



Christine de Kort

Niet hier om mooi te zijn





# Inhoud

	<b>Voorwoord</b>	<b>6</b>				
<b>I</b>	<b>Beeldretorica</b>	<b>9</b>	<b>3</b>	<b>Normalisering</b>	<b>31</b>	
	1.1	Klassieke retorica	10	3.1	Maakbaarheid	32
	1.2	Ethos, Pathos en Logos	10	3.2	Buiten de maat	33
	1.3	Inventio, Dispocio en Elocutio	14	3.3	Representatie	33
	1.4	Dinosaurussen en de dieetcultuur	14	3.4	Mattel, Barbie	35
	1.5	Beeldmanipulatie	15	3.5	NTR, Gewoon. Bloot.	38
	1.6	Peter DeVito, More than a trend	16	3.6	Karoline Vitto, The body as material	44
	1.7	Imme van der Haak, Beyond the body	20	3.7	Debora Dax, InConTextUre	45
	1.8	Cameron-James Wilson, Shudu	20			
<b>2</b>	<b>Nudging</b>	<b>25</b>	<b>4</b>	<b>Lichaamsstandaardisering</b>	<b>47</b>	
	2.1	Mag je mensen aansturen?	26	4.1	Belang van schoonheid	48
	2.3	Rationeel denken	27	4.2	Gevaar van lichaamsstandaardisering	49
	2.4	Gevaar van te veel keus	27			
	2.5	Keuzearchitectuur	28	<b>5</b>	<b>Analyse enquête</b>	<b>51</b>
	2.6	Caroline Rievers en Hans-Christian Bach, Adjust	29	<b>6</b>	<b>Conclusie</b>	<b>55</b>
					Literatuurlijst	59
					Bijlage	66



Tijdens mijn studie graphic design kreeg ik de term Human Matters met de paplepel ingegoten. Human matters staat voor mensgericht ontwerp. In de profilering van Artez Zwolle 2019 beschrijft Wilhelm Weithkamp Human Matters als volgt: *'Samenvattend zegt Human Matters dat de mens ertoe doet en dat deze het waard is om voor te vechten in de huidige wereld. In een wereld die steeds grotere economische verschillen kent, in een wereld met steeds grotere gevaren voor democratie en leefbaarheid. Human Matters is een kritiek op de ideologie van het maatschappelijk systeem waarin we leven.'*<sup>1</sup> De graphic designer wordt hierbij als het ware gezien als een sociaal-maatschappelijk probleem oplosser. Dit heb ik altijd al een mooie invalshoek van het vak gevonden. Toch werd mijn blik hierop door de jaren heen steeds kritischer.

In mijn optiek zien we in ons vak namelijk vaak conceptueel gezien veel belovende ontwerpen. Ontwerpen met een goed moreel, en goede idealen. Helaas houden deze ontwerpen in de echte wereld vaak niet lang stand. Bij vele ontwerpen wordt namelijk gevraagd voor een volledige culturele herziening of een herziening van systemen die buiten het directe bereik van ontwerpers liggen. Hierdoor zullen veel ontwerpen na een korte periode van glorie verdwijnen, puur doordat het op lange termijn (nog) niet uitvoerbaar is.

Iemand die ook kritiek had op het oplossende vermogen van design is Lucas Verweij. In een toespraak tijdens What design can do 2014, beschreef hij dit fenomeen als het creëren van industrie van hoop, zonder het probleem om te lossen. *'Design often generaties hope, but no solutions.'* *'Its turned into a hope industry. Designers raise hopes that turn out to be phantom solutions. A fifth design persona has appeared: the designer as illusionist.'*<sup>2</sup> Hij is dan ook van mening dat sommige problemen in de wereld niet opgelost kunnen worden door middel van ontwerp, en eerder politieke problemen zijn. Hij maakt hier een goed punt. We moeten accepteren dat wij ontwerpers niet de oplossing kunnen zijn voor elk probleem in de wereld, vooral als dit probleem vast zit aan decennia oude systemen.

Dat ontwerpers streven naar een betere, veiligere, eerlijkere, gezondere en duidelijker wereld is alsnog van groot belang. Ontwerpers geven namelijk op een vrij directe manier vorm aan de wereld en hoe we deze ervaren, invloed hebben we hier dus wel op. Maar hoe kan ik als ontwerper deze invloed uitoefenen op een manier waardoor ik voor een langdurige periode maatschappelijk relevant zal zijn? Hoe kan ik een directe impact hebben op het creëren van een betere wereld? Ik denk dat we hiervoor moeten starten bij de basis van alle culturele veranderingen. Om culturele herziening te creëren, moet je mensen overtuigen anders te denken of doen. Op deze manier kunnen we als ontwerpers pas echt zorgen voor langdurige impact. Voor een culturele herziening moeten we als het ware mensen heropvoeden. Door te kijken naar bijvoorbeeld een individu, in plaats van de massa, kunnen we sneller impact

hebben. Ik denk dat ontwerpers de kracht hebben om mensen aan te zetten tot langdurige verandering. Ik wil in deze scriptie gaan onderzoeken op welke manier ontwerp het beste mensen hun mentaliteit kan aansturen, zonder ze te beperken in hun vrijheid. Het is dus belangrijk voor mij om libertair paternalistisch te zijn. Relatief gezien is dit geen harde vorm van aansturen van mensen. Andere keuzes worden hierbij namelijk niet geblokkeerd of uitgeloten.<sup>3</sup>

Ik wil mij in mijn scriptie focussen op mentaliteitsverandering over het, vaak negatieve, lichaamsbeeld. Door de jaren heen heeft media, kunst en ontwerp goede maar ook veel foute inzichten overgebracht over gezond leven en schoonheidsidealen. Door deze foute inzichten zijn naar mijn mening te veel onzekerheden over lichaamsbeeld ontstaan. Overal op internet vind je reclames en video's over het behalen van een perfect lichaam. Maar hierbij wordt vaak geen rekening gehouden met andere belangrijke factoren, zoals het behouden van een stabiele mentale gezondheid. Het aantal eetstoornissen wordt in Nederland dan ook steeds groter. Het is tijd voor ons als ontwerpers om verantwoordelijkheid te nemen in de eerder verspreide misinformatie op het gebied van lichaamsidealens, en dit weer om te zetten tot iets positiefs.

In mijn scriptie ga ik niet in op waarom onze schoonheidsidealens zijn ontstaan of waar ze op gebaseerd zijn. Historisch gezien zijn er veel factoren die onze schoonheidsideaal bepaald hebben. Denk hierbij bijvoorbeeld aan kapitalisme, racisme of het patriarchaat. In plaats daarvan kijk ik naar hoe deze schoonheidsidealens in onze tijd juist in stand worden gehouden en wat de effecten zijn van deze idealens. Daarnaast kijk ik naar verschillende ontwerpers die juist tegen deze schoonheidsidealens in gaan. Deze ontwerpers kun je vinden op de gekleurde bladzijdes van dit boek.

Mijn scriptie valt dan ook onder te verdelen in twee delen. Enerzijds doe ik onderzoek naar de link tussen mentaliteit en ontwerp. Hoe communiceert ontwerp, en wat voor effect heeft dit op de ontvanger. Hierbij kijk ik naar de huidige situatie, en naar ontwerpers die naar mijn mening een stap in de juiste richting zetten. Anderzijds doe ik ook onderzoek naar de effecten van ons huidige lichaamsbeeld en de verschillende factoren die door het leven heen invloed hebben op het lichaamsbeeld. Hiermee hoop ik een duidelijk beeld te scheppen van de invloed en verantwoordelijkheid van de ontwerper over de gezondheid van de samenleving.

Voor mij is dit een vrij persoonlijk thema. Ik ben altijd al geïnteresseerd geweest in het ontwerpen, en de invloed van ontwerp op gedrag en mentaliteit. Vorig jaar kwam ik er na jaren aan ongelukkig zijn over mijn lichaam achter dat ik ook mijn eigen mentaliteit kan aanpassen. Eerst pakte dit ongezond uit. Ik had de gedachte dat ik mijn lichaam zelf kon ontwerpen. Dit zorgde voor een obsessieve kijk naar porties eten en een ongezonde kijk op sport.

Hierbij had schoonheid een grotere rol dan gezondheid. Sinds kort probeer in mijn mentaliteit hierin weer aan te passen. Ik probeer mijn lichaam nu te zien als iets wat er niet is om mooi te zijn, maar er is om te functioneren. Hoewel ik zelf ook nog een lange weg te bewandelen heb, ben ik al zeker gegroeid. In plaats van dat ik mijn lichaam wil veranderen, wil ik mijn gedachte over mijn lichaam veranderen. En dit wil ik ook doen voor anderen.

Zoals ik eerder al aan gaf, heb ik het idee dat wij als ontwerpers ons bruikbaar moeten stellen voor het individu. We moeten zorgen voor een mentaliteitsverandering over lichaamsidealën. Want alleen op deze manier zal het lukken om langdurig impact te hebben. Maar hoe doen we dit?

**Hoe zorgen we voor een mentaliteitsverandering over ons lichaamsbeeld doormiddel van ontwerp?**

<b>I.1</b>	Klassieke retorica	10
<b>I.2</b>	Ethos, Pathos en Logos	10
<b>I.3</b>	Inventio, Dispositio en Elocutio	14
<b>I.4</b>	Dinosaurussen en de dieetcultuur	14
<b>I.5</b>	Beeldmanipulatie	15
<b>I.6</b>	Peter DeVito, More than a trend	16
<b>I.7</b>	Imme van der Haak, Beyond the body	20
<b>I.8</b>	Cameron-James Wilson, Shudu	20

Om de vervreemding van beeld, die ik eerder in de inleiding benoemde, tegen te gaan moeten we kijken naar de beeldretorica. Beeldretorica wordt gebruikt om de overtuigingskracht van beeld te meten. Door het over de overtuigingskracht van beeld te hebben, gaan we ook beter begrijpen waarom dit zo'n enorme invloed heeft op onze mentaliteit, en kunnen we hier kritischer naar kijken. Bij beeldretorica wordt er focus gelegd op de opbouw van beeld, en wat dit communiceert. Hierbij wordt gekeken naar bijvoorbeeld ethos, logos en pathos.<sup>4</sup>

## 1.1 Klassieke retorica

De klassieke retorica is de basis van de beeldretorica die wij kennen. Klassieke retorica is de leer van de welsprekendheid. Het maakt gebruik termen zoals inventie inventio, dispositio, elocutio, memoria en actio. Al deze termen samen geven als het ware de volgorde weer van een goede overtuiging bij het vertellen van verhalen. Je begint bij inventio. Als rhetor, de spreker, bepaal je de inhoud van je verhaal. Hierbij let je goed op de omstandigheden en tijd dat je het verhaal kwijt moet. Het letten hierop heet kairos. Daarna orden je wat je wilt vertellen op een slimme manier. Dit valt onder Dispositio. Vanuit Dispositio ga je naar Elocutio. Dit is het opstellen van van het verhaal. Dit moet gedaan worden op een aansprekende manier. Dit doe je doormiddel van bijzonder taalgebruik, humor of bijvoorbeeld slimme herhaling. Dan heb je nog memoria en actio. Bij memoria oefen je het verhaal tot je hem helemaal goed kan vertellen. Ten slotte het je actio, waarbij je op een krachtige manier je verhaal verteld aan het publiek. Hierbij wordt rekening gehouden met houding, oogcontact en stemgebruik. Beeldspraak kan bij presenteren helpen om overtuigender over te komen. De klassieke retorica helpt dus voornamelijk bij het spreken. Nu onze wereld steeds meer gevuld wordt met beelden, is de beeldretorica ontstaan. Deze volgt dezelfde weg en termen als de klassieke retorica maar heeft ook een aantal nieuwe termen. Boven benoemde ik al eerder pathos, logos en ethos. Hoewel deze termen ook gebruikt worden bij overtuigend spreken, wordt het ook veel gebruikt bij het controleren van de overtuigingskracht van beelden. Ook zijn er modernere termen als framing en salience, die wel alleen bij de beeldretorica aansluiten.

## 1.2 Ethos, Pathos en Logos

Ethos, pathos en Logos zijn verantwoordelijk voor de overtuigingskracht van beeld. Ethos is de geloofwaardigheid van de rhetor. De kracht zit dus in de instelling of persoon die de boodschap wilt overbrengen. Zo zie je tegenwoordig op sociale media veel 'influencers' die van deze techniek gebruik maken. Door hun gezicht naast die van het product dat ze willen verkopen te zetten, laten ze zien dat dit product betrouwbaar is. Denk bijvoorbeeld aan

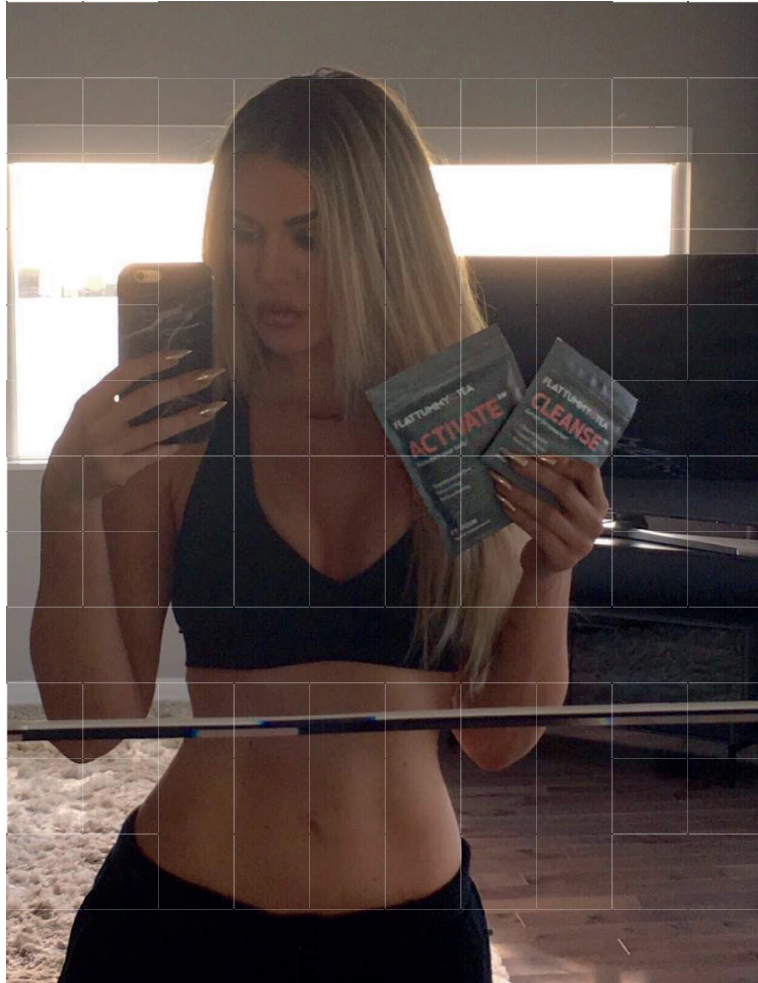
Khloe Kardashian die een post op Instagram zet over Flattummytea. <sup>[fig 1.2.1]</sup> Vele volgers van Kardashian zullen, zonder verder onderzoek te doen naar de werking van de thee, toch de thee aanschaffen. Doordat haar gezicht gekoppeld is aan het product, vertrouwen mensen het sneller.

Logos gaat daarentegen juist in op harde feiten. Hierin gaat beeld om een feitelijke toestand. Persfoto's danken hier hun overtuigingskracht aan. Vaak kunnen beelden zo overtuigend overkomen dat we er niet bij stil staan dat deze ook gemanipuleerd kunnen worden. Photoshop en andere edit programma's worden steeds breder en door veel meer mensen ingezet. Bij logos gaat het dus om de waarschijnlijkheid van beeld. Maar ook de wenselijkheid speelt een rol. Met wenselijkheid wordt bedoeld dat het beeld inspeelt op de mooiheid. Wat prettig is op het oog, wordt als vertrouwelijk gezien. Logos is dus de argumentatieve kracht van beeld. Als we terug gaan naar advertenties op Instagram is een bekend beeld de voor- en na foto's van afslankproducten. Zo heb je de Sarah Thomas weight loss techniek. <sup>[fig 1.2.2]</sup> Hierbij wordt je beloofd 11 kilo af te vallen in 1 maand, door middel van appelcider azijn en een supplement pil. Mensen worden overgehaald door de bewijsfoto's die op het internet te vinden zijn, en er wordt nogmaals weinig tot geen rekening gehouden met beeldmanipulatie.

Als laatst hebben we pathos. Pathos draait om het inspelen op de emoties van de toeschouwer. Als dit goed gebeurt, zullen mensen zonder twijfel in je beeld geloven. De emoties die overgebracht worden verschillen per doeleinde. Goede doelen gebruiken vaak empathie, en dus zielige beelden om aandacht te trekken. Of beelden waarbij de ontvanger zich een held gaat voelen. Bij marketing wordt vaak gebruik gemaakt geluksgevoel of seks. Zo heb je oneindig veel reclames of affiches die inspelen op seks, om een product te verkopen. Dit wordt aanzienlijk vaak gedaan bij advertenties over producten die ontwikkeld zijn voor ons uiterlijk. Producten die ons mooier, sexyer, schoner en gelukkiger moeten laten voelen in ons lichaam. Advertenties proberen ons dit gevoel mee te geven, voordat we het product überhaupt al hebben geprobeerd. <sup>[fig 1.2.3]</sup>

Het is wel belangrijk te onthouden dat het bij ethos, pathos en logos niet altijd om de waarheid gaat. Het gaat voornamelijk over het gevoel van waarheid over te brengen. Al de voorbeelden die hierboven werden genoemd, zijn of niet waar, of zwaar overdreven. Maar toch zijn ze voor velen wel overtuigend. Er is dus goed gebruik gemaakt van de beeldretorica.





[fig 1.2.1]

<https://www.instagram.com/p/BK4K8fCBAR4/>



[fig 1.2.2]

<https://weightlosslook.blogspot.com/2019/03/sarah-thomas-340-weight-loss.com>



[fig 1.2.3]

<https://www.pinterest.de/pin/291045194647653717/>

### 1.3 Inventio, Dispositio en Elocutio

Andere termen die belangrijk zijn tijdens een beeldanalyse zijn inventio, dispositio en elocutio. Dit zijn de fases die als het ware voor de ethos, pathos en logos komen. Het kijkt dan ook meer naar de communicatieve aspecten van het beeld, dan naar de overtuiging zelf. Inventio gaat over de gemaakte keuzes. Wat is er in het beeld te zien? En welke keuzes zijn hierin gemaakt? Is het beeld een selectie of gedeelte? En is het beeld goed getimed (kairos)?

Dispositio gaat in op de formele indeling van het beeld. Er wordt gekeken naar hoe hoofd- en bijzaken van elkaar worden onderscheiden. In de Instagram post van Khloe Kardashian is dan ook duidelijk te zien dat zij het meest opvallende is van de post. Dit is belangrijk aangezien zij als rhetor, de overtuigende kracht is van het beeld. Hetgeen wat daarna het meest opvalt, is de verpakking van thee zelf. Op deze wijze wordt de kijker dus meegelokt om het product te willen kopen.

Als laatst hebben we Elocutio, die in gaat op de gebruikte stijlmiddelen. Door middel van stijlmiddelen kan de maker van het beeld focus leggen op een bepaald segment van het beeld. Bekende stijlmiddelen zijn het gebruik van rijm, contrast, vergelijking, hyperbool, personificatie, Verbo-picturaal schema, Synecdoche, repetitio, metafoor, patsche en Oxymoron. Zo zie je bij de advertentie van de Sarah Thomas weight loss techniek er expres is gekozen om twee beelden te laten zien, een foto van voor het afvallen en eentje van daarna. Het contrast tussen de foto's is wat het beeld opvallend maakt.

### 1.4 Dinosaurussen en de dieetcultuur

Een goed voorbeeld waarbij de overtuigingskracht van beeld voorop staat is het beeld die wij hebben over dinosaurussen. Hoewel niemand ooit een dinosaurus in het echt heeft gezien, heeft toch iedereen een beeld van een dinosaurus in zijn hoofd. Het beeld wat wij dus hebben, is volledig vormgegeven door de mens.<sup>5</sup> We geloven in de beelden van dinosaurussen, door de ethos en pathos. De wetenschap geeft ons aan dat het zo zal zijn geweest, dus dit nemen wij aan. Door de ontwikkelingen in de wetenschap is ons beeld van dinosaurussen door de jaren heen blijven veranderen. Maar dit lijken we al snel weer te vergeten wanneer we weer overspoeld worden door beelden van hoe wij nu denken dat ze eruit hebben gezien. Op deze manier werkt ons lichaamsbeeld ook.

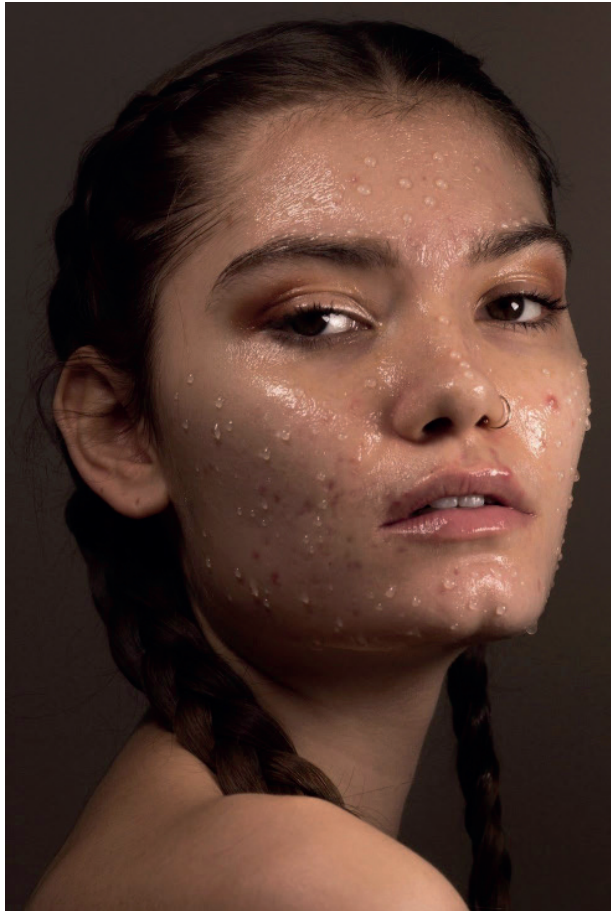
Overall komen we beelden tegen van het huidige lichaamsideaal, en vergeten we de oude lichaamsidealën. De voorbeelden die ik eerder aangaf, gaan allemaal overduidelijk over ons lichaamsbeeld. En samen hebben ze invloed op de idealen die we nastreven. In deze advertenties wordt het hebben van een slank, strak lichaam gekoppeld aan geluk. Er is tegenwoordig een hele markt ontwikkeld rondom de dieetcultuur. We geloven in deze dieetmarkt door de overtuigende beelden waarmee we overspoeld worden.

### 1.5 Beeldmanipulatie

Het is belangrijk om er rekening mee te houden dat niet alles wat je ziet direct waar is. Bij elk gemaakt beeld, zijn keuzes gemaakt. Sommige keuzes zijn subtiel, andere juist heel duidelijk. Beeld wordt zo gemanipuleerd dat het precies vertelt wat het moet vertellen. Een van de bekendste voorbeelden hiervan is doormiddel van het gebruik van Photoshop. Maar het gaat ook verder dan dat. Onder beeldmanipulatie valt bijvoorbeeld ook framing. De manier waarop een beeld wordt gekaderd. Ook de geselecteerde belichting en kleurgebruik kunnen van grote invloed zijn op hoe wij het beeld waarnemen.

Een belangrijk voorbeeld die er bij beeldmanipulatie te benoemen valt, zijn modellen. Al jaren lang wordt er in de modellenwereld druk gewerkt aan het creëren van het 'perfecte' plaatje. Reclamebureaus doen er alles aan om hun product zo mooi mogelijk de wereld in te brengen. De modellen die dit product verkopen, worden dan ook volledig geretoucheerd om dit doel te bereiken. Alle 'imperfecties' worden weggehaald, om zo dicht mogelijk bij ons huidige schoonheidsideaal te komen.

Tegenwoordig komt er steeds meer kritiek op het (extreem) manipuleren van beeld. *'Ik denk dat retouching erg schadelijk is voor de maatschappij. Het moedigt extreem onrealistische schoonheidsidealën aan, die de wereld heeft gecreëerd. Mensen vergelijken zichzelf met flawless foto's terwijl de waarheid is dat niemand er zo uitziet.'* Aldus Alexa Regelmann <sup>[fig. 1.5.1]</sup> in een interview met Peter DeVito.<sup>6</sup> Zij en meerdere modellen zijn er van overtuigd dat er juist schoonheid zit in imperfecties, en dat het schadelijk kan zijn om deze weg te halen. In Frankrijk is het dan ook sinds oktober 2017 verplicht om aan te geven wanneer een glamourfoto geretoucheerd is.<sup>7</sup> In Nederland zijn hier nog felle discussies over.

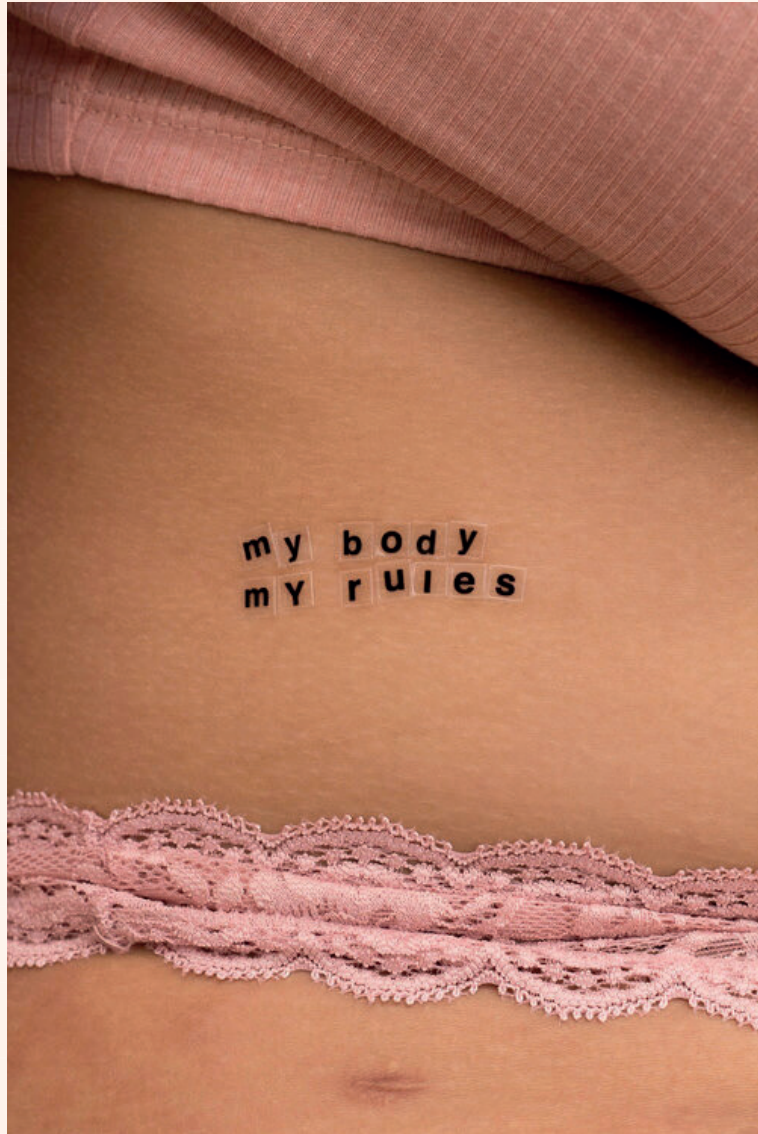


[fig 1.5.1]  
<https://www.peterdevito.com/vogue-netherlands#4>

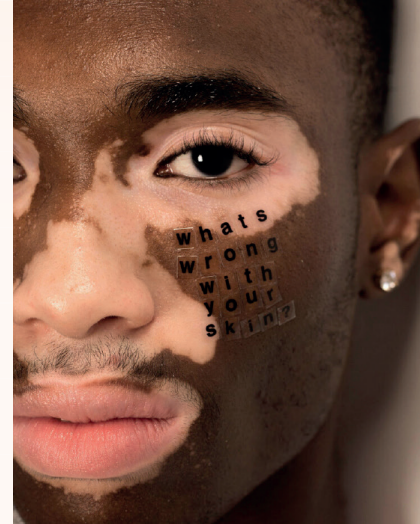
## 1.6 Peter DeVito, More than a trend

De New-Yorkse Fotograaf Peter DeVito houdt zich in zijn werk vooral bezig met het veranderen van de huidige schoonheidsstandaard. In verschillende fotoseries laat hij de diversiteit van schoonheid zien. [fig 1.6.1-3] Zo benoemde ik eerder al de foto's die hij maakte voor Vogue Nederland. Hij heeft een kritische kijk op de huidige ontwikkelingen rondom body-positivity.

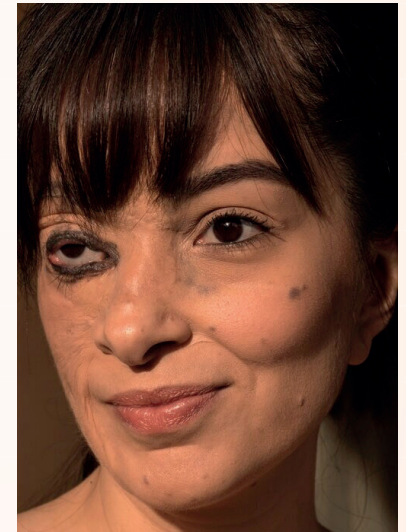
Op momenten twijfelt hij of de body-positivity movement tegenwoordig te veel een trend is geworden. De term wordt door steeds meer grote bedrijven gekapitaliseerd, met als doel er winst mee te maken.<sup>8</sup> Met deze kritische noot ging hij in gesprek met verschillende modellen. Samen vertelden ze hun verhaal in de fotoserie *'more than a trend'*. Door de gevoelige en up-close foto's wordt er genadeloos ingespeeld op de pathos. Het voelt alsof je een bent met de modellen. Door met influencers en modellen te werken speelt hij ook in op de Ethos. Met zijn werk wilt hij zo veel mogelijk mensen representeren, en thuis laten voelen. Iets wat voor mij heel belangrijk is. Representatie van natuurlijkheid is een grote stap als het gaat om lichaamsacceptatie. Hierbij gaat het om het vinden van natuurlijke schoonheid. Iets wat naar mijn gevoel vaak wordt vergeten in onze samenleving. Of zoals Peter DeVito verteld: *'We have to remove the prohibition of imperfection from our magazines and feeds, and learn that natural beauty is who we are in our most raw and natural state. It is simply the truest version of ourselves, and it should be celebrated.'*<sup>9</sup> We moeten onze natuurlijkheid vieren, en het niet proberen te verstoppen. Op deze manier zouden we een stuk gelukkiger kunnen worden over ons uiterlijk.



[fig 1.6.1]  
<https://www.peterdevito.com/marie-claire-uk-2019>



[fig 1.6.2]  
<https://www.peterdevito.com/chnge-campaign#0>



[fig 1.6.3]  
<https://www.damamagazine.com/all-posts/peter-devito-profile>

## 1.7 Imme van der Haak, *Beyond the body*

*Beyond the body* [fig 1.7.1] was het afstudeerwerk van Imme van der Haak. Door middel van transparante zijden doeken verandert ze onze perceptie van het lichaam en wat wij als normaal beschouwen.<sup>10</sup> Op de doeken zijn verschillende lichamen geprint. Vele lagen worden op elkaar gelegd, waardoor het zicht op het lichaam onder de doeken wordt verstoord. Lichaam en doek wordt als het ware een. Het beeld haalt kracht uit de samenkomende contrasten van het geprinte lichaam en het onderliggende lichaam. Het stelt de vraag naar wat uiterlijk te maken heeft met identiteit, en de rol van leeftijd, seksualiteit, etniciteit en gender.



[fig 1.7.1]

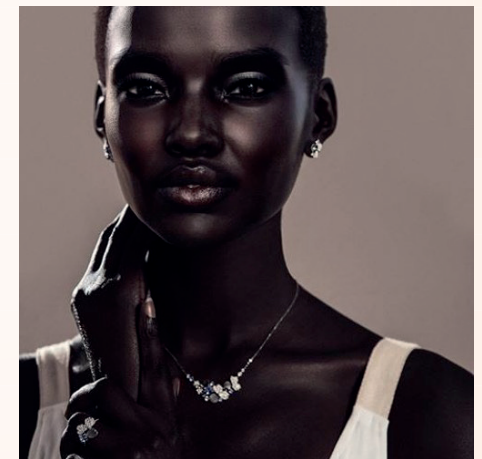
<https://www.immevanderhaak.nl/Beyond-the-Body>

## 1.8 Cameron-James Wilson, *Shudu*

Onconventionele schoonheid, daar ligt de passie van voormalig London-based modefotograaf Cameron-James Wilson. Deze interesse heeft hij omgezet naar een volledig digitale modellenbureau genaamd The Diigitals. Met dit modellenbureau introduceert Wilson tegenwoordig verschillende 3d modellen. De eerste, en dan ook direct de bekendste, was *Shudu* [fig 1.8.1-2]. Wilson probeert zijn modellen zo realistisch mogelijk de wereld in te zetten. Daarvoor maakt hij gebruik van bijvoorbeeld rimpels, striae en poriën. Iets wat tegenwoordig vaak juist zo veel mogelijk wordt weggewerkt in de modellen-industrie.<sup>11</sup>

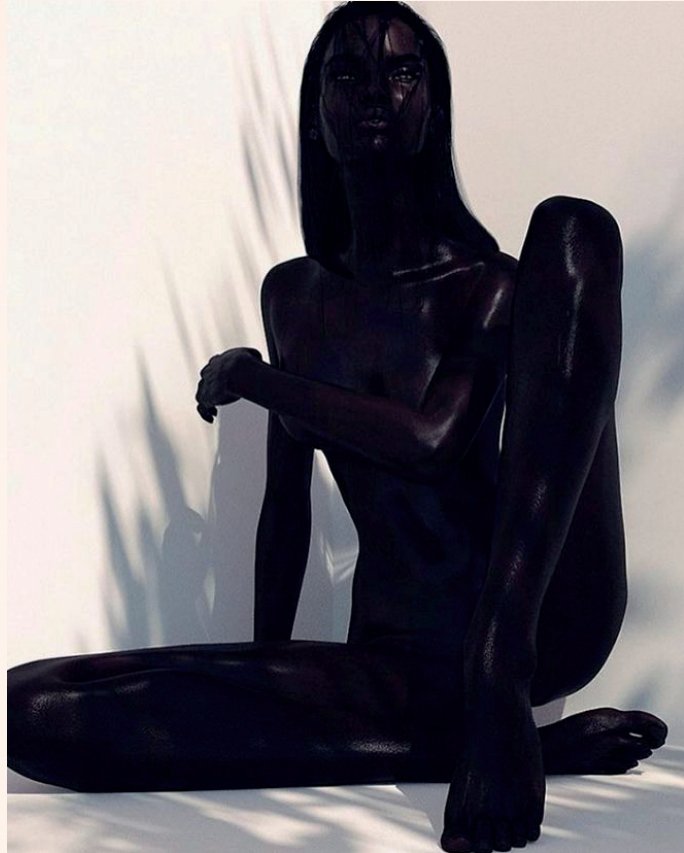
*'I think we're at a place now where real people are so filtered, so photoshopped, that there is no actual differentiation between 3D art and a photo. You'll see more natural imperfections on Shudu's page than your average influencer.'* Verteld Wilson in een interview voor Wersm.<sup>12</sup> Hij is er dan ook van overtuigd dat deze schoonheidskwaaltjes het model juist tot leven brengen. Hiermee speelt Wilson dus heel goed in op de Logos, hij vergroot de waarschijnlijkheid van het beeld, door middel van imperfecties. Ook de wenselijkheid speelt een grote rol bij Shudu. Ze is prettig om naar te kijken, en daardoor worden minder vragen gesteld over haar bestaan. In een wereld van beeldmanipulatie weet zij een plekje te bemachtigen door realistisch te zijn in haar imperfecties. Ik vind Shudu dan ook een goede stap naar de herwaardering van echtheid. We hoeven niet alles glad te strijken om het een bestaansrecht te geven. Onze imperfecties maken ons onderscheidbaar, en geven een beeld van de werkelijke wereld.

Denk hierbij bijvoorbeeld aan de Romeinse beeldhouwkunst. Hierin werden er uren geofferd aan het creëren van hyperrealistische beelden. Hoewel dit natuurlijk ook op een zekere manier een weerspiegeling was van de schoonheidsidealen uit die tijd, geeft het wel een prachtig gevoel van werkelijkheid. Ze lieten in deze sculpturen elke vouw in het lichaam zien. Ook de uitdrukkingen waren ongefilterd en rauw. De mensen werden afgebeeld zoals ze waren, en niet mooier dan dat. Denk bijvoorbeeld aan het sculptuur *Ariadne* [fig 1.8.3] of later werk zoals *de Heilige Laurentius* van Gian Lorenzo Bernini [fig 1.8.3]. Beiden zijn te zien in Uffizi, Italië.



[fig 1.8.1]

<https://the-dots.com/projects/shudu-for-vogue-australia-362263>



[fig 1.8.2]  
<https://madnessmedia.net/shudu-gram/>



[fig 1.8.4]  
<https://www.uffizi.it/en/artworks/saint-lawrence-bernini>



[fig 1.8.3]  
<https://www.uffizi.it/en/artworks/ariadne>

<b>2.1</b>	Mag je mensen aansturen?	26
<b>2.3</b>	Rationeel denken	27
<b>2.4</b>	Gevaar van te veel keus	27
<b>2.5</b>	Keuzearchitectuur	28
<b>2.6</b>	Caroline Rievers en Hans-Christian Bach, Adjust	29

Een andere tak waarbij ontwerpers invloed hebben op onze mentaliteit is door middel van nudging. De Term nudging kan je direct vertalen naar een duwtje. Het gaat er bij nudging dan ook om dat de mens als het ware in de 'goede' richting wordt geduwd. Dit wordt gedaan door de zo genoemde keuzecontext te veranderen. Keuzecontext houdt de situatie en omgeving in die de keuze beïnvloed. Ik ben er van overtuigd dat wanneer je mensen hun keuzes aanpast, je ook hun mentaliteit zal veranderen.

Nudging vind ik dan ook een mooie manier om als ontwerper mensen op een onbewuste manier aan te spreken. Zo beschrijven Jongerius en Schouwenberg in hun manifest *Beyond the New*: *'The special status of designers in between users and producers gives them the opportunity to take the lead in a much-needed change of mentality. Yet, they rarely do. Designers are pivotal to industrial design. Any shift in mentality should thus begin with them. They can take users seriously by making them look at the world of everyday objects with fresh eyes, and challenge them to appreciate the incorporated meanings, the details, the traces of a great variety of manufacturing techniques.'*<sup>13</sup> Ik denk dat nudging hier perfect voor is. Door dagelijkse objecten, anders te belichten kunnen ontwerpers grote invloed hebben op de mentaliteit.

## 2.1 Mag je mensen aansturen?

Voor mij als ontwerper is het belangrijk om mensen een handvat te bieden uit deze ongezonde denkwijze over hun lichaam. Hierbij is de vraag of het ethisch verantwoord is om mensen hun denkwijze aan te sturen. Voor mij is het belangrijk om het verschil aan te geven tussen sturen en manipuleren. Mensen sturen, is namelijk iets wat we al snel koppelen aan manipulatie. Dit heeft niet de beste connotatie. Manipulatie wordt namelijk al snel gekoppeld aan bedrieglijkheid. Bij manipulatie wordt niet gelet op de keuzevrijheid, of het welzijn van de betrokkene. Dit terwijl het bij mij er juist om gaat dat de betrokkene zekerder en gezonder wordt. Ik spreek daarom dan ook liever over overtuigen of sturen van de mentaliteit. Bij overtuigen beperk je mensen niet in hun keuzevrijheid, en geef je ze de optie om te denken en te doen wat voor hun het beste is.

Het is voor mij als ontwerper belangrijk om te onthouden dat we als einddoel positieve maatschappelijke verandering hebben. Zolang we met dit in gedachten gaan ontwerpen ben ik van mening dat het ethisch verantwoord is om mensen te sturen in hun perceptie en handelen. Zo ook in de manier waarop lichaamsidealen gevormd worden. We moeten ons hierbij richten op het welzijn van de mens en niet kijken naar wat goed zou zijn voor de economie. Bij nudging zie je dat het vaak gaat om een algemeen goed. Denk bijvoorbeeld aan het aansturen naar het maken van gezondere voeding keuzes.

## 2.2 Rationeel denken

Om nog verder te beslissen of het ethisch verantwoord is om de gedachtegang van mensen te beïnvloeden is het belangrijk om te beseffen dat de meeste mensen niet rationeel nadenken. Meninge worden zo snel gevormd, dat er van te voren nog niet over nagedacht is. Daarna gaan mensen pas beredeneren waarom ze deze mening hebben. Hierbij is er zelfs de mogelijkheid dat ze foutieve gedachtes goed gaan praten. Er zijn vele onderzoeken gedaan die dit aanwijzen.

Zo deed experimenteel psycholoog Petter Johansen onderzoek naar keuze blindheid.<sup>14</sup> Hij maakte voor de Zweedse verkiezingen een eigen kieskompas. Deze liet hij invullen door verschillende mensen. Later vroeg hij om deze antwoorden te beredeneren. Maar wat de mensen niet wisten, was dat hij een aantal van de gegeven antwoorden had veranderd. Alsnog kon iedereen met volle overtuiging uitleggen waarom ze hadden gekozen voor dit antwoord, hoewel ze deze in eerste instantie niet gegeven hadden. Hierdoor kon Johansen bij 90% van de deelnemers hun antwoorden onopgemerkt switchen van links naar rechts of andersom. Dit betekent dat veel meningen, en de keuzes die daarbij gemaakt worden, niet vast staan. Doordat deze niet vast staan zijn ze dus beïnvloedbaar. Eenzelfde soort onderzoek werd gehouden over schoonheid. Dit keer werden er twee foto's aan de kandidaten getoond. Er werd gevraagd welke van de personen weergegeven op de twee foto's als aantrekkelijker gezien werd. Hierbij verwisselden ze af en toe de foto, nadat het antwoord was gegeven. Ook bij dit onderzoek zag je dat mensen alsnog heel goed konden uitleggen waarom dit persoon aantrekkelijker was dan de ander, ook al was dit dus niet hun originele antwoord. Dit geeft goed aan dat zelfs schoonheid, iets wat lijkt op een instant reactie, vaak niet beredeneerd wordt.

De voorbeelden die ik hierboven bespreek geven een duidelijk beeld over de instabiliteit in de gedachtegang van mensen. Met kleine aanpassingen zouden we dus al een groot effect kunnen hebben, waardoor mensen positiever zouden kunnen gaan kijken naar hun lichaam. Vooral als je inziet hoeveel factoren invloed hebben op ons lichaamsbeeld, en hoe snel ons lichaamsbeeld veranderd door deze factoren, moet er wel een manier zijn om een verandering bij mensen toe te brengen.

## 2.3 Gevaar van te veel keus

Keuzevrijheid wordt al snel verbonden met geluk. Helaas kan te veel keus ook negatieve effecten hebben. Bij te veel keus kunnen mensen als het ware verlamd raken. Hierdoor wordt het maken van een keuze, of het ondernemen van actie, vertraagd of zelf helemaal niet meer gemaakt.<sup>15</sup> Over het algemeen voelen



mensen zich gelukkiger met de keuze die ze maken, als ze uit minder te kiezen hebben. Hoe meer keuzes er zijn, hoe groter de kans is dat een andere keuze de betere was. Deze twijfel zorgt ervoor dat we over het algemeen minder tevreden zijn en het ergste hiervan is dat mensen het zichzelf kwalijk gaan nemen. Hierdoor kan het sturen van mensen in het maken van keuzes uiteindelijk zorgen voor gevoelsmatig meer geluk. Dit zie je tegenwoordig ook steeds meer terugkomen bij ons lichaamsbeeld. Het wordt steeds makkelijker om je lichaam aan te passen. Als effect hiervan worden imperfecties gezien als een eigen fout. Wanneer u zich niet goed voelt in uw lichaam, heeft u genoeg opties om hier wat aan te doen.

## 2.4 Keuzearchitectuur

Het is bij nudging belangrijk om deze keuzes makkelijker te maken voor de mens, door als het ware een keus een voorsprong te geven. Als keuzearchitect vul je als het ware de keuze in voor de ander. Daarvoor moet het signaal wat mensen ontvangen, kloppen met de gewenste actie. Dit wordt ook wel stimulus responscompatibiliteit genoemd.<sup>16</sup> Hierin moet je rekening houden met de manier waarop informatie opgenomen wordt door de toeschouwer. Het moet voor de hand liggen dat het eerste instinct klopt met wat je wilt dat de toeschouwer doet. Dit gebeurt dus op een heel intuïtief level, en valt daarom niet op. Bij een goede nudge zal niet snel worden nagedacht over waarom iets gedaan wordt.

Ik denk dat nudging van groot belang kan zijn voor de ontwikkeling van lichaamsbeeld. Dit gaat voor mij vooral in het maken van inclusief ontwerp. Mensen kunnen zich onzeker, of niet thuis voelen, als een product niet aansluit op hun lichaam. Stimulus responscompatibiliteit kan hierbij helpen. Wanneer het instinct klopt met de reactie kunnen mensen zich thuis voelen in het product. Het werkt namelijk mee met de verwachting van de mens.

## 2.5 Caroline Rievers en Hans-Christian Bach, Adjust

Voor een schoolproject om kinderen beter te laten concentreren hebben Caroline Rievers en Hans-Christian Bach Adjust [fig 2.5.1] ontwikkeld. Adjust bestaat uit een tafel en stoel, waarvan de maat makkelijk aanpasbaar is. De meubels zijn zo ontworpen dat de kinderen hier intuïtief mee om kunnen gaan. 'Het ontbreken van een specifieke richting betekent dat de gebruiker zelf kan interpreteren hoe het meubilair wordt gebruikt.'<sup>17</sup> vertellen Rievers en Bach. Hierbij kan elk kind, ongeacht de grootte van zijn lichaam, gebruik maken van de meubels. Aangezien kinderen snel groeien, kunnen ze onzeker worden als ze ineens buiten de standaard maten vallen. Wanneer meubels die voorheen werkten, opeens niet meer aansluiten op hun lichaam.

Ik denk dat kinderen door middel van deze meubels op een onbewuste manier veel leren over hun eigen lichaam. Omdat het werkt voor elk lichaam is het inclusief, dit betekent dat kinderen zich minder snel buitengesloten zullen voelen bij het gebruiken van het meubel. Uiteindelijk kan dit van grote invloed zijn op de ontwikkeling van een positiever lichaamsbeeld.



[fig 2.5.1]

<https://www.dezeen.com/2018/02/13/design-students-royal-danish-academy-fine-arts-classroom-furniture-help-kids-concentrate-stockholm-design-week/>

<b>3.1</b>	Maakbaarheid	32
<b>3.2</b>	Buiten de maat	33
<b>3.3</b>	Representatie	33
<b>3.4</b>	Mattel, Barbie	35
<b>3.5</b>	NTR, Gewoon. Bloot.	38
<b>3.6</b>	Karoline Vitto, The body as material	44
<b>3.7</b>	Debora Dax, InConTextUre	45

Normalisering overkoepelt als het ware alles wat we hierboven hebben benoemd. Overtuigend beeld en onbewuste aansturing kan grote gevolgen hebben op wat we in onze samenleving als normaal beschouwen. Andersom heeft het ook invloed op elkaar. Hoe normaler iets gezien wordt, des te meer beeld er van verspreid wordt in onze cultuur. Door middel van normaliseren ontstaan nieuwe normen. Normen zijn als het ware de bindende factor in een samenleving. Het algemene gedachtegoed over verschillende thema's in een groep. Wat we als normaal zien is dan ook cultureel bepaald en zal verschillen met andere culturen.

Wat verteld wordt in de media heeft een grote invloed op het normaliseringsproces. Zo word er bij de agenda-setting theorie gekeken naar de mate waarin media aandacht invloed heeft op de gedachten van het publiek. Zo blijkt dat wanneer een bepaald thema veel aandacht krijgt in de media, dit thema ook als interessanter wordt beschouwd door het publiek. *'The press may not be successful much of the time in telling people what to think, but it is stunningly successful in telling its readers what to think about.'*<sup>18</sup> aldus Bernard Cohen. Media verteld ons dus als het ware wat wij als normaal zouden moeten zien. Dit doen ze door de verhalen die ze kiezen te vertellen, en de manier waarop ze deze verhalen tot het licht brengen.<sup>19</sup>

### 3.1 Maakbaarheid

Zoals ik in het vorige hoofdstuk al beschreef, wordt er veel gebruik gemaakt van beeldmanipulatie. Er wordt oneindig getweakt aan foto's, tot ze het perfecte plaatje zijn geworden. Doordat dit steeds laagdrempeliger wordt, bijvoorbeeld door middel van verschillende apps, kunnen steeds meer mensen hun eigen foto's manipuleren. Ook wordt het ondergaan van plastische chirurgie steeds makkelijker. Technologische ontwikkelingen zorgen ervoor dat we steeds meer keuzemogelijkheden krijgen als het gaat om ons uiterlijk. Het idee van een maakbaar lichaam wordt dus steeds normaler. Het gevaar hierbij is dat het streven naar perfectie bijna als verplichting wordt gezien. Vroeger was het een optie een beugel te nemen, nu is het bijna raar als je het niet doet.

Als het mogelijk is om alles aan je lichaam aan te passen hoe je dat zelf wilt, wat houdt je dan nog tegen. Maakbaarheid is daardoor in zekere mate dan ook dwingend. Door de keuzevrijheid is zelfs het maken van geen keuze, een keuze geworden.<sup>20</sup> Waar het in de biopolitiek van Foucault vooral ging over het sterker maken van de algemene populatie zijn we ons in de 21ste eeuw steeds meer gaan focussen op het individu. Nicholas Rose beschreef dit als ethopolitiek. Waarin een individu zelf zijn leven inricht, en dus verantwoordelijk wordt gehouden voor zijn keuzes.<sup>21</sup> Er ontstaat een risicopolitiek waarin de schuld van falen bij het individu ligt. Dat je nu

eenmaal op een bepaalde manier bent geboren begint als een zwak excuus te klinken. Ons bestaan wordt steeds somatischer, dankzij de maakbaarheid. We focussen ons door het gecreëerde schuldgevoel van de maakbaarheid steeds meer op ons lichaam. Door de toenemende maakbaarheid ontstaat ook een normalisatieproces.<sup>22</sup> Doordat iedereen streeft naar de zelfde perfectie, wordt de wereld geleidelijk steeds minder divers. Pieken worden gladgestreken met als doel beter binnen de samenleving te passen.

### 3.2 Buiten de maat

Wat we als normaal zien wordt bepaald door vele factoren. Vaak bestaan deze factoren uit jarenoude systemen. Dingen waar we niet meer over nadenken, bepalen uiteindelijk wat we als normaal zien. Denk Bijvoorbeeld aan de maattabellen. Deze maattabellen stammen uit 1990.<sup>23</sup> Het gaat uit van een basismaat. Bij elke maat hoger komt er 4 cm bij op. Uit ervaring blijkt dat de meeste lichamen helemaal niet zo werken. Toch zien we de werking van deze maten als normaal, met als gevolg dat we onszelf gaan betwijfelen als we niet in een van deze maten passen. Niet alleen kledingmaten hebben hier schuld bij. Overal om ons heen wordt gebruik gemaakt van een standaard. Producten worden nog te vaak gebaseerd op een bepaald ideaal. Hierdoor worden vele mensen buitengesloten. Voor fabrikanten maakt dit het leven een stuk makkelijker en dus goedkoper. Maar wanneer je niet binnen dit standaard past kan het zelf in je dagelijks leven al grote gevolgen hebben. Wanneer je kleding wilt kopen, maar geen enkele winkel jouw maat verkoopt, kan je niet anders dan denken dat er iets mis is met jou. Zit je in een rolstoel, maar het gebouw heeft geen rolstoel-ingang? Weer speelt dat in op je eigen zekerheid over lichaamsbeeld. Bij alle ruimtelijke oriëntatie gebruiken we ons lichaam als meetlat. Maar als we dus niet in de ruimte passen, voelen wij ons niet volmaakt.<sup>24</sup>

Daarom vind ik dat het als ontwerper belangrijk is om zo inclusief mogelijk te ontwerpen. Tijdens het ontwerpen moet je zo veel mogelijk mensen betrekken. Ervoor zorgen dat iedereen zich in het ontwerp kan vinden. Zo denk ik dat er uiteindelijk meer tevredenheid zou kunnen komen over lichaamsbeeld.

### 3.3 Representatie:

Sterk verbonden met inclusiviteit staat representatie. De mate van representatie in bijvoorbeeld de media is zeer belangrijk tijdens het normaliseren van thema's. Representatie wordt soms dan ook wel als het begin van een verandering gezien. Representatie is een belangrijke ingrediënt als het gaat om identiteitsvorming en zelfacceptatie. Vanaf jonge leeftijd zoekt men manieren om zich te relateren met dingen. Tijdens de spiegelstadium leren kinderen hun spiegelbeeld te

herkennen, en daardoor zich voor het eerst te onderscheiden van anderen.<sup>25</sup> Door een beeld van onszelf te krijgen, kunnen we onszelf beter begrijpen. En des te beter we onszelf begrijpen, hoe zekerder we over onszelf zullen zijn.

Op latere leeftijd is het dan ook belangrijk dat je niet alleen jezelf in spiegels herkent, maar dat je deze herkenning ook kan vinden in anderen. Zo stelde de sociaal psycholoog Elaine Hatfield dat mensen eerder relaties aangaan met mensen waarin ze zichzelf kunnen vinden. We voelen ons prettig bij deze herkenning. *'In mijn kindertijd waren er op tv enkele mensen in wie ik mezelf herkende en bij wie ik soms tranen van trots kreeg. Het voelde als een soort zonlicht van binnenuit. Ik voelde dit niet alleen als iemand op me leek, maar ook als mensen herkenbaar waren of leken op mensen uit mijn omgeving.'*<sup>27</sup> Vertelt Youssra Oulad Messaud. Als Marokkaans-Nederlands meisje maakte ze heel duidelijk mee hoe belangrijk het is om jezelf terug te kunnen zien in de media. Het geluk wat zij voelde toen ze eindelijk iemand op tv zag waarmee ze zich kon relateren was overweldigend. Ze merkte toen pas echt wat ze zo lang gemist had.

Wel moeten we opletten dat de representatie niet alleen bij de aangesproken groep te zien is. We moeten het laten doorsijpelen in de hele samenleving. Ook dit kan lastig zijn, want we willen natuurlijk niet dat representatie een modegil is, die maar een korte tijd stand houdt in de mainstream cultuur.<sup>28</sup> Denk bijvoorbeeld aan modellenbureaus die zichzelf in een goed licht proberen te zetten door middel van een model met een donkere huidskleur. Zo sprak Ashley Chew: *'Het voelde alsof de enkele donkere modellen dienden als een statement in plaats van een resultaat van een oprechte wil voor een diverse cast.'*<sup>29</sup> Chew is de oprichter van Black Models Matter, een beweging die strijd voor diversiteit op de catwalk. Hoewel er steeds meer diversiteit in de modellenindustrie komt merk je dat er helaas nog te vaak sprake is van een gebrek aan betekenisvolle diversiteit. *'Tijdens een show in september 2019 voor NYFW waren er veel zwarte modellen geboekt, waaronder ikzelf. Een positief statement, dacht ik. Eenmaal backstage kwam ik helaas tot de conclusie dat van daadwerkelijke diversiteit geen sprake was; in tegenstelling tot de catwalk was het team backstage totaal niet divers. De haar en make-up artists wisten niet wat ze met mijn haar aan moesten, waardoor ik het uiteindelijk zelf heb gedaan. Het was ontzettend teleurstellend dat ik iemand anders zijn werk aan het doen was met als resultaat dat ik er ook nog eens verschrikkelijk uitzag.'* Verteld Chew in een interview met Vogue. Het is dus niet genoeg om alleen zwarte modellen in te huren, als vervolgens de gehele crew achter de schermen bestaat uit witte mensen.

### 3.4 Mattel, Barbie

Op jonge leeftijd proberen kinderen zich al te relateren met de wereld om zich heen. Zo spelen ze doen-alsof-spelletjes, waarin ze bekende situaties herhalen om ze beter te verwerken. Hierbij is het belangrijk dat kinderen zich kunnen herkennen in het speelgoed waarmee ze spelen. In een onderzoek van Anschutz en Engels in 2010 werd aangetoond dat speelgoed een grote invloed kan hebben op de ontwikkeling van lichaamsbeeld bij jonge kinderen.<sup>30</sup> Tijdens dit onderzoek mocht een groep meisjes met een barbiepop spelen. Hierbij is het belangrijk te bedenken dat in 2010 Barbie nog alleen verkrijgbaar was als dunne pop. Een andere groep meisjes mocht spelen met Emme, een pop met realistische proporties. Uit dit onderzoek bleek dat de meisjes die met Emme hadden gespeeld, meer aten dan de meisjes die met de barbiepop hadden gespeeld.

Gelukkig heeft Mattel, het bedrijf die verantwoordelijk is voor Barbie, sinds 2010 grote stappen gezet. Waar Barbie begon als een witte, dunne vrouw met lang haar en een wespentaille, is Barbie tegenwoordig veel meer dan dat. Barbie probeert namelijk steeds inclusiever te zijn. In 2016 bracht Barbie voor het eerst poppen uit in verschillende maten. Dit deden ze met de *fashionista collectie*. [fig 3.4.1] Later volgden nog vele collecties die meer diversiteit brengen in het Barbie-universum. Hierin worden niet alleen verschillende maten gevierd, ook wordt er aandacht besteed aan bijvoorbeeld verschillende lichamelijke beperkingen. Op deze manier hoopt Mattel dat ieder kind zich met een Barbie kan identificeren. Er valt nu te kiezen uit vijf lichaamstypes, 22 huidskleuren, 76 haar kapsels, 94 haarkleuren en 13 oogkleuren.<sup>31</sup>

Wanneer je kijkt naar de verschillende lichaamstypes zie je echter dat er nog veel te verbeteren valt. Logisch ook, want in de echte wereld zijn veel meer dan vijf lichaamstypes te vinden. *'While curvy Barbie's hips, thighs and calves are visibly larger than before, from the waist up she is less Jessica Rabbit than she is pear-shaped.'* Schrijft Eliana Dockterman in haar artikel Barbie's got a new body voor Times. In datzelfde artikel verteld een moeder uit een focusgroep dat zij ook nog wat mist bij Barbie. *'There are shapes that are curvier and still are beautiful. My daughter definitely has curves, and I would want to give her a doll like that. It's a start, I guess.'*<sup>32</sup> Er kan dus nog gewerkt worden aan het uitbrengen van meerdere lichaamstypes.

Hoewel Barbie nog wel een aantal stappen te zetten heeft, zie ik dit zeker als een goede manier van representatie. Vooral omdat Barbie overal te verkrijgen is, en daardoor een groot platform heeft. De boodschap die Barbie dan ook meegeeft, is er een die bij velen aan komt. Hierdoor is Barbie zelf als rhetor heel geloofwaardig geworden, en speelt ze dus ontzettend goed in op het ethos. Elke goede stap die Barbie dan ook zet, zal voor vele jonge meisjes een verschil kunnen gaan uitmaken in de ontwikkeling van hun lichaamsbeeld.



[fig 3.4.1]  
<https://www.dezeen.com/2016/02/01/barbie-dolls-fashionista-collection-mattel-new-body-types/>



[fig 3.4.2]  
<https://miniqueens.nl>



[fig 3.4.3]  
<https://www.cissywears.com/mini-land-down-syndrome-doll-38cm.html>

Naast Barbie houden ook andere ontwerpers en bedrijven zich bezig met het maken van zo inclusief mogelijke poppen. Hoewel deze het grote platform van Barbie missen, en dus zich vooral richten op mensen die er naar op zoek zijn, zijn ze wel daadwerkelijk goed bezig. Dit soort ontwerpers kunnen zich dan ook meer focussen op het representeren van een bepaalde groep, en hebben niet als Barbie de taak om voor iedereen representatief te zijn.

Zo heb je *Mini queens*, zwarte poppen met echt lijkend zwart haar. Deze poppen zijn ontworpen door Stacey Esajas. [fig 3.4.2] *'Ik ben al lang bezig met de jeugd ondersteunen bij het vinden van hun kracht. Door middel van mijn creativiteit kan ik positieve representatie creëren en diversiteit beschikbaar maken voor iedereen.'*<sup>33</sup> Aldus Esajas. Esajas focust zich voornamelijk op de representatie van natuurlijk haar.

Miniland, een Spaans bedrijf die zich bezig houdt met het ontwikkelen van inclusieve poppen, bracht een lijn uit van poppen met downsyndroom. Eerder waren er al wel down-poppen, maar die waren bijna als karikatuur ontworpen. De poppen van miniland daarentegen vieren juist alle unieke eigenschappen van personen met down.<sup>34</sup> [fig 3.4.3] Het bedrijf is van mening dat het spelen met poppen een educatieve ervaring voor kinderen kan zijn. Door middel van deze poppen zien kinderen een andere realiteit, en leren ze dit normaal te vinden.<sup>35</sup> Miniland ziet de pop dan ook als iets wat leerzaam kan zijn voor alle kinderen, niet alleen voor kinderen met downsyndroom.

### 3.5 NTR, Gewoon Bloot

Normaliseren van thema's kan ook door middel van het gesprek aan te gaan. Dit doet de nieuwe serie *Gewoon. Bloot*. [fig 3.5.1] Het programma is een remake van de Deense serie *'Ultra smider tøj'* en richt zich op kinderen van 9 tot 12 jaar. De serie bestaat uit 8 afleveringen. In elke aflevering wordt een ander, lichamenlijk, thema besproken. Het bijzondere hieraan? Het programma geeft kinderen de kans hun vragen te stellen aan 5 volwassenen. Deze volwassenen hebben niks te verbergen, ze beantwoorden dan ook de vragen terwijl ze volledig ontkleed zijn. De onderwerpen van de 8 afleveringen zijn: het lichaam, huid & haar, billen, borsten, piemel, vagina, transgender en gewicht.

Nog voordat de eerste aflevering uitgezonden werd, was er al veel kritiek op het programma. De wereld is steeds preutser geworden naar lichamen toe. Blote lichamen moeten bedekt worden. Er wordt vreemd naar gekeken als lichamen niet bedekt zijn. Het seksualiseren van lichamen komt hierdoor snel om de hoek kijken. Zo tweette Thierry Baudet *'Ja joh. Kinderen op tv lekker vragen laten stellen aan een naakte man met een penis-piercing. Gadverdamme. De publieke omroep schurkt hiermee aan tegen het promoten van pedofilie. Seksualisering van kinderen. Potloodventerij. Misdadig. Saneer de NPO.'*<sup>36</sup>

Maar dit vind ik juist een gevaarlijke manier om naar bloetheid te kijken. Bloot staat namelijk niet gelijk aan seks. Zo tweette hoogleraar seksuologie Ellen Laan *'Als je bloot niet gewoon ziet als bloot maar als seks, zal alles wat neigt naar bloot opgevat kunnen worden als een seksuele uitnodiging. Dat is gevaarlijk. Niet het bloot zelf.'*<sup>37</sup> We moeten bloot weer als normaal gaan zien, en niet iets wat we dienen te verstoppen. *'Eigenlijk is het heel gewoon, want iedereen is bloot, alleen zie je dat normaal gesproken niet.'*<sup>38</sup> Vertelt Danou, een leerling uit groep 8 van basisschool de Triangel in Weesp. Het programma heeft van de kijkwijzer dan ook een classificatie gekregen van AL (alle leeftijden). Gewoon Bloot bevat volgens Kijkwijzer geen schadelijke elementen zoals geweld, seks, discriminatie, grof taalgebruik of angstaanjagende beelden. Van seksuele context is dus geen sprake.

Gewoon bloot is er niet alleen om bloetheid zelf te normaliseren. Dit is juist alleen een mooi bijproduct van het programma. Ntr besloot dit programma te maken na een analyse die de kindertelefoon deed in 2019.<sup>39</sup> Uit deze analyse bleek dat kinderen tussen de 8 en 12 voornamelijk vragen hebben over wat normaal is. Het programma is dus gemaakt om te laten zien wat eigenlijk normaal is. Zoals ik al eerder heb benoemd heerst er tegenwoordig in de media een bepaalde lichaamsstandaard. Lichamen worden gemanipuleerd, en 'perfecter' gemaakt. Kinderen worden voornamelijk geconfronteerd met deze gemanipuleerde beelden, en een heel stuk minder met echte lichamen. Uit onderzoek bleek dat kinderen een positiever lichaamsbeeld krijgen wanneer ze vaker geconfronteerd worden met gewone mensen. Denk aan het onderzoek van Anschutz en Engels. Door de kinderen te confronteren met blootte mensen laten ze dus niet alleen zien dat bloot zijn normaal is. Ook tonen ze dat het blote lichaam zelf, in wat voor vorm dan ook, normaal is.



[fig 3.5.1]  
<https://www.televizier.nl/kijktips/ge-woon-bloot-poedeltje-naakt>



[fig 3.6.1]  
[https://i-d.vice.com/en\\_uk/article/dygzdy/meet-the-young-designer-dismantling-brazilian-body-standards](https://i-d.vice.com/en_uk/article/dygzdy/meet-the-young-designer-dismantling-brazilian-body-standards)



[fig 3.6.2]  
<https://www.dezeen.com/2019/08/05/karoline-vitto-the-body-as-material-fashion-collection/>



[fig 3.6.3]

[https://i-d.vice.com/en\\_uk/article/dygzdy/meet-the-young-designer-dismantling-brazilian-body-standards](https://i-d.vice.com/en_uk/article/dygzdy/meet-the-young-designer-dismantling-brazilian-body-standards)



[fig 3.7.1]

<https://www.dezeen.com/2015/03/23/debora-dax-body-ta-boos-fashion-statements-incontexture-eindhoven-underwear/>



### 3.6 Karoline Vitto, The body as material

Niet alleen bij kinderen is het normaliseren van verschillende lichaamstypes van belang. Ook volwassenen worden soms verblind door de nu nog heersende lichaamsidealen die worden verkondigd in de media. Een ontwerper die tegen deze lichaamsidealen in wilt gaan is Karoline Vitto. Met haar ontwerp viert ze rondingen en de vetrollen die daar bij horen. In Brazilië, waar Vito vandaan komt, worden extreme wespentailles geïdealiseerd. Daarbij wordt veel gebruik gemaakt van waist-trainers. Zelf maakte Vitto ook gebruik hiervan. Tijdens het dragen van deze waist-trainers word vet van de buik plat gedrukt, maar verdwijnt het niet. Hierdoor ontstaan er op andere plekken vetrollen. Dit was voor Vito een grote inspiratie.

Ze ontwierp kledingstukken die een samenwerking aangaan met haar lichaam. Hierbij focust ze zich vooral op het tonen van dat wat we normaal willen verstoppen, namelijk vetrollen. Ze maakte verschillende kledingstukken. <sup>[fig 3.6.1-3]</sup> Hiervan was elk een representatie van een gedeelte van haar lichaam waar ze onzeker over is geweest.<sup>40</sup>

Op deze manier werkt ze vooral aan haar eigen lichaamsbeeld, en deelt ze dit met de wereld. Zo speelt ze in op de emoties van de toeschouwer. *'I'm not trying to say that this is a solution, or that I am telling everyone's story – body acceptance is a very individual process – but what I really hoped with this collection was proposing a kinder way of looking at areas we used to consider 'flaws.'*<sup>41</sup> Ze toont een manier van zelfacceptatie, doormiddel van het praten over haar eigen onzekerheden. Het gesprek die dit aanwakkert bij anderen, kan zeer waardevol zijn. Imperfecties en onzekerheden zijn namelijk normaal, en kunnen ook op een bepaalde manier veel schoonheid meebrengen.

### 3.7 Debora Dax, InConTextUre

Een andere ontwerper die zich bezig hield met het normaliseren van imperfecties is Debora Dax. Haar collectie *Incontexture* bestaat uit verschillende kledingstukken. <sup>[fig 3.7.1]</sup> Waar Vito voornamelijk inging op de vorm van huid, gaat Dax juist in op de textuur van huid. De kledingstukken zijn gebaseerd op verschillende huidtexturen, die we normaal verbergen. Ze stelt hierbij de vraag waarom we alles zo glad en egaal mogelijk willen hebben.<sup>42</sup> Dax ziet imperfecties namelijk als versieringen van de huid. *'The skin has a variety and diversity of interesting surfaces, delicate ornaments and beautiful color ranges and gradients.'* Aldus Dax.

Als ik de projecten van Dax en Vitto vergelijk met elkaar merk ik dat ik een duidelijke voorkeur heb voor het project van Vito. Doordat zij niet bang is om samen met haar lichaam te werken, is haar werk een stuk unieker. Hierdoor zal het beter blijven haken. Dax houdt het voor mijn gevoel nog heel erg bij de oppervlakte. Ze laat meer een algemeen beeld zien van verschillende onzekerheden bij mensen. Toch is het belangrijk dat dit soort ontwerpen worden gemaakt. Het vieren van je eigen imperfecties moet normaal worden. Een groot nadeel van het streven naar 'perfectie', is dat lichamen steeds meer gestandaardiseerd worden. Ik denk dat dit soort projecten het eerder genoemde normalisatieproces tegen kunnen gaan.

<b>4.1</b>	Belang van Schoonheid	48
<b>4.2</b>	Gevaar van lichaamsstandaardisering	49

In de voorgaande hoofdstukken hebben we besproken hoe lichaamsidealen in stand gehouden worden. Een groot gevolg van de manier waarop we omgaan met deze lichaamsidealen is het standaardiseren van een bepaald lichaam. Dit gebeurt niet alleen in Nederland. Overal op de wereld beginnen bij mensen dezelfde lichaamsidealen door te sijpelen. Heather Widdows, hoogleraar in Global Ethics aan de Universiteit van Birmingham, deed hier onderzoek naar. *‘We hebben de vier kenmerken van het schoonheidsideaal vergeleken in verschillende landen. Dat deden we door psychologisch en sociaal-wetenschappelijk onderzoek te bestuderen. Het blijkt dat hoewel je niet overal aan alle vier de kenmerken – jong, strak, slank en glad – tegelijk hoeft te voldoen, dat je toch binnen een bepaalde grens moet blijven om normaal te worden gevonden.’*<sup>43</sup> Globaal worden steeds vaker dezelfde idealen nagestreefd en genormaliseerd. Hierdoor krijgen de lichaamsidealen een nivellerende kracht.

Maar hoe komt het dat we overal dezelfde idealen beginnen te krijgen? Een groot deel komt doordat onze visuele communicatie steeds mondialer is geworden. Ontwerpers zitten niet meer vast in een studio, maar reizen over de hele wereld. Op sociale media kan iedereen, van waar dan ook, foto's plaatsen. Op die wijze wordt schoonheid als het ware gedemocratiseerd. Iedereen kan model zijn. Ook de eerder besproken maakbaarheid speelt een rol. We kunnen ons steeds meer naar wille aanpassen. We zitten niet meer vast aan hetgeen waar we geboren mee zijn. Schoonheidsidealen van verschillende culturen worden uiteindelijk gemengd tot een nieuwe vorm van schoonheid. Eentje die kracht haalt uit het feit dat je juist niet meer kan zien waar het vandaan komt. Culturele eigenheid vervalt hierbij. Zo beschreef fashion activist Janice Deel het huidige schoonheidsideaal als *‘een model wat radiaal ambigu is. Niet specifiek Hollands of Italiaans. Het is eigenlijk een beetje van alles. Iemand waarvan niet is te zien waar ze vandaan komt. dubbelbloedigheid.’*<sup>44</sup> Het gevaar hiervan is dat schoonheid steeds beperkter wordt. Dit kan dan weer leiden tot meer angst en onzekerheid rondom lichaamsbeeld, aangezien het lichaamsbeeld steeds lastiger te behalen valt.

#### 4.1 Belang van Schoonheid

*‘no food tastes as good as skinny feels’* We kennen hem allemaal, de bekende uitspraak van Kate Moss. Helaas wordt er veel positiviteit beloofd bij het behalen van schoonheid. Mensen gaan er van uit dat wanneer iemand mooi is, ze ook een mooi mens zijn van binnen. Zo komt er veel druk te staan op het uiterlijk, die in elk sociaal aspect aanwezig is. *‘Tenslotte heeft schoonheid een steeds belangrijker plaats op velerlei terrein, bijvoorbeeld op gemerkt van arbeid en huwelijk. Voorzover er binnen de samenleving een toenemende competitie heerst, contracten vluchtiger en anoniemer worden,*

*en optredens een meer publiek karakter hebben, doet uiterlijke schoonheid er ook meer toe, namelijk als belangrijke eerste indruk, als deel van contactuele en communicatieve eigenschappen, als teken van een representatief voorkomen e.d.’*<sup>45</sup> Tegenwoordig hebben mensen steeds minder tijd. Hierdoor zijn ze vluchtiger geworden in hun waarneming. We besteden steeds minder tijd, om echt op dingen in te gaan. In plaats daarvan willen we in een oogopslag kunnen zien/horen/voelen wat we kunnen verwachten. Uiterlijk is hiervoor het perfecte slachtoffer. Het uiterlijk hoeft je niet eerst te leren kennen.<sup>46</sup> Mensen trekken dus veel conclusies over het uiterlijk van de ander. Hier zitten vele vooroordelen aan vast. Lengte en status is hier een voorbeeld van. Mensen met een hoge status worden veelal langer ingeschat dan mensen met een lagere status.

Deze vooroordelen hebben een groot effect tijdens het zoeken van een baan. Knappe mensen worden al snel als intelligenter geschat dan minder knappe mensen. In de psychologie wordt dit ‘mooi is goed’ genoemd. Knappe mensen hebben dan ook meer kans op een beter betaalde baan.<sup>47</sup> Maar ook op het gebied van relaties speelt uiterlijk een grote rol. Denk hierbij niet alleen aan romantische relaties, maar ook aan platonische relaties. Zo heb je het YouTube account Never Give Up. Op dit account deelt de maker (zijn naam is onbekend), zijn ervaringen over schoonheid. Zijn hele leven lang valt hij al buiten de schoonheidsidealen. Hij beschouwt zichzelf dan ook als onaantrekkelijk. *‘I had a very big trouble having friends, as younger. Everyone always avoided me.’*<sup>48</sup> Hij beschrijft in zijn video dat mensen hem ontweken en buitensloten. Op relatiegebied had hij ook geen geluk. Nadat hij 400 keer was afgewezen, kwam hij in een manipulatieve relatie terecht. Zijn toenmalige vriendin wilde niet met hem geassocieerd worden, zelfs niet tijdens de relatie. Ze noemde hem lelijk en vond dat hij blij moest zijn dat ze met hem wilde zijn. De sociale druk die op uiterlijk wordt gelegd ligt dus hoog. Wil je gelukkig zijn, dan moet je ook binnen het schoonheidsideaal vallen.

#### 4.2 Gevaar van lichaamsstandaardisering

We doen tegenwoordig steeds meer voor ons uiterlijk. Dit komt voornamelijk door twee factoren. Ons lichaam wordt steeds meer maakbaar, en ons lichaamsideaal wordt steeds specifiekere. Maar een groot gevaar ligt op de loer. Onze omgeving vertelt ons hoe wij naar ons lichaam moeten kijken, en hoe we hiermee om moeten gaan. Dit kan flink tegen ons lichaam ingaan, met alle gevolgen van dien. Zo stelt psychoanalyticus Paul Verhaeghe *‘Als je beelden en woorden moet overnemen die ingaan tegen het wezenlijke van je lichaam, dan is de uitkomst daarvan vrij duidelijk. Dan word je ziek. Vervreemding zorgt voor stoornissen:*

*psychologische stoornissen, psychiatrische problemen en simpelweg organische ziektes.<sup>39</sup>*

Ons lichaam is tot de dag van vandaag nog niet 100% maakbaar. Wanneer wij tegen ons lichaam ingaan kan dit grote gevolgen hebben. De mentale druk die op ons lichaam wordt gezet kan leiden tot verschillende eetstoornissen en eetproblemen. De bekendsten hiervan zijn anorexia nervosa, boulimia nervosa en eetbuistoornis (BED). Mensen die lijden aan een eetstoornis worden in hun dagelijkse leven overspoeld met obsessieve gedachten over eten en hun gewicht. Ook lijden steeds meer mensen aan een eetprobleem. Eetproblemen zijn minder extreem dan eetstoornissen.<sup>30</sup> Toch kunnen ze mensen hun leven flink verstoren, en uiteindelijk zelfs veranderen in eetstoornissen. Lichamelijk en mentaal kan dit slopend zijn.

Om mijn onderzoek persoonlijk te houden, besloot ik in maart een enquête te houden. Ik was benieuwd naar de opvattingen van mensen om mij heen over lichaamsbeeld. Ik was hierbij vooral benieuwd of deze overeenkwamen met mijn eigen beeld, en het beeld waarmee ik online overspoeld werd. Deze enquête bestond uit 10 vragen. In totaal hebben 210 mensen gereageerd op de enquête. Deze mensen kwamen uit verschillende leeftijds- en beroepsgroepen. De meest opvallende uitkomsten van deze enquête zal ik hier delen. Bij verdere interesse is de gehele enquête te vinden aan het einde van dit boek.

In de enquête kwam het verschil tussen de leeftijdsgroepen duidelijk naar voren. Zo merkte je dat volwassenen van 26+ een stuk respectvoller spraken over hun lichaam dan de jongere groepen. Bij deze leeftijd was gezondheid en functionaliteit meer van belang dan het uiterlijk van het lichaam. Zo schreef een vrouw *‘Vroeger heb ik wel echt tegen eetproblemen aan gezeten. In de loop der jaren heb ik mijn lichaam wel meer leren waarderen. Zeker nu ik zwanger ben, merk ik dat het (vrouwen)lichaam echt iets bijzonders is en staan gewicht en uiterlijk op de achtergrond.’* Mensen halen meer tevredenheid uit de kracht van hun lichaam. Maar ook als je kijkt naar wat ik eerder beschreef in belang van schoonheid zie je een duidelijke samenhang. De positiviteit kan ook liggen aan het feit dat jongeren nog veel meer zoekend zijn. Ze hebben vaak nog geen vaste relatie of baan. Hoe ouder je wordt, des te meer kans er is dat dit al wel vast komt te staan. Zodra men meer vastheid heeft in diens leven, zal er een grote druk van het uiterlijk af vallen. Wanneer dit vervalt kunnen mensen meer de focus leggen op wat het lichaam voor ze doet, in plaats van wat het aantrekt.

Een andere opvallende uitkomst was bij de vraag over wat het lichaamsbeeld het meest heeft gevormd. Hierbij gaf ik de mensen de keuze uit sociale media, religie, vrienden/familie en werk/opleiding. Hierop reageerde 64,7% van de mensen dat Vrienden en familie een grote invloed hadden op het vormen van diens lichaamsbeeld. Ook uit de verhalen bleek dat opmerkingen van familie en vrienden heel zwaar aan konden vallen. *‘Mijn familie is erg gezond, eet weinig en sport veel. Ik val hier best wel buiten omdat ik nu veel minder sport en meer eet. Ik denk doordat ze zo op me hamerde om gezond te zijn dat dit deels me gek heeft gemaakt. Ik was tijdens de basisschool /begin middelbare verslaafd aan sporten en sporten zelfs om de dag toen ik Pfeiffer had waardoor ik dacht dat ik lui was i.p.v. dat ik oprecht ziek was.’* Vertelde iemand over diens jeugd.

Wat we op jonge leeftijd meekrijgen van onze familie speelt een grote rol bij de ontwikkeling van ons lichaamsbeeld. Vanaf 2 jaar beginnen we ons lichaamsdelen te onderscheiden van elkaar. Vanaf dat moment ontstaat er een hele wereld van ontdekkingen over ons lichaam. Uit het onderzoek van Anschutz en Engels, die ik eerder benoemde in het hoofdstuk normalisering, bleek dat vanaf 8 jaar

kinderen al een vrij vaststaand lichaamsbeeld hebben. Hun onderzoek met de Emme en Barbiepoppen had namelijk veel effect op meisjes van onder de 8. Terwijl het aanzienlijk minder effect had op de meisjes van 8+. Dit betekent dus dat kinderen van 2 tot 7 het meest beïnvloedbaar zijn als het gaat om lichaamsbeeld. De manier waarop familie om gaat met het kind is dan ook zeer belangrijk.

Maar ook op latere leeftijd spelen familie en vrienden een grote rol. Dit zijn namelijk de mensen die het dichtste bij ons staan. Reacties zijn persoonlijker en komen dus harder aan. Het gaat in sommige gevallen zelfs verder dan opmerkingen, zoals hier wordt beschreven. *‘Ik werd door mijn oma altijd dik genoemd, bij verjaardagen werden ongezonde lekkere dingen ver van mij weg gezet. En als ik bleef eten, kreeg ik bv geen over mijn aardappelen’*

Ik ging hierover in gesprek met mijn moeder. Mijn moeder en ik hebben een goede band. Toch moet ik toegeven dat ze me in mijn jeugd soms wel op verkeerde wijze aansprak over mijn lichaam. Op jonge leeftijd heb je dit meestal niet door, maar wanneer je ouder wordt begin je de effecten ervan te zien. Zo zei mijn moeder altijd dat ze het er niet vond uitzien wanneer moeders dunner waren dan hun dochter. Hierdoor werd ik niet alleen onzeker als ik aankwam, maar ook als mijn moeder af viel. Meerdere foute opmerkingen over dik zijn, hebben er uiteindelijk voor gezorgd dat ik ontzettend onzeker werd op dat gebied. Maar dit was nooit mijn moeders intentie toen ze de opmerkingen maakte. Ze deed het juist om mij te beschermen. Toen ze opgroeide was mijn moeder zelf ook nooit een van de dunsten. In haar leven heeft ze hier veel nadelen van gemerkt. Ze wilde er voor zorgen dat ik niet op dezelfde manier zou worden benadeeld. Uit liefde begon ze zich dus heel erg te focussen op mijn gewicht. Ruim 10 jaar later ziet ze zelf ook in dat dit niet de beste aanpak was. Gelukkig kunnen we hier nu, na een goede reflectie, wel om lachen. Toch is dit een verhaal die ik ook kon terug zien in een aantal antwoorden van de enquête. Anderen projecteren hun eigen onzekerheid op mensen. Dit kan uit liefde, maar het kan ook kwaad bedoeld zijn. Verkeerde opmerkingen en grappen over het lichaam komen ontzettend veel voor, en zijn vaak een reflectie van de onzekerheid van de persoon die het zegt.

Verder kon je door de enquête vrij duidelijk zien dat lichamen vaak benaderd worden als een object. Dit vindt ik zorgbarend. Het liep namelijk in groot contrast met de antwoorden op de vraag *‘Voel je je fijn in je lichaam?’* Op deze vraag gaf 60,1% van de mensen aan wel tevreden te zijn met diens lichaam. Door de manier waarop er over het algemeen over lichamen wordt gesproken, begin ik te twijfelen of iedereen wel eerlijk was bij het beantwoorden van de vraag over tevredenheid. Voor mensen is het namelijk heel makkelijk om aan te geven wat ze zouden willen veranderen aan diens lichaam. Dus ben je dan wel echt tevreden?



Het huidige lichaamsideaal begint te veel druk op zich te krijgen. De maakbaarheid van ons lichaam word als steeds normaler gezien, en hierdoor ook als noodzakelijk. Overal waar je kijkt wordt je geconfronteerd met een steeds specifiekere wordende lichaamsideaal. Tegenwoordig wordt onze communicatie een stuk visueler. Beelden worden massaal verspreid, en zijn als het ware een meetlat van wat wij als normaal beschouwen. Deze beelden worden veelal gemanipuleerd. Hierdoor ontstaat een nieuw normaal in lichaamsidealen, eentje die zonder manipulatie amper haalbaar is.

Er hangen gevoelsmatig grote consequenties aan het niet behalen van het lichaamsideaal. Aansluitend bij de maakbaarheid kwam ook het idee dat het falen in het behalen van het ideaalbeeld je eigen schuld is. Maar ook op sociaal level word er veel druk gelegd op schoonheid. Aantrekkelijke mensen ervaren de wereld aanzienlijk makkelijker dan onaantrekkelijke mensen. Er zijn dus genoeg redenen waarom mensen steeds vaker kritischer gaan nadenken over hun lichaam.

Op dit moment heerst er een vrij beknopt schoonheidsideaal. Gelukkig is schoonheid grotendeels een construct. Vaak nemen mensen roekeloos het genormaliseerde over. Hetgeen wat dus vaak op een positieve manier in beeld wordt gebracht, wordt beschouwd als goed. Er is dan ook vaak niet rationeel nagedacht over bepaalde idealen. Dit betekent dat ontwerpers hier een grote invloed op kunnen hebben. Als ontwerpers het algemeen geziene beeld kunnen aanpassen, zal er hoe dan ook een verschuiving ontstaan in de perceptie van schoonheid. Als we terugkomen op de vraag of ontwerp een verandering in mentaliteit over lichaamsbeeld genereren, kan ik deze nu met zekerheid beantwoorden. Ik denk dat het mogelijk is om een mentaliteitsverandering teweeg te brengen doormiddel van ontwerp. Ook ben ik van mening dat dit hoog nodig is als het gaat om lichaamsbeeld.

Dit kunnen we doen door een aanpassing door te voeren in het verspreide beeld. Ik denk dat dit het beste lukt door kracht te halen uit dezelfde manieren waarop de huidige lichaamsidealen nu juist in stand worden gehouden. We moeten kracht halen uit de overtuigingskracht van beelden. En er voor zorgen dat deze beelden wijd verspreid worden. De beeldretorica is hier een handige tool voor.

Vele ontwerpers zijn al bezig gegaan met de nodige veranderingen, denk aan Peter Devito of Debora Dax. Toch ben ik van mening dat er nog flinke stappen gezet moeten worden. We moeten er namelijk voor zorgen dat een nieuw lichaamsideaal genormaliseerd word. Of nog beter gezegd moeten lichamen, in alle vormen, genormaliseerd worden. En daarvoor hebben we mankracht nodig. Ik zie het als mijn verantwoordelijkheid om mee te helpen met deze verschuiving.

Voor mij is het belangrijk om me te richten op diversiteit en inclusiviteit in ontwerp. In mijn werk moet iedereen zijn bestaansrecht hebben. Wie die persoon ook is, iedereen moet een stukje van zichzelf kunnen terugzien in het ontwerp. Het is belangrijk dat ontwerp spiegels en ramen biedt. Men moet zichzelf kunnen terugvinden in het ontwerp, maar moet ook de ander er in kunnen zien.

Met mijn afstudeerproject ben ik dan ook bezig gegaan met het ontwikkelen van een inclusieve pop voor kinderen. De pop heet Maatje. Naast dat het een vriend zal worden van kinderen, moet het de kinderen ook een les meegeven. Namelijk het buiten de maat kijken. Kinderen leven namelijk nog te veel in een bubbel. Dit terwijl juist jonge kinderen net de wereld beginnen te ontdekken. Met Maatje wil ik kinderen op jonge leeftijd confronteren met verschillende vormen van het lichaam. Hiermee hoop ik dat de kinderen op latere leeftijd een minder gesloten kijk hebben op het lichaam, en dat daardoor hun eigen lichaamsbeeld ook positiever wordt. Hierbij wilde ik vooral ingaan op het onbewuste ontwerpen, waar we het in het hoofdstuk nudging over hebben gehad. Op deze manier probeer ik het lichaamsbeeld te verbreden, net zoals de ontwerpers die ik eerder noemden proberen te doen. Om af te sluiten wil ik dan ook Umberto Eco citeren. Hij pleit naar een poly-theïsme van schoonheid, iets waarin ik me volledig kan vinden. Schoonheid is meer dan wat we denken, en dit moet getoond worden.

*‘Onze onderzoeker uit de toekomst zal niet langer in staat zijn te zien welk esthetisch ideaal er door de massamedia van de twintigste eeuw en Later is uitgedragen. Hij zal zich gewonnen moeten geven ten overstaan van de orgie van tolerantie, het totale syncretisme, het absolute en onstuitbare polytheïsme van de schoonheid.’<sup>51</sup>*

In de werken die ik heb besproken kan je duidelijk zien hoe prachtig de diversiteit is in de beelden. Als je de schoonheid van de benoemde projecten ziet, is het duidelijk dat schoonheid niet alleen ligt bij een ideaal. De wereld wordt juist interessanter wanneer wij buiten dit ideaal durven te leven. Het contrast tussen mensen, is voor mij wat de wereld een mooie plek maakt. Als het aan mij lag zouden ontwerpers dit dan ook in veelfout moeten verkondigen. Ik zal in ieder geval zeker mijn best doen om in mijn ontwerp alle vormen van schoonheid te vieren.





- [1] Artez. (2020, januari). Profilering Academie voor Art & Design Zwolle: Human Matters. [https://www.artez.nl/media/dit\\_is\\_artez/academie\\_art\\_amp\\_design\\_zwolle/proflering\\_academie\\_zwolle.pdf](https://www.artez.nl/media/dit_is_artez/academie_art_amp_design_zwolle/proflering_academie_zwolle.pdf)
- [2] Verweij, L. (2014, mei 8–9). Lucas Verweij - Criticism [Event]. What Design Can Do, Amsterdam, Nederland. <https://www.whatdesigncando.com/talks/lucas-verweij/>
- [3] Thaler, R., & Sunstein, C. (2015). *Nudge* (1ste ed., Vol. 5). Reed Business Education.
- [4] van den Broek, J., Koetsenruijter, W., de Jong, J., & Smit, L. (2019). *Beeldtaal* (Herzien, 3 ed.). Boom Lemma.
- [5] PBS Eons. (2017, 30 oktober). An Illustrated History of Dinosaurs [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=JDNQmBFxf>
- [6] Vogue. (2018, 25 maart). Deze modellen met acne vertellen over de impact van photoshop op hun zelfbeeld. <https://www.vogue.nl/beauty-health/huid/g22544170/deze-modellen-met-acne-vertellen-over-de-impact-van-photoshop-op-hun-zelfbeeld/>
- [7] NU.nl. (2017, 8 mei). Magere Franse modellen hebben voortaan doktersverklaring nodig. NU - Het laatste nieuws het eerst op NU.nl. <https://www.nu.nl/werk-en-privé/4671462/magere-franse-modellen-hebben-voortaan-doktersverklaring-nodig.html>
- [8] Fasanella, K. (2018, 28 september). Peter Devito's Portraits Prove Body Positivity Isn't Just a Trend. Allure. <https://www.allure.com/story/more-than-a-trend-portrait-series-peter-devito-khrystyana>
- [9] Dama, K. (2020, 16 november). Peter Devito: Activism, Photography and Rebellion. DAMA MAGAZINE. <https://www.damamagazine.com/all-posts/peter-devito-profile>
- [10] van der Haak, I. (z.d.). Beyond the Body - Imme van der Haak. Imme van der Haak. Geraadpleegd op 20 April 2021, van <https://www.immevanderhaak.nl/Beyond-the-Body>
- [11] Aboutaleb, Y. (2021, 19 januari). Het eerste virtuele supermodel is een gamechanger in de schoonheidsindustrie. Wat volgt er nog meer? de Volkskrant. <https://www.volkskrant.nl/cultuur-media/het-eerste-virtuele-supermodel-is-een-gamechanger-in-de-schoonheidsindustrie-wat-volgt-er-nog-meer~b14d3f8a/?referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F>
- [12] Alti, A. (2018, 10 december). Interview With Cameron-James Wilson, Creator of Shudu, "The World's First Digital Supermodel". WeRSM - We Are Social Media. <https://wersm.com/interview-with-ronald-james-wilson-creator-of-shudu-the-worlds-first-digital-supermodel/>

- [13] Jongerius, H., & Schouwenberg, L. (2015). Beyondthenewjongeriuslab. Jongeriuslab. <http://beyondthenewjongeriuslab.com>
- [14] Johansson, P. (2019, 23 november). Do you really know why you do what you do? [Video]. TEDxUppsalaUniversity, Uppsala, Zweden. [https://www.ted.com/talks/petter\\_johansson\\_do\\_you\\_really\\_know\\_why\\_you\\_do\\_what\\_you\\_do/](https://www.ted.com/talks/petter_johansson_do_you_really_know_why_you_do_what_you_do/)
- [15] Schwartz, B. (2005, juli 12–15). The paradox of choice [Video]. TED Conferences, Oxford, Verenigd Koninkrijk. [https://www.ted.com/talks/barry\\_schwartz\\_the\\_paradox\\_of\\_choice/](https://www.ted.com/talks/barry_schwartz_the_paradox_of_choice/)
- [16] Thaler, R., & Sunstein, C. (2015). *Nudge* (1ste ed., Vol. 5). Reed Business Education.
- [17] Ontwerpstudenten maken klameubilair om kinderen te helpen zich te concentreren. (2018, 13 februari). Furniture home wares. <https://nl.furniturehomewares.com/2018-02-13-design-students-royal-danish-academy-fine-arts-classroom-furniture-help-kids-concentrate-stockholm-design-week>
- [18] Boukes, M. (2020, 3 juni). Hoe de media het publiek meetbaar aan het denken zet. SWOCC. <https://www.swocc.nl/blog/kennisbank-item/hoe-de-media-het-publiek-meetbaar-aan-het-denken-zet/>
- [19] Kamerick, M. (2012, juni). Women should represent women in media [Video]. TEDxABQ, Albuquerque, New Mexico. [https://www.ted.com/talks/megan\\_kamerick\\_women\\_should\\_represent\\_women\\_in\\_media/](https://www.ted.com/talks/megan_kamerick_women_should_represent_women_in_media/)
- [20] Mudde, L. (2010, januari). Perfectie als norm?: "Niet Normaal" over norm en verschil in de hedendaagse maatschappij. *Simulacrum*, tijdschrift voor kunst en cultuur, 18(#1), 5–8.
- [21] Rose, N. *Politics of life itself: biomedicine power and subjectivity in the twenty-first century*. Princeton: Princeton University Press 2001: p.8
- [22] Gevers, I., Berg, A. V. D., Berlage, B., Display, O. D. N. N. E., Stichting Niet Normaal, & Beurs van Berlage (Amsterdam). (2009). *Niet normaal*. NAi Uitgevers/Stichting Niet Normaal.
- [23] Nieuw matensysteem is gebaseerd op lichaamsvormen. (2014, 7 februari). FashionUnited. <https://fashionunited.be/v1/leads/nieuw-matensysteem-is-gebaseerd-op-lichaamsvormen/201402071673>
- [24] Woertman, L. (2013). *Psychologie van het uiterlijk* (1ste ed.). Pearson Benelux B.V.
- [25] Braun, D. F. (2020, 17 juni). Jezelf vertegenwoordigd zien op het witte doek betekent meer dan je denkt. Vogue. <https://www.vogue.nl/cultuur/opinie/a32890504/representatie-vertegenwoordiging-film-tv-belang-waarde/>

[26] Sprecher, S. & Hatfield, E. (in press/2009). Matching hypothesis. In H. Reis & S. Sprecher (Eds.) *Encyclopedia of human relationships*. New York: SAGE.

[27] Messaoud, Y. O. (2020, 24 november). Het belang van representatie – Trajectum. *Trajectum*. <https://trajectum.hu.nl/het-belang-van-representatie/>

[28] Duits, L. (2019, 29 december). 'Diverse representatie is nog te vaak een zoethoudertje'. *Het Parool*. <https://www.parool.nl/nieuws/diverse-representatie-is-nog-te-vaak-een-zoethoudertje~b7e5401a/>

[29] Oliveri, L., & Oliveri, L. (2020, 1 oktober). Diversiteit en inclusiviteit in de modewereld: in gesprek met 'Black Models Matter'-oprichter Ashley Chew en oprichter van agentschap "Let it Go" Lou Renard. *Vogue*. <https://www.vogue.nl/fashion/fashion-interviews/a34160314/diversiteit-inclusiviteit-modewereld-interview-ashley-chew-lou-renard/>

[30] Woertman, L. (2020). *Psychologie van het uiterlijk* (1ste ed.). Have, Ten, p. 22,23

[31] Linden, F. (2020, 29 januari). Barbie wordt steeds diverser: nu ook poppen met vitiligo en protheses. *Glamour*. <https://www.glamour.nl/nieuws/wil-je-weten/a30700391/barbie-diversiteit-vitiligo-prothese/>

[32] Dockterman, E. (2016, januari). Barbie Has a New Body Cover Story. *TIME.com*. <https://time.com/barbie-new-body-cover-story/>

[33] Zeguers, J. (2021, 8 maart). Stacey maakt échte poppen: "Ik wil bijdragen aan een positief zelfbeeld". *LINDA.nl*. <https://www.linda.nl/lifestyle/mode/mini-queens-stacey-esajas/>

[34] Kassam, A. (2021, 1 maart). How a Spanish town pioneered dolls with Down's syndrome. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/society/2021/feb/15/dolls-and-diversity-how-toys-pass-on-the-power-of-being-see>

[35] RTL. (2021, 16 februari). Spaanse stad beroemd om speciale syndroom van Down-poppen. *RTL Nieuws*. <https://www.rtlnieuws.nl/nieuws/buitenland/artikel/5214938/pop-inclusief-syndroom-van-down-genderneutraal-huidskleur>

[36] Baudet, T. [@thierrybaudet]. (2021, 5 maart). Ja joh. Kinderen op tv lekker vragen laten stellen aan een naakte man met een penis-piercing. Gadverdamme. De publieke omroep [Tweet]. *Twitter*. <https://twitter.com/thierrybaudet/status/1367778028898693120>

[37] Bouyeure, L. (2021, 12 maart). Bloot wordt niet meer gezien als gewoon bloot. *de Volkskrant*. <https://www.volkskrant.nl/columns-opinie/bloot-wordt-niet-meer-gezien-als-gewoon-bloot~bac23b77/>

[38] Meijer, M. (2021, 7 maart). Felle kritiek op programma waarin kinderen naakte mensen bevragen. *de Volkskrant*. <https://www.volkskrant.nl/nieuws-achtergrond/felle-kritiek-op-programma-waarin-kinderen-naakte-mensen-bevragen~b814e55f1/>

[39] Omroep NTR. (2021). Nieuws - Kinderen ontdekken de naakte waarheid in GEWOON. *BLOOT.NTR*. <https://www.ntr.nl/site/nieuws/Kinderen-ontdekken-de-naakte-waarheid-in-GEWOON-BLOOT/509/>

[40] Hitti, N. (2021, 25 mei). Karoline Vitto's garments accentuate the fat rolls women are told to hide. *Dezeen*. <https://www.dezeen.com/2019/08/05/karoline-vitto-the-body-as-material-fashion-collection/>

[41] Seward, M. (2019, 18 december). Meet the young designer dismantling Brazilian body standards. *I-d*. [https://i-d.vice.com/en\\_uk/article/dygzdy/meet-the-young-designer-dismantling-brazilian-body-standards](https://i-d.vice.com/en_uk/article/dygzdy/meet-the-young-designer-dismantling-brazilian-body-standards)

[42] Wow Amsterdam. (z.d.). *WOWInCONTEXTure*. Geraadpleegd op 23 april 2021, van <https://www.wow-amsterdam.nl/event/incontexture/>

[43] Molenaar, L. (2019, 15 juli). Schoonheid gaat niet meer alléén om een mooi lijf en dat kan gevaarlijk zijn. *Trouw*. <https://www.trouw.nl/nieuws/schoonheid-gaat-niet-meer-alleen-om-een-mooi-lijf-en-dat-kan-gevaarlijk-zijn~b2b6dc7e/>

[44] VPRO [Tegenlicht]. (2020, 4 augustus). Perfectme - VPRO Tegenlicht [Video]. *VPRO*. <https://www.vpro.nl/programmas/tegenlicht/kijk/afleveringen/2020-2021/perfect-me.html>

[45] van Willigenburg, T., de Beaufort, I., Hilhorst, M., Wijsbek, H., & Bolt, I. (2001). *Over schoonheid*. Damon.

[46] Reinhard, R. (2014). *Mooi!* (1ste ed.). Have, Ten

[47] Woertman, L. (2020). *Psychologie van het uiterlijk* (1ste ed.). Have, Ten

[48] Never Give Up. (2018, 26 januari). Being ugly : My Experience [Video]. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=1n5nOEjtrYA>

[49] Verhaeghe, P. (2019). Psychoanalyticus Paul Verhaeghe: als je lichaam begint te protesteren. *HVMAN*. <https://www.brainwash.nl/bijdrage/psychoanalyticus-paul-verhaeghe-als-je-lichaam-begint-te-protesteren>

[50] Parnassia groep. (z.d.). Eetstoornissen | soorten eetstoornissen - Parnassia Groep. Geraadpleegd op 28 mei 2021, van <https://www.parnassiagroep.nl/uw-probleem/eetstoornis>

[51] Eco, U., & Michele, G. (2005). *De geschiedenis van de schoonheid* (1ste ed.). Bert Bakker.

## Figuren

[fig 1.2.1] Kardashian, K. (2016, 26 augustus). [Khloe Kardashian Flat tummy tea ad]. <https://www.instagram.com/p/BK4K8fCBAR4/>

[fig 1.2.2] Sarah Thomas weight loss technique. (2019, maart). [Foto]. Sarah Thomas weight loss. <https://weightlosslook.blogspot.com/2019/03/sarah-thomas-340-weight-loss.com>

[fig 1.2.3] Nivea. (z.d.). Nivea for men Active3 Ad [Advertentie]. <https://www.pinterest.de/pin/291045194647653717/>

[fig 1.5.1] DeVito, P. (2018). Vogue Netherlands [Foto]. <https://www.peterdevito.com/vogue-netherlands#4>

[fig 1.6.1] DeVito, P. (2019). Marie Claire UK [Foto]. <https://www.peterdevito.com/marie-claire-uk-2019>

[fig 1.6.2] DeVito, P. (2018). Chng campaign, Yvesmark Chery [Foto]. <https://www.peterdevito.com/chnge-campaign#0>

[fig 1.6.3] DeVito, P. (2018b). Nathalia [Foto]. <https://www.damamagazine.com/all-posts/peter-devito-profile>

[fig 1.7.1] van der Haak, I. (2012). Beyond The Body [Dance performance]. <https://www.immevanderhaak.nl/Beyond-the-Body>

[fig 1.8.1] Wilsom, C. J. (2018). Shudu. <https://the-dots.com/projects/shudu-for-vogue-australia-362263>

[fig 1.8.2] Wilsom, C. J. (2018). Shudu. <https://madnessmedia.net/shudu-gram/>

[fig 1.8.3] Ariadne. (z.d.). [Sculptuur]. Uffizi, Florence, Italie. <https://www.uffizi.it/en/artworks/ariadne>

[fig 1.8.4] Bernini, G. L. (1617). De Heilige Laurentius [Sculptuur]. Uffizi, Florence, Italie. <https://www.uffizi.it/en/artworks/saint-lawrence-bernini>

[fig 2.5.1] Rievers, C., & Bach, H. C. (2018). Adjust [Foto]. <https://www.dezeen.com/2018/02/13/design-students-royal-danish-academy-fine-arts-classroom-furniture-help-kids-concentrate-stockholm-design-week/>

[fig 3.4.1] Mattel. (2016). Barbie fashionistas [Foto]. <https://www.dezeen.com/2016/02/01/barbie-dolls-fashionista-collection-mattel-new-body-types/>

[fig 3.4.2] Esajas, S. (z.d.). [Foto]. Mini Queens. <https://miniqueens.nl>

[fig 3.4.3] Cissy Wears. (z.d.). Miniland Doll With Down Syndrome (38cm) [Foto]. <https://www.cissywears.com/miniland-down-syndrome-doll-38cm.html>

[fig 3.5.1] Televizier. (2021, 19 maart). Het kinderprogramma met blote volwassenen begint. [televizier.nl. https://www.televizier.nl/kijktips/gewoon-bloot-poedeltje-naakt](https://www.televizier.nl/kijktips/gewoon-bloot-poedeltje-naakt)

[fig 3.6.1] Vitto, K. (2019). The body as material, proces [Foto]. [https://i-d.vice.com/en\\_uk/article/dygzdy/meet-the-young-designer-dismantling-brazilian-body-standards](https://i-d.vice.com/en_uk/article/dygzdy/meet-the-young-designer-dismantling-brazilian-body-standards)

[fig 3.6.2] Vitto, K. (2019). The body as material [Foto]. <https://www.dezeen.com/2019/08/05/karoline-vitto-the-body-as-material-fashion-collection/>

[fig 3.6.1] Vitto, K. (2019). The body as material [Foto]. [https://i-d.vice.com/en\\_uk/article/dygzdy/meet-the-young-designer-dismantling-brazilian-body-standards](https://i-d.vice.com/en_uk/article/dygzdy/meet-the-young-designer-dismantling-brazilian-body-standards)

[fig 3.7.1] Dax, D. (2015). Incontexture [Foto]. <https://www.dezeen.com/2015/03/23/debora-dax-body-taboos-fashion-statements-incontexture-eindhoven-underwear/>



## Enquête\*:

Niet hier om mooi te zijn

**Door:** Christine de Kort

**Met hulp van:** Sandy Janse, Leann Leeuwerik,

Ruben Harbers en Amy-Lynn Vreman

**Gehouden op:** 28.03.2021 30.03.2021

**Aantal reacties:** 210\*\*

### Hoe Identificeer je jezelf?:

Vrouw 76%  
Man: 23.1%  
Nonbinair: 0,5%  
Genderfluid: 0,5%

### Wat is je leeftijd?:

<16: 0,5%  
16 t/m 20: 24,5%  
21 t/m 25: 22,5%  
26 t/m 35: 11,5%  
36+: 41%

### Voel je je fijn in je lichaam?:

Ja: 17,8%  
Best wel: 42,3%  
Neutraal: 28,8%  
Niet echt: 9,1%  
Nee: 1,9%

### Wat is voor jou je ideale lichaamsbeeld?

- Slank maar niet extreem
- Tevreden zijn met wat ik heb, maar slank en een gladde huid
- Een iets meer toned down versie van het instagram lichaam. Grote billen en benen, slang middel en geen onderkin
- 5 kg lichter en een iets rechtere rug, maar ben nu ook best tevreden!
- Slank, maar niet te slank + 'Correcte' verhoudingen
- Voor mij telt gezond zijn het meest. Of dat met een kilotje meer of minder is vind ik iets minder belangrijk.
- Mijn ideale lichaamsbeeld is voor mij denk ik precies zoals ik er nu uitzie. Ik hoef niet perse curves, of een sixpack of iets anders

- Ik ben blij met lichaam.
- Wanneer iemand tevreden is mijn zijn of haar lichaam en zich daar zeker over voelt
- Niet al te veel 'vetjes' haha.
- Heb ik niet echt, zolang ik van binnen gezond ben.
- Iets waar mensen niks van vinden, geen vooroordelen van hebben en ik gewoon
- besta en tevreden ben.
- Slank rondom de middel maar wel met rondingen.
- Fit, een goede houding, zuivere huid
- Platte buik en geen pukkels
- Slank, maar gezond
- Goed zorgen voor je lichaam, maar wel gewoon imperfecties mogen laten zien
- Gezond voelen
- Gespierd, en een goede conditie.
- Fit zijn en mijn lichaam gezonder krijgen
- Slank, volle billen maar vooral gezond
- De influencer Mark thurston
- Fit en gezond voelen
- afgetraint maar niet teveel
- Fit
- Ik zou nog iets gespierder/ fitter willen zijn
- Een gezond lichaam, en een lichaam waar iemand zich fijn in voelt
- Ik probeer mezelf gewoon te accepteren hoe ik ben dus dat is ideaal :)
- Soort van Marilyn Monroe, (dus niet dun, maar ook niet plus size. Gewoon rondingen, waarvan de verhoudingen kloppen) maar dat ik er dan heel zelfverzekerd over kan zijn
- kleinere, minder hangende borsten, rondere heupen ipv vioolheupen, minder onderkin, minder cellulitis op benen, dunnere benen, zelfde lengte of iets korter
- Dat ik een beeld kan hebben van mijzelf waar ik trots op kan zijn en dan trots kan zijn op iedere centimeter die ik heb
- Slank, mooi haar, egale huid
- Iets gespierd (niet helemaal afgetraint)

- De beelden van griekse goden
- Slank genoeg zijn
- dunnere benen en buik
- Niet te dun, en niet te dik
- Ik ben zelf best droog. Ik kom ook totaal niet aan. Dus mijn ideale lichaamsbeeld is nog meer spieren krijgen zodat ik niet op een naald ga kijken:)
- Voor mezelf, iets voller!
- Slank, licht gespierd
- Een gezond uitziend beeld, zowel qua hoofd als lichaam
- Slank, maar op een gezonde manier
- Een lichaam dat zonder al te veel moeite kan doen wat ik wil dat het doet, rennen, springen, tillen, etc. Gezonde en sterke spieren, met een degelijke conditie. Als dat behaald is en ik lekker in mijn vel zit, vind ik het allemaal prachtig.
- Ik probeer niet te streven naar een ideaal lichaamsbeeld maar mezelf te accepteren zoals ik ben :)
- Curvy maar dun
- Ik vind dat er geen ideaal lichaamsbeeld is, als je je maar goed voelt in je lichaam en overgewicht of ondergewicht niet voor klachten zorgt
- Iets gespierder
- Wel dun maar met curvess
- Gezond, fit, lekker in mijn vel.
- Heb ik niet direct
- Over het algemeen slank, met wat curves
- Heb ik niet echt, gewoon me fijn voelen in mn lichaam zonder dat mensen er een mening over hebben
- Een lichaam waarmee ik goede daden mag verrichten.
- Lang, dun maar wel met een beetje mooie vormen.
- Gezond zijn
- Jezelf er goed vinden uitzien
- Ik ben eigenlijk best blij met mezelf min mijn

- acne en littekens. Maar ik ben van mezelf altijd al dun geweest en ik heb een gemiddelde lengte, alleen dit zag ik lange tijd niet. Ik dacht altijd dat ik te veel buikvet had, ookal ben ik altijd door de ggd verteld dat ik net ondergewicht had. Ik zag nooit foto's van mezelf en ik ben me de laatste tijd pas gaan beseffen dat ik eigenlijk best wel blij ben met mijn lichaam.
- Ik heb ADHD en ik heb daardoor waarschijnlijk ook dermatomania, wat betekent dat ik compulsief aan korstjes en puistjes zit. Ik heb helaas ook acne en dit wordt gewoon erger doordat ik er constant aan zit. Ik zit dus altijd onder de littekens en wondjes en ik wou dat dat niet zo was.
- Het is voor mij belangrijk dat we iedereen accepteren en stoppen met die gekke social media standards
- Slank
- Dat ik tevreden ben
- Geen
- Rondingen, maar slank
- Nouja alles is goed zolang je er maar blij mee bent. Voor mij is dat slankere benen en buik
- Een gezond fit lijf, Egale huid, Modieus
- Dat vind ik lastig. Ik denk toch een wat strakker buikje. Wat sterkere armen en wat minder bleek. En een grotere penis.
- Slank, lang, verzorgd, atletische bouw
- Lang, slank, zandloper figuur. Bv; Kendall Jenner
- Grote borsten, smalle taille, dikke billen, dunne benen
- Ik heb niet echt een ideaal lichaamsbeeld, ik probeer tevreden zijn met wie ik ben, hoewel dit soms moeilijk is.
- Dunner, gespierder, minder breed
- Fit, minder vet op mijn buik
- Als het in je hoofd goed zit. Is de rest prima.
- Slank, maar gezond







<b>Koppel jij je waarde aan je lichaamsbeeld?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vroeger kreeg ik soms te horen dat ik te dun was, of werd dun juist als mooier gezien, bij allebei voelde ik me niet chill</li> <li>Mijn eigen lichaam wel, m'n lichaamsideaal niet want het is een ideaal</li> <li>Vroeger noemden mensen me plat en vormloos. Dat maakte me wel eens onzeker. Op een gegeven moment heb ik zoiets gehad van, mensen nemen me maar zoals ik ben. Ik ga vanaf nu geen moeite meer doen om me er beter uit te laten zien.</li> <li>Vast wel, maar niet zo dat ik het mij kan herinneren</li> <li>Heel vroeger werd ik wel is dik genoemd, en dat nam ik mezelf dan kwalijk. (Ookal was ik het niet heel dik, en was het misschien meer een grap)</li> <li>Jaa, had al best vroeg 'curves' dus kreeg altijd veel ongepaste opmerkingen</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Ja: 10,6%</li> <li>Soms: 24,2%</li> <li>Neutraal: 31,4%</li> <li>Niet echt: 23,7%</li> <li>Nee: 10.1%</li> </ul>	
<b>Focus jij je bij het behalen van je lichaamsideaal ook op het mentale aspect?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ja, altijd: 17,85</li> <li>Vaak: 42,3%</li> <li>Neutraal: 28,8%</li> <li>Niet echt: 9,1%</li> <li>Nee: 1,9%</li> </ul>
<b>Is jouw lichaamsideaal wel eens (onbedoeld) door een ander negatief beïnvloed? Denk aan een misplaatst compliment, een fout grapje etc.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ja, een fout grapje. "Je billen zijn in ieder geval niet zo plat als die van..."</li> <li>Ja, ze vinden het te sportief, groot en onbereikbaar</li> <li>niet vaak maar als er iets is dan gaat het vaak over dat ikbweinig spieren heb</li> <li>Vast wel een keer, maar weet zo niet watJa dat denk ik wel, weet zo alleen geen voorbeelden te bedenken, het is ook niet iets waar ik ooit mee heb gezeten.</li> <li>Ik werd wel eens na geroepen op straat als dik bil... Ik heb nou eenmaal bredere benen en vollere billen en een dunner bovenlichaam</li> <li>ja. ook op bedoelde manieren</li> <li>Ja best vaak... bijvoorbeeld wat heb je kleine voeten voor je grote lijf... euhhh en bedankt.</li> <li>Natuurlijk maar is vaak dan niet negatief bedoeld Er is wel is kale of dikke of dikke kale gezegt maar nee denk het niet, want dat zijn grappen</li> <li>Ja soms gebeurt dat. Bijvoorbeeld als een slankere vriendin klaagt over dat zij te dikke benen heeft of als een bruinere vriendin zichzelf te wit vindt, en ik dan nog veel witter ben.</li> <li>Ja, mijn zus die noemde mij "spillebeen"</li> <li>Ja, ben dr vroeger over wel over gepest</li> <li>Niet dat ik weet</li> <li>Ja, door inderdaad foute grapjes</li> <li>Zo vaak, maar dat moet je ook intern kunnen verwerken, denk ik. Je kunt niet controleren wat anderen zeggen, je kunt wel aanleren hoe je met kritiek en andere moeilijkkehoren opmerkingen omgaat.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Ja, als ik onzeker ben over mn huid en dat er dan wordt gezegd dat het niet zo erg is.</li> <li>Mijn vriend noemt mij wel eens "dikkie" maar dat komt vooral ook omdat hij zelf te mager is</li> <li>Ik denk dat iedereen dat wel eens heeft gehad. Ik probeer er dan niet te veel op te letten maar doe dat (onbewust) dan toch. Ik heb dit vooral met familie, die zeggen vaak wat ze denken, ondanks dat het meestal niet hun bedoeling was kan dit mij toch beïnvloeden.</li> <li>Nee, maar dat is omdat ik zelf vaak grapjes maak over hoe ik eruit zie, en ik het niet erg vind als anderen dit ook doen. Ik ben niet onzeker over mijn lichaam en ik weet dat ik ook niet onzeker raak van iemand anders zijn mening over mijn lichaam.</li> <li>Ja als iemand ineens vraagt of zelfs zegt dat ik ben aangekomen. Dat zou niet eens erg zijn, maar toch doet het pijn. Maar in het verleden noemden mensen mij constant te dun. Ook dat vond ik erg vervelend.</li> <li>Complimenten over gewichtsverlies, wat ik juist heel vervelend vind. (want dat geeft dus juist aan dat mijn lichaam hiervoor niet goed genoeg was?) Toxic Diet culture</li> <li>Ja. Dat ik niet achterop de fiets mag omdat ik te zwaar zou zijn of iemand mij niet op wilde tillen.</li> </ul>	

<ul style="list-style-type: none"> <li>Uhm, niet perse omdat ik weet dat iedereen een ander lichaam als ideaal heeft.</li> <li>Natuurlijk wel. Ik werd vroeger altijd gepest om mijn blanke huid, waar ik in mijn pubertijd erg onzeker over was, verder boeide t me niet echt wat anderen vonden.</li> <li>Niet echt, ik ben vaker zelf een negatieve invloed.</li> <li>Ja, vooral mn moeder die haar eigen onzekerheden op mij projecteerde en daardoor mij onzekerheden aanpraatte in mn tienerjaren.</li> <li>Niet dat ik me kan herinneren, mijn enige waardige criticus ben ik zelf.</li> <li>Ja soms maakt iemand een opmerking die onbewust negatief overkomt</li> <li>In de les was ik een keer werk aan het presenteren met wat klasgenoten en ik probeerde een deel van de posters die hingen te bedekken met mijn lichaam om een indruk te geven van het beeld zonder die elementen en toen zei een docenten lachend: ' Ja ho maar hoor, dat heeft geen zin. Je moet wat meer eten.' Ik vond het niet zo erg, want ik krijg dat soort dingen wel vaker, maar ik ben zeker niet dunner dan een paar van mijn klasgenoten dus ik begrijp nooit echt waarom ik dat krijg. Een klasgenoot van me vroeg me later of ik het niet naar vond dat die docente dat zei en toen besefte ik dat het inderdaad best ren rotopmerking was, want ik had net zo goed anorexia kunnen hebben en dan was het echt het verkeerde keelgat in geschoten. Je weet nooit waar iemand doorheen gaat en ik heb soms moeite om op gewicht te blijven dus 'je moet meer eten' helpt niet. Mensen zeggen ook wel eens 'moet je wat minder chocola eten' over mijn acne terwijl ik niet heel veel chocola eet perse en dat helpt echt niet.</li> <li>ja vaak genoeg, ik was altijd te dik of mollig ook zo'n leuk woord</li> <li>Dunne mensen die zeggen dat ze dik zijn beïnvloed mensen die zelf wat zwaarder zijn behoorlijk. Bij grapjes over gewicht voel ik me altijd aangesproken.</li> <li>Ja vaker dan ik wil</li> <li>Ja, tijdens het eten vreetzak genoemd worden bijvoorbeeld. Ja, voornamelijk door grapjes waarbij ik niet laat blijken dat ik deze eigenlijk niet fijn vind.</li> <li>Vroeger veel gepest over mijn gewicht, was een klein propje voordat ik in de lengte ging groeien. Soms nog steeds last van dat stemmetje, gelukkig vele malen minder.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ik heb wel eens een fout grapje te horen gekregen over dat ik teveel buikvet had, hierdoor wilde ik afvallen. Mijn oma heeft wel eens gezegd dat ik 'stevig' ben.</li> <li>Jaa, een grapje die ik vroeger te serieus nam</li> <li>Spot op achterzijde van haargrens</li> <li>Jaa, een grapje die ik vroeger te serieus nam</li> <li>Jaa maar gebeurt niet heel vaak</li> <li>Ja zeker, heel veel afgevallen en dan wordt er gezegd kan het niet sneller</li> <li>Heel vaak, nog steeds het meest kwetsend: "kijk, een fietsend nijlpaard!"</li> <li>Ja maar niet heel erg, meer hoe ik mee kleeed en opmerkingen vroeger dat ik lang was voor een meisje ofzo</li> <li>Ja zeker, best vaak</li> <li>Ja, ik trok me vroeger veel aan van wat anderen van me dachten (of van wat ik dacht dat ze over me dachten) dus kleine opmerkingen of een beetje stekende grapjes raakte mij altijd wel. Voornamelijk als ze van vreemden kwamen, van mijn vrienden kon ik het wel hebben, dan dacht ik er niet verder over na.</li> <li>Ja maar niet heel erg, meer hoe ik mee kleeed en opmerkingen vroeger dat ik lang was voor een meisje ofzo</li> <li>Zeker door familie en vrienden. Ook in het verleden door mijn partner</li> <li>Geregeld. Gepest. Maar ook mijn</li> <li>Moeder die, onbedoeld, wel eens wat onhandige zei. Het gebeurt veel hoor</li> <li>Vroeger wel, nu niet meeer.</li> <li>Ik werd altijd 'de spin' of die magere genoemd. Dat was niet leuk.</li> <li>Ja, vroeger geplaagd met cezeem</li> <li>Ja, foute grap</li> <li>Regelmatig</li> <li>Wel mijn lichaamsbeeld. Zelf best wel tevreden over m'n lijf.. tot een van m'n vriendinnen zei; 'ja vroeger was je echt nog een skinny bitch!' .... vond ik merkwaardig en niet prettig dat ze dat zei</li> <li>Jazeker. Proberen maar om dat naast me neer te leggen</li> <li>Ja, door een vriendje die zei dat mijn benen best wat slanker konden</li> <li>Ja toen ik een tiener was</li> <li>Ja, door een arts die een misplaatste grap maakte</li> <li>Ja maar dat doet mij niets, ik accepteer mijn eigen lichaam hoe het is en wat andere zeggen boeit me niet</li> <li>Ja dat ik dikker word ik weet waarom maar het is niet fijn</li> </ul>











