopala skupina slovenskih respondentk kot tista, kjer je bil primerjalno vpliv medijev na telesno podobo največji. Tudi nadaljnje analize podskupin (post hoc preizkusi in homogeni nizi) so pokazale, da se vse ostale podskupine združujejo v skupen in od skupine slovenskih respondentk ločen niz. Omenjeno je prav tako v sozvočju s primerjavo zadovoljstva z lastnim telesom, kjer je bila skupina slovenskih respondentk tista, ki je bila primerjalno najmanj zadovoljna s svojo trenutno telesno postavo.

Med posameznimi vprašanji o vplivu medijev na telesno podobo je še posebej izstopalo drugo (*Kako pogosto vas navdaja želja, da bi radi izgledali kot modeli na TV in v modnih revijah?*), kjer so v vseh podskupinah razen podskupini srbskih žensk bile ocene pogostosti višje od ostalih vprašanj. Omenjeno vprašanje se najbolj neposredno nanaša na željo in potencialno vedenje posameznika v smeri družbeno pogojene idealizirane telesne podobe.

Omenjena vprašanja, ki odražajo vpliv modelov iz TV in modnih revij na telesno podobo respondentov so bila statistično pomembno povezana s pogostostjo branja modnih revij v obeh nacionalnih skupinah (v srbski skupini so bile korelacije med  $-0,21$  in  $-0,40$ , v slovenski pa med  $-0,40$  in  $-0,42$ ). Splošen trend je torej v smeri, da je pogostejše branje modnih revij povezano s pogo-



Slika 1. Pogostost posamezne aktivnosti iz vprašanj o vplivu modelov iz TV in modnih revij na telesno podobo glede na podskupine respondentov po spolu in nacionalnosti.

stejšo primerjavo lastnega telesa s postavami modelov, s pogostejšo željo po izgledu kot modni modeli in pogostejšim spraševanjem o tehnikah modelov za doseg in vzdrževanje postave.

V nadaljnem smo ugotavljali povezanost spremenljivke zadovoljstva z lastno postavo (kot osrednje spremenljivke vrednotenja lastne telesne samopodobe) s spremenljivkami medijskega vpliva in izbranimi socialno-demografskimi spremenljivkami. Korelacije so predstavljene v tabeli 3.

Iz tabele lahko povzamemo, da so imele spremenljivke medijskega vpliva podoben trend povezanosti tako v srbski kot slovenski skupini. Pogostost branja modnih revij tako ni bila statistično pomembno povezana z oceno zadovoljstva z lastno postavo. Pri vprašanjih vpliva modelov na TV in v modnih revijah pa je bila povezava statistično pomembna in negativna, iz česar lahko izpeljemo, da je višje nezadovoljstvo z lastno postavo povezano s pogostejšo primerjavo lastnega telesa s postavami modelov (razen v primeru srbske skupine), s pogostejšo željo po izgledu kot modni modeli in pogostejšim spraševanjem o tehnikah modelov za doseg in vzdrževanje postave.

*Tabela 3: Povezanost zadovoljstva z lastno postavo s spremenljivkami medijskega vpliva in izbranimi socialno-demografskimi spremenljivkami*

	Zadovoljstvo z lastno postavo	
	Slovenski vzorec	Srbski vzorec
Kako pogosto berete modne revije?	,13	,10
Kako pogosto primerjate svojo telesno postavo s postavami modelov, ki jih vidite na TV in v modnih revijah?	-,20**	-,09
Kako pogosto vas navdaja želja, da bi radi izgledali kot modeli na TV in v modnih revijah?	-,35**	-,25**
Kako pogosto se ukvarjate z vprašanjem, kaj modeli počnejo, da dosegajo in vzdržujejo tako popolno in lepo telo?	-,28**	-,33**
ITM	-,26**	-,11
Očetova izobrazba	,20**	-,19**
Materina izobrazba	,19**	-,20**
Velikost kraja bivanja	-,04	,06
Vrednost družinskega premoženja	,13	-,03
Skupni mesečni prihodki družine	,13	-,06

*Opomba.* \*\* p < .01

ITM je bil statistično pomembno povezan z zadovoljstvom z lastno postavo samo pri slovenski skupini udeležencev. Pri omenjeni skupini je nižji ITM povezan z višjim zadovoljstvom z lastnim telesom in obratno.

Pri povezavi izobrazbe matere in očeta z zadovoljstvom z lastno postavo so se pokazale zanimive različnosti med primerjanima nacionalnima skupinama. V slovenskem vzorcu je namreč višja izobrazba matere ali očeta povezana z višjim zadovoljstvom, pri srbski skupini pa je povezava negativna – višje zadovoljstvo se povezuje z nižjo izobrazbo matere ali očeta.

V obeh raziskovanih skupinah ni bilo zaznati statistično pomembne povezanosti med zadovoljstvom z lastno postavo in velikostjo kraja bivanja, vrednostjo družinskega premoženja in skupnimi mesečnimi prihodki družine.

## **::RAZPRAVA**

Glavni namen medkulture raziskave, ki smo jo izvedli med slovenskimi in srbskimi študenti in študentkami, je bil ugotoviti vpliv medijev ter različnih demografskih in družbenih dejavnikov na posameznikovo percepcijo lastnega telesa, njegovo samopodobo in telesne ideale.

Rezultati so potrdili, da obstajajo določene medkulturne variacije glede telesne samopodobe. Čeprav so respondenti obeh nacionalnih vzorcev svojo postavo ocenili kot niti presuho niti predebelo, se je pri ugotavljanju zadovoljstva z lastno postavo pokazalo, da so srbski udeleženci raziskave bolj zadovoljni s svojim telesom kot njihovi vrstniki iz Slovenije. Sicer drži, da je bil delež posameznikov s pretiranim in nevarno pretiranim ITM v slovenskem vzorcu večji kot v srbskem, pa kljub temu ne gre spregledati, da obstaja v vzorcu bistveno več slovenskih študentov in študentk, ki so pri svojem idealnem ITM še vedno nezadovoljni s svojo trenutno telesno postavo.

Kot statistično pomemben dejavnik vpliva na zadovoljstvo z lastno postavo se je pokazala stopnja izobrazbe matere in očeta in delno tudi ITM, medtem ko drugi navedeni demografski dejavniki (velikost kraja bivanja, vrednotenje družinskega premoženja, mesečni prihodek družine) niso bili v statistično pomembni povezanosti z lastnim telesnim zadovoljstvom.

Kot smo predvidevali, je nižji ITM pozitivno vplival na večjo zadovoljstvo z lastno postavo, vendar pa je bila ta korelacija statistično pomembno povezana le pri slovenskem vzorcu.

Pri analizi vpliva izobrazbe staršev na zadovoljstvo z lastno postavo smo ugotovili, da je v slovenskem vzorcu višja izobrazba matere in očeta pozitivno vplivala na posameznikovo zadovoljstvo z lastnim telesom, v srbskem vzorcu pa je bilo večje zadovoljstvo z lastno postavo povezano z nižjo stopnjo izobrazbe staršev.

Razlike glede telesne samopodobe so postale izrazitejše, ko smo poleg nacionalne pripadnosti upoštevali tudi spremenljivko spola. Slovenske študentke so bile od vseh kategorij najmanj zadovoljne s svojim telesom, pri izbiri telesnih silhuet pa so izbrale vitkejše telesne figure kot ostale skupine. Tudi moški v slovenskem vzorcu so kazali na večjo nezadovoljstvo z lastno telesno postavo in tudi oni so v primerjavi z vrstniki iz Srbije izbrali vitkejše telesne silhete. Kot pričakovano so ženske v obeh nacionalnih skupinah kazale večjo nezadovoljstvo z lastnim telesom kot moški.

Kot lahko povzamemo, številne študije ugotavljajo, da zaradi družbenega pritiska, ki ga vršijo predvsem množični mediji, ženski spol že v otroštvu razvije pričakovan vedenjski vzorec do idealnih medijskih podob (Murner, Smolak, Mills, Good, 2003). Dekleta v mladosti ponotranjijo lepotne ideale, ki določajo njihovo zaznavo, občutke in zavest o lastnem telesu.

Pri ugotavljanju pogostosti branja modnih revij so rezultati pokazali, da srbski študenti in študentke bistveno pogosteje prebirajo modne revije kot slovenski.

Čeprav smo predvidevali, da bo večja frekvenca izpostavljenosti modnim revijam pozitivno korelirala z večjim telesnim nezadovoljstvom, smo ugotovili,



da med pogostostjo branja modnih revij ter oceno zadovoljstva z lastno postavo ne obstaja statistično pomembna povezava. Tako so srbski udeleženci, kljub pogostejšemu branju modnih revij, bolj zadovoljni s svojo trenutno telesno postavo, kot slovenski.

Do podobnih ugotovitev so prišle tudi nekatere druge medkulturne raziskave, ki so se ukvarjale z vplivom medijev na posameznikovo telesno samopodobo (Tiggemann, Verri, Scaravaggi, 2005; Tiggemann, Rüütel, 2001). Tudi v omenjenih raziskavah so ugotovili, da med različnimi skupinami sicer prihaja do statističnih razlik glede stopnje izpostavljenosti modnim revijam, ni pa nujno, da je skupina, ki v povprečju več bere modne revije, tudi bolj obremenjena s svojo telesno postavo in videzom.

V analizi med avstralskimi in italijanskimi študentkami (Tiggemann, Verri, Scaravaggi, 2005) so se simptomi motenj hranjenja ter telesno nezadovoljstvo kot posledica večje izpostavljenosti modnim revijam pojavili samo pri avstralskih študentkah, medtem ko v italijanski skupini mediji niso sprožili pričakovanih negativnih učinkov v zvezi s telesno percepcijo anketirank. Tudi v raziskavi Tiggemannove in Rüütelove so Estonke pogosteje brale modne revije in tudi več časa gledale televizijo kot vrstnice v Avstraliji. Kljub večji medijski izpostavljenosti, podobno kot v srbskem vzorcu, študentke iz Estonije niso kazale večjega nezadovoljstva z lastnim telesom.

V okviru naše raziskave smo poleg splošnega vpliva medijev na zadovoljstvo z lastno postavo ugotavljali tudi pogostost primerjanja lastne postave s postavami modnih modelov, ki jih kažejo množični mediji, zanimalo pa nas je tudi, kako pogosto si posamezniki želijo, da bi tudi sami izgledali kot modeli na TV in v revijah. Ugotovili smo, da slovenske študentke v primerjavi z ostalimi kategorijami udeležencev bistveno pogosteje primerjajo lastno telo s postavami modelov, imajo izrazitejšo željo, da bi izgledale kot modni modeli ter se tudi pogosteje ukvarjajo s vprašanjem, kaj počnejo modeli, da dosega in vzdržujejo popolno telo, hkrati pa slovenske respondentke predstavljajo kategorijo, pri kateri je prisotna tudi najnižja stopnja zadovoljstva s svojo telesno postavo. V okviru raziskave smo tako potrdili obstoj pozitivne korelacije med stopnjo nezadovoljstva in pogostostjo primerjave lastnega telesa s postavami modnih modelov (razen pri skupini srbskih študentk), pogostostjo postavljanja vprašanja, kako uspeti izgledati kot model ter vprašanjem, kakšne so tehnike modelov za vzdrževanje idealne telesne postave.

Čeprav so rezultati pokazali, da pogostost branja modnih revij neposredno ne korelira z zadovoljstvom z lastno telesno postavo, pa smo s podrobnejšo analizo prišli do ugotovitve, da obstaja pozitivna korelacija med pogostostjo branja modnih revij ter pogostostjo primerjave lastnega telesa s postavami modelov, pogostostjo prisotne želje izgledati kot modni model ter pogostostjo

postavljanja vprašanja, kako modeli vzdržujejo in ohranjajo svojo idealno postavo.

Iz ugotovitev lahko izpeljemo, da tako večje nezadovoljstvo z lastno telesno postavo kot tudi rednejše branje in pregledovanje modnih revij, predvsem pri mladih udeležencih (študentih in študentkah), vpliva na: pogostejše primerjanje lastnega telesa z idealnimi telesi modelov, pogostejšo ukvarjanjem z željo doseči izgled modnega modela, kot tudi na pogostejšo ugotavljanje tehnik, ki jih uporabljajo modeli za doseg in vzdrževanje svoje postave.

Rezultati raziskave so ovrgli naše predvidevanje, da bo večja izpostavljenost modnim revijam negativno vplivala na posameznikovo percepcijo lastnega telesa. Prav nasprotno, ravno skupina slovenskih študentov, ki je bistveno manj pogosto brala modne revije, je kazala večje nezadovoljstvo s svojo telesno postavo. Največje nezadovoljstvo je bilo prisotno pri slovenskih študentkah, ki so za razliko od srbskih vrstnic, bile bistveno manj nagnjene k prebiranju modnih revij. Iz tega lahko izpeljemo, da frekvenca branja modnih revij ni v neposredni povezavi s telesnim nezadovoljstvom, kar pa nas privede do novih ugibanj o vzroku pojavljanja telesnega nezadovoljstva pri določeni skupini.

Na podlagi dobljenih rezultatov sklepamo, da je vzrok telesnemu nezadovoljstvu nezavedno ponotranjenje telesnih idealov. Ponotranjenje idealov je proces, ki poteka v okviru socializacije in ni odvisen (samo) od pogostosti branja modnih revij oziroma od frekvence izpostavljenosti različnim modnim medijem. Nenehna izpostavljenost idealiziranim telesom, ki v sodobni družbi posameznika spremljajo na vsakem koraku, opazovalcu/gledalcu govorijo, "kaj je lepo". Opazovalec/gledalec ta lepotni ideal ponotranji, ga projicira nase ter ga obenem pripisuje modelom. Razkorak med lastnim telesnim izgledom in ponotranjeno sliko idealnega, ki je praktično nedosegljiva, posameznika navdaja z lastnim nezadovoljstvom in z občutkom manjvrednosti.

## ::ITERATURA

- Adams, K., Sargent, R. G., Thompson, S. H., Richter, D., Corwin, S. J., Rogan, T. J. (2000): "A study of body weight concerns and weight control practices of 4th and 7th grade adolescents." V: *Ethnicity and Health*, 5, 79-94.
- Anderson-Fye, E., Becker, A. (2003): "Eating disorders across cultures." V: *Handbook of Eating Disorders and Obesity*, str. 565-89.
- Ball, K., Kenardy, J. (2002): "Body weight, body image and eating behaviours - relationships with ethnicity and acculturation in a community sample of young Australian women." V: *Eating Behaviors*, 3, str. 205-216.
- Bissel, K., Zhou, P. (2004): "Must-see TV or ESPN: entertainment and sports media exposure and body-image distortion in college women." V: *Journal of Communication*, 54, str. 5-21.
- Cachelin, F. M., Monreal, T. K. Juarez, L. C. (2006): "Body image and size perceptions of Mexican American women." V: *Body Image*, 3, str. 67-75.
- Cachelin, F. M., Rebeck, R. M., Chung, G. H., Pelayo, E. (1996): "Does ethnicity influence body-size preference? A comparison of body image and body size." V: *Obesity Research*, 10(3), str. 158-166.
- Caldvel, M. B., Brownell, K. D., Wilfley, D. E. (1997): "Relationship of weight, body dissatisfaction, and self-esteem in African-American and female dieters." V: *International Journal of Eating Disorder*, 22, str. 127-130.
- Ducan, M., Al-Nekeeb, Y., Nevill, A. M. (2004): "Body esteem and body fat in British school children." V: *Body Image*, 1, str. 311-315.
- Engeln-Maddox, R. (2006): "Buying a beauty standard or dreaming of a new life? Expectations associated with media ideals." V: *Psychology of Women Quarterly*, 30(3), str. 258-266.
- Festinger, L. (1954): "A theory of social comparison processes." V: *Human Relations*, 7, str. 117-140.
- Franko, L. D., Striegel-Moore, R. H. (2002): "The role of body dissatisfaction as risk factor for depression in adolescent girls: Are the differences Black and White?" V: *Journal of Psychosomatic Research*, 53(5), str. 975-983.
- Garner, D. M. (1997): "The 1997 body image survey results." V: *Psychology Today*, str. 30-84.
- Gordon, B. F., Doroszewicz, K., Card, K., Adam-Curtis, L. (2004): "Association of the thin body ideal, ambivalent sexism, and self-esteem with body acceptance and the preferred body size of college women in Poland and the United States." V: *Sex Roles*, 50 (5), str. 331-346.
- Hawkins, N., Richards, P., Granley, H., Stein, D. (2004): "The impact of exposure to the thin-ideal media image on women." V: *Eating Disorders*, 12(1), str. 35-50.
- Hamilton, E., Mintz, L., Kashubek-West, S. (2007): "Predictors of media effects on body dissatisfaction in European American women." V: *Sex Roles*, 56(5-6), str. 397-402.
- Henderson-King, D., Henderson-King, E., Hoffmann, L. (2001): "Media images and women's self-evaluation: Social context and importance of attractiveness as moderators." V: *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27, str. 1407-1416.
- Hill, A. (2006): "Motivation for eating behavior in adolescent girls: The body beautiful." V: *Proceedings of the Nutrition Society*, 65(4), str. 376-384.
- Irving, L. M. (1990): "Mirror images: Effects of the standard of beauty on the self and body-esteem of women exhibiting varying levels of bulimic symptoms." V: *Journal of Social and Clinical Psychology*, 9, str. 230-242.
- James, W. (1890): *Principles of psychology*. New York, Holt.
- Jansen, A., Vries, M. (2001): "Pre-attentive exposure to the thin female beauty ideal does not affect women's mood, self-esteem and eating behaviour." V: *European Eating Disorders Review*, 10(3), str. 208-217.
- Jung, J. (2006): "Media influence: Pre- and postexposure of college women to media images and the effect of mood and body image." V: *Clothing and Textiles Research Journal*. 24(4), str. 335-344.

- Jung-Hwan, K., Lennon, S. J. (2007): "Mass media and self-esteem, body image and eating disorder tendencies." V: *Clothing and Textiles Research Journal*, 25, str. 3-23.
- Kobal, D. (2001): *Temeljni vidiki samopodobe*. Ljubljana, Pedagoški inštitut.
- Kobal-Grum, D. (2003): *Bivanja samopodobe*. Ljubljana, izd.
- Levine, M. P., Smolak, L. (1998): "The mass media and disordered eating: Implications for primary prevention." V: W. Vandereycken & G. Van Noordenbos (eds.): *Prevention of Eating Disorders* (str. 23-56). London: Athlone.
- Mayville, S., Katz, R. C., Gipson, M. T., Cabral, K. (1999): "Assessing the prevalence of body dysmorphic disorder in an ethnically diverse group of adolescents." V: *Journal of Child and Family Studies*, 8(3), str. 357-362.
- Molloy, B. L., Harzberger, S. D. (1998): "Body image and self-esteem: A comparison of African-American and Caucasian Women." V: *Sex Roles*, 38(7-8), str. 631-643.
- Mossaver-Rahmani, Y., Pelto, G. H., Ferris, A. M., Allen, L.H. (1996): "Determinants of body size perceptions and dieting behavior in a multiethnic group of hospital staff women." V: *Journal of the American Dietetic Association*, 96(3), str. 252-256.
- Murnen, S. K., Smolak, L., Mills, J. A., Good, L. (2003): "Thin, sexy women and strong, muscular men: Grade-school children's responses to objectified images of women and men." V: *Sex Roles*, 49 (9-10), str. 427-437.
- Neumark-Sztainer, D. et al. (2002): "Ethnic/racial differences in weight - related concerns and behaviors among adolescent girls and boys - Findings from Project EAT." V: *Journal of Psychosomatic Research*, 53(5), str. 963-974.
- Richins, M. (1991): "Social comparison and the idealized images of advertising." V: *Journal of Consumer Research*, 18, str. 71-82.
- Safir, M., Flaisher-Kellner, S., Rosenmann, A. (2005): "When gender differences surpass cultural differences in personal satisfaction with body shape in Israeli college students." V: *Sex Roles*, 52(5-6), str. 369-378.
- Snooks, M. K., Hall, S.K. (2002): "Relationship of body size, body image and self-esteem in African American, European American and Mexican American middle-class women." V: *Health Care For Women International*, 23(5), str. 460-466.
- Swami, V., Tovée, M. J. (2005): "Female physical attractiveness in Britain and Malaysia: A cross-cultural study." V: *Body Image*, 2, str. 115-128.
- Tiggemann, M. (2003): "Media exposure, body dissatisfaction and disordered eating: television and magazines are not the same!" V: *European Eating Disorders Review*, 11(5), str. 418-430.
- Tiggemann, M., Rüütel, E. (2001): "A cross-cultural comparison of body dissatisfaction in Estonian and Australian young adults and its relationship with media exposure." V: *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 32(6), str. 736-742.
- Tiggemann, M., Verri, A., Scaravaggi, S. (2005): "Body dissatisfaction disorder eating, fashion magazines and clothes: A cross-cultural comparison between Australian and Italian young women." V: *International Journal of Psychology*, 40(5), str. 293-302.
- Vandereycken, W. (2006): "Media influences and body dissatisfaction in young women." V: *Eating Disorders Review*, 17(2), str. 7-17.