

LJEPOTA JE U OK(OV)U INSTAGRAMA (Štetni uticaji fotošopa na tinejdžere)

*Dr. sc. Vahida Djedović
Savjetovanište VD
Zlatarska 10, 75 000 Tuzla*

Sažetak: *Magični fotošop puno je bolji od plastične hirurgije, jer lice dovodi do savršenstva, a ne pravi, niti ostavlja ožiljke. Ipak, njegova pretjerana upotreba nije sasvim bez posljedica, jer Instagram standardi promoviraju izmijenjene i fotošopirane slike, ali time nameću nerealne standarde ljepote. Insta izgled postao je popularan među mladim djevojkama, pa iako su te djevojke lijepe same po sebi, ovaj izgled ih udaljava od stvarnosti i pretara u avatare. Insta izgled ih čini egocentričnim mladim djevojkama koje nemaju dovoljno samopoštovanja i samopouzdanja, kao ni empatije. Iako je empatija jedna od ključnih osobina za sreću, insta djevojke sreću nalaze u ličnom izgledu i dosta im je stalo do mišljenja drugih, odnosno stalo im je do broja lajkova i broja pratilaca na društvenim mrežama. Cilj rada je prikazati kako nametnuti standardi ljepote negativno utiču na odrastanje i formiranje identiteta mladih. U radu je prikazan slučaj jedne petnaestogodišnjakinje koja je, zbog naglog pada popularnosti na Instagramu, zapala u depresivnu fazu sa suicidalnim idejama. U skladu sa istraživanjima koja su pokazala da je osjećaj nesigurnosti, koji je karakterističan za ovaj standard ljepote, a koji opet vodi u egocentrizam i otuđenost od sebe, moguće umanjiti i prevenirati drugačijim pristupom mladim djevojkama.*

Ključne riječi: *Instagram, tinejdžeri, fotošop, depresija, samopoštovanje*

UVOD

Ljepota se najčešće definiše kao estetska kategorija koja tradicionalno označava savršenstvo sklada. Ideal ljepote zavisi od kulturnog konteksta, jer, čak i u okviru iste kulture, ideal ljepote se mijenja tokom vremena.

U filozofiji, ljepota je jedna od osnovnih kategorija kojima se označavaju temeljna svojstva bića. Grana filozofije koja se bavi ljepotom kao svojim predmetom zove se estetika. Emanuel Kant pojam ljepote objašnjava kao bezinteresantno sviđanje i to tako da je ono bez ikakve pojmovne spoznaje. Kantova pozicija se može prikazati na dvije podjele: jedna se veže uz realizam, a to je pozicija po kojoj postoji svijet nezavisno od nas i izgleda tačno tako kako ga vidimo, a druga uz antirealizam, koji po Kantu podržava postojanje vanjskog svijeta, ali naše iskustvo tog svijeta ne mora značajno odgovarati tome kakav je svijet sam po sebi. Druga podjela koju vezemo uz Kanta je vezana uz poziciju koja uključuje stvar samu posebi i, subjektivno, ono što se odnosi na pojedinca.⁴⁵

Kant je tvrdio da je ljepota zasnovana na bezinteresnom sviđanju oblika umjetničkoga dijela. Njegov je stav vidljiv iz citata: „Ukus je moć prepoznavanja nekoga predmeta ili nekoga načina predočavanja s pomoću sviđanja ili nesviđanja bez ikakva interesa. Predmet takvog sviđanja je lijep.“⁴¹ Važno je napomenuti da se ne treba iznositi interes, jer se samim iznošenjem interesa, eliminiše mogućnost ljepote kao univerzalne vrijednosti. Lijep je onaj predmet koji se univerzalno sviđa. (Kant, 1976, str. 45)

⁴⁵ (<https://vdocuments.mx/uvod-u-filozofiju-56c73093b4427.html> 04.07.2022.)

Autor koji kritikuje Kantovu estetiku je Pearce koji tvrdi da: „ukoliko posmatraš lijepu ženu i razmišljaš o njoj kao o mogućoj seksualnoj osvojenoj osobi, nisi u mogućnosti za doživljaj njene pune ljepote u najvećem smislu, ometen si oblikom koji predstavlja tvoje iskustvo.“⁴⁶

Šta je Instagram?

Instagram se pojavio sada već davne 2010. godine, a popularan naziv dobio je spajanjem izraza „instant camera“ i „telegram“. Njegovi su tvorci Kevin Systrom i Mike Krieger koji su odlučili u fokus cijeloga projekta staviti fotografije.

Projekt je vrlo brzo napredovao, a velik uspon doživio je pojavom, sada već svima poznatih „hashtagova“. Oni služe lakšem pronalaženju fotografija od korisnika prema tematici koja ih zanima.

Instagram je kreativna i prije svega besplatna aplikacija pomoću koje fotografije i videozapisi u kratkom vremenu postaju viralni i šire se zajednicom istoimenog naziva. Ova inovativna aplikacija omogućava korisnicima širom svijeta da snime, obrade i podijele svoje doživljaje s prijateljima, poznanicima i pratiteljima.

Današnji najmnogobrojniji korisnici Instagrama su pripadnici generacije Z. Novija djela iz područja upravljanja različitim generacijama (Presky 2001; Han, 2007; Montana i Petit, 2008; Knežević 2010; Levickaitė, 2010; Meister i Willyerd, 2010; Grail Research, 2011) govore o novoj generaciji koja je nastala ulaskom u novi vijek i koju autori nazivaju Generacijom Z. Generacija Z je rođena sredinom devedesetih godina i odrasla je s novom tehnologijom (Levickaitė, 2010).

Karakteristike Generacije Z

Glavno obilježje Generacije Z, jeste da je rasla za vrijeme velike recesije. Dok su prethodne dvije generacije imale osjećaj egzistencijalne nesigurnosti koji je tinjao u pozadini, ovoj je generaciji to bio glavni sadržaj odrastanja. U tehnološkom smislu ovo je prva generacija koja i ne zna za drukčiji svijet od informatičkog, te su međusobno povezaniiji više nego i jedna prijašnja generacija. Kompjuteri, mobiteli i društvene mreže za njih se podrazumijevaju i taj svijet, virtualni svijet, važan im je baš kao i stvarni.

Matthews (2008, prema Knežević, 2010) kao osnovni trend koji prati Generaciju Z navodi odrastanje u porodicama s manje članova u kojima oba roditelja rade, a često je i odrastanje samo s jednim roditeljem. Odrastanje u takvim porodicama znači da je riječ o djeci koja se, takoreći, sama odgajaju, jer su po cijele dane bez prisutnosti roditelja koji svoj nedostatak vremena, provedenog s djecom, nadomještaju kupovanjem igraćaka i novih tehnologija kako bi popunili prazninu koju su stvorili. Nove tehnologije, nedostatak komunikacije i uzburbani životni ritam dovode do brže samostalnosti ove grupe mladih i erozije njihovog djetinjstva (Matthews, 2008, prema Knežević, 2010).

Osim toga, Generacija Z pokazuje manju socijalnu osjetljivost u odnosu na dosadašnje generacije, introvertniji su, egocentrični, pasivni, vole biti u očima javnosti, izraženo je osjećanje bezvrijednosti kao i manjak empatije.

Cilj rada je prikazati kako nametnuti standardi ljepote negativno utiču na odrastanje i formiranje identiteta mladih.

U radu je prikazan slučaj jedne petnaestogodišnjakinje koja je, zbog naglog pada popularnosti na Instagramu zapala u depresivnu fazu sa suicidalnim idejama.

⁴⁶ Pearce, <http://www.skepticink.com/tipling/2013/04/19/philosophy-101-philpapers-induced-3-aesthetic-value-objective-or-subjective/>

Prikaz slučaja:

Alisa dolazi na psihoterapiju po majčinom nagovoru, jer majka je primijetila da se Alisa u posljednje vrijeme povlači i plače, a katkada je izuzetno drska i agresivna:

“Bila sam prelijepa petnaestogodišnjakinja, tek upisala gimnaziju i sa velikim planovima za svoju budućnost. Kažem bila, jer unazad nekoliko mjeseci naglo mi opada popularnost na Instagramu, a moja ogledala nisu kao što su nekad bila. Imala sam 89.000 pratilaca i savršene selfiee. Svaki dan novi, savršeniji i ljepši selfie od jučerašnjeg. I tako dan za danom, od moje šesnaeste godine. Zarađivala sam i novac. Međutim, kao da me neko urekao, pa pored svih fotošopova i uljepšavanja izgubila sam onu iskru koju ne može napraviti ni jedan fotošop, a izgubila sam i pratioce. Za dva mjeseca otišlo ih je više od tri hiljade. Četiri dana nisam napravila ni jedan selfie, jer ni jedan nije bio dovoljno dobar. Očajna sam, hvata me panika, postajem agresivna kada me neko od ukućana nešto pita, a ako u skorije vrijeme ne budem uspjela ostvariti savršeni selfie, ne znam šta će sa mnom biti. Ne znam da li imam razloga da živim. Molim Vas da mi pomognete da vratim onu svoju savršenu sliku.”

Rekla sam da joj ne mogu pomoći da vrati svoju savršenu sliku, ali joj mogu pomoći da se oslobodi nje. Slika o sebi je predstava koju imamo o svojoj ličnosti, sposobnostima, izgledu... Gradi se od djetinjstva i uveliko zavisi od toga kako nas drugi vide. Kada neko od nas izgradi pozitivnu sliku o sebi, onda nas očuvanje te slike može učiniti neosjetljivima za druge ili može udaljiti druge ljude od nas, jer strahujemo da bi oni mogli narušiti tu savršenu sliku. Savršena slika o sebi teži očuvanju, i to je neko sigurno mjesto za našu psihi: „Znam kakva sam i kakvom želim da me vide“.

Instagram djevojke, da bi očuvale svoju savršenu sliku, puno se daju, mnogo se investiraju, a na takav način zanemaruju druge. Fokusirane su samo na sebe. Njihovi postupci se stalno vrte oko njihove potrebe za lajkovima. Što imaju čvršću sliku o sebi, tim više zahtijevaju dokazivanja, lajkove, pratioce... Kada postoji opasnost da se ta savršena slika ugrozi, onda postoji opasnost da vidimo šta se zaista krije ispod te savršene slike.

Ako Insta djevojke svoju sliku stvaraju kao lijepu, prelijepu, jako teško će im pasti što ih neki ljudi neće vidjeti kao takve. Upravo, ovi osjećaji koji sačinjavaju ovakvu sliku (lijepa sam, divna sam, važna sam...), jesu oni osjećaji koji nam nedostaju u stvarnom životu, stvarnim relacijama i sa stvarnim ljudima. Prava istina je da su iza te slike neugodne emocije: strah, nesigurnost, nemoć, tuga..., s kojima mnogi od nas ne mogu da se nose. Ali, skidanje te slike može biti izuzetno olakšavajuće, jer u protivnom moraju stalno tražiti potvrdu i odvlačiti svoju pažnju s ružnijih stvari u životu.

Da bi otpustile savršenu sliku, važni su upravo ovi neugodni osjećaji, kojih se Insta djevojke moraju osloboditi, jer oni su stalno tu i kao da im govore da ispunjenje nije u pokazivanju uspjeha, važnosti, savršenstva. Jer, kada ovi osjećaji postanu preveliki, onda se više nije moguće držati za njih. Oni su kao balon koji se puni helijem. U jednom trenutku ih više ne možeš zadržati, više ne možeš kontrolisati njima.

Insta djevojke su toliko okupirane svojim izgledom, da su postale ovisne o sebi. Ta slika im daje osjećaj zadovoljstva i stvorile su psihički nagon za selfieima i lajkovima, a ovisnici o samima sebi i ovisne o pohvalama, lajkovima i divljenju drugih ljudi. Žele potvrdu da su neodoljive.

Ali, one ne vole sebe, nego sliku o sebi koju su stvorile da bi prikrile osjećaj manje vrijednosti. Zato je njihovom selfieu prioritet održavanja te idealne slike i na samom je vrhu njihovih životnih vrijednosti.

Zaključak

Da bi otpustile tu savršenu sliku o sebi, Insta djevojkama je potreban zdrav odnos, prijateljstvo i porodica, koji će im pokazati drugačiji pristup životu i prihvatanje problema kao sastavnog dijela života, rad na sebi i spremnost na otkrivanju sebe. U suprotnom, budući da odrastaju, ta slika pada u njihovim vlastitim očima, jer znaju da to nije prava vrijednost njih, a suočenje s rušenjem te slike može ih odvesti u depresiju, u zatvaranje u sebe. Kada se oslobode ove savršene slike, bit će potpuno slobodne da rade šta žele. Taj osjećaj mogu dobiti iz povezanosti sa stvarnim ljudima, iz boljeg kontakta sa stvarnim ljudima, iskrenijeg odnosa... Savršena slika je teret, a mogu ga se riješiti ako nauče prepoznati svoje emocije koje su bile sakrivene iza te savršene slike. Na takav način će se lakše povezati s drugima. Otkrivanje nepoznatog je hrabrost i donosi život. Donosi budućnost. Donosi život vrijedan istinskog življenja. Rad sa mladim generacijama, odnosno generacijama koje su rođene u doba interneta i Instagrama zahtijeva od svih stručnjaka, kao i porodice, maksimalnu angažovanost i uključenost u njihov odgoj i obrazovanje. Stručnjaci koji se bave odgojem i obrazovanjem djece posebnu pažnju trebaju posvetiti njihovom emocionalnom dijelu, a to zahtijeva dodatno obrazovanje samih stručnjaka.

Literatura:

1. Kant, I. (1976). Kritika moći suđenja. Beograd: Beogradski izdavačko-grafički Zavod
2. Knežević, I. (2010). Upravljanje Generacijom Z, Diplomski rad, Zagreb, Ekonomski fakultet.
3. Levickaitė, R. (2010). Generations X, Y, Z: How Social Networks Form the Concept of the World Without Borders (The Case of Lithuania), LIMES, 3(2): 170-183.
4. Pearce, MS. J. (2013). Philosophy 101 (Philpapers induced) #3 – Aesthetic value: objective or subjective.
5. Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants, MCB University Press, 9(5): 1-6.
6. <http://www.skepticink.com/tipling/2013/04/19/philosophy101-philpapers-induced-3-aesthetic-value-objective-or-subjective/>
7. (2011). Uvod u filozofiju. http://atvu.org/wordpress/wpcontent/uploads/2013/01/2011_pdf

BEAUTY THROUGH THE LENS OF INSTAGRAM (Harmful effects of photoshop on teenagers)

Dr. sc. Vahida Djedović

Abstract: *The magic of photoshop is much better than plastic surgery, because it brings the face to perfection without making or leaving visible scars. However, its excessive use is not entirely without consequences, as Instagram standards promote altered and photoshopped images, thereby imposing unrealistic standards of beauty. The „insta look” has become very popular among young girl, so even though these girls are beautiful in their own right, this trend takes them away from reality and turns them into avatars. This „insta look” makes young girls self centered while also lacking self-esteem and self-confidence, as well as empathy. Although empathy is one of the key factors for happiness, insta girls find happiness in their personal appearance and they care a lot about the opinion of others, i.e. they care about the number of likes and followers on social media. The aim of this work is to show how imposed beauty standards have a negative effect on growing up and the formation of identity among young people. The paper presents the case of a fifteen year old girl who, due to a sudden drop in popularity on Instagram, fell into a depressive phase with suicidal thoughts. In accordance with research that has shown that the feeling of insecurity, which is characteristic of this standard of beauty, and which again leads to egocentrism and alienation from oneself, can be reduced and prevented by a different approach to young girls.*

Keywords: *Instagram, teenagers, photoshop, depression, self-esteem*