

Nej Kim, uppmana inte oss till att suga på...

En essä skriven av Vivi Donlind

Ingen har undgått månadens största snackis. I ett sponsrat inlägg på Instagram har Kim Jong Un, Nordkoreas högsta ledare, publicerat en bild där han med bar överkropp suger på en röd klubba. Det är inte vilken klubba som helst utan en klubba som är tänkt för att hämma aptiten. Han uppmanar alla sina väljare till att skynda sig eftersom Flat Tummy Co, som han har inlett ett samarbete med, ger de första femhundra personerna femton procent rabatt. Han avslutar sedan sin säljpitch med hashtaggen #SUGDEN! (#SUCKIT!).

Vänta! STOPP! Va? Nu känner ni säkerligen för att gnugga ögonen för detta låter helt bisarrt eller hur? Jag vet. Men låt oss vara ärliga? Ingen skulle höja ett ögonbryn om vi vände på steken och sa att det var Kim Kardashian, erkänd för sin skönhet och timglasfigur, som publicerar detta på sitt Instagramkonto? Det är nämligen fallet. Kim Kardashian publicerade inlägget.

I skrivandes stund har Kardashian 275 miljoner följare på sitt Instagramkonto och tror ni inte att många av dessa följare är unga tjejer som ser upp till henne och försöker att efterlikna henne? Dessa unga tjejer och kvinnor pressas dagligen av

förvrängda och outhärliga kroppsideal. Vad är det de egentligen ska suga på? Om vi plockar isär bilden ifrån texten ser vi inte enbart de redan hårda kraven på hur en ung kvinna bör se ut och vara, men texten i sig främjar en sexualiserad bild av kvinnan. Det räcker alltså inte med att pitcha bantningspiller på det gamla hederliga sättet utan nu ska vi också suga?

Företaget Flat Tummy Co., som gjort sig kända på marknaden för en mängd bantningsklubbor, gummies och måltidsersättning i form av shakes, har fått stor kritik för sin kroppsskamliga och sexistiska reklam vilket främjar en icke hälsosam kroppsuppfattning genom sin tydliga inriktning på unga flickor och kvinnor. Denna typ av reklam som smyger sig förbi mitt flöde sker på daglig basis och vad som är skrämmande är att man nästan blivit som förblindad av hur vardagligt sådana inlägg är att problematiken knuffas undan.

Denna aptitskam förmedlar inte enbart fel budskap till flickor, ungdomar och kvinnor och kan också främst trigga personer som redan lider av ätstörningar. Våra kvinnokroppar är redan tillräckligt hårt utsatta av samhällets krav likväl våra

egna inneboende skönhetsideal. Överallt blir vi dränkta med att vi inte är tillräckligt smala, att vi måste gå ner i vikt eftersom det är där lyckan uppstår, och att göra oss redo inför den där förbaskade perfekta sommarkroppen. Internaliseringen är så bottenlös att individer tenderar att ständigt objektifiera varandra. Kan vi inte bara få vara lyckliga i våra kroppar utan att behöva känna samhällets blickar på oss?

Det är ingen nyhet att Instagram bygger på publiceringar av bilder och enligt hjärnforskaren Sissela Nutley, sker en ögonblicklig reaktion i hjärnan när vi möts av dessa bilder. Hon menar att kvinnor påverkas när de blir exponerade av en idealiserad kvinnokropp, genom att de delar av hjärnan som associeras med självbild och ångest aktiveras. I det stora hela sker alltså en jämförelse mellan idealet och den egna kroppen.

Problemet är, tro det eller ej, större än Kardashians bakdel. Det räcker inte längre med att vara smal utan man ska dessutom tänka på att vara smal på rätt sätt? Smal midja och tydliga kurvor. Ja, man får tacka gudarna för om man fötts med goda gener.

I en studie gjord av psykologerna Ilyssa Salomon och Christina Spears Brown, diskuteras konsekvenserna som sker i samband med kroppsskam. När individer känner sig särskilt kritiska till sina kroppar leder det till kroppsskam vilket resulterar i negativa attityder mot kroppen, som att

starkt tycka illa om vissa kroppsdelar och avvisande känslor gentemot jaget, detta för att inte lyckas nå upp till den ideala kroppen.

Studier har också visat att ungdomar är särskilt känsliga vid exponering av kroppsideal. Jill Walker Rettberg, professor i digital kultur, förklarar att individer laddar upp bilder på Instagram för att öka sina egna dagliga upplevelser och samtidigt få sig själva att känna sig speciella. Numera använder dock allt fler unga, och särskilt tonårsflickor, filter som ”skönmålar” deras utseenden i syfte att få ett annat utseende, vilket görs genom att krympa, förbättra och sätta färg på sina kroppar och ansikten.

Även om det känns bra att skuldbelägga samhällets normer och kvinnoideal på personer som besitter makt och inflytelse, så har vi alla ett eget ansvar också. Mediekritik. Vi behöver uppmuntra ytterligare till mediekritik med fokus på att lära de unga att skapa en större medvetenhet kring medias bilder och hur vi bör se ut eller vara. Särskilt när det gäller skönhetsrelaterade reklam från mediemogulen Kardashian. Jag menar, ska vi ändå bara blunda inför det faktum att hon har genomgått ett x antal kirurgiska ingrepp för att sedan vilseleda unga flickor till att suga bort sin hunger? Nej Kim, uppmana inte oss till att suga bort vår hunger när du i själva verket sugit bort ditt kroppsfett.