

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

Lidija Magdič

Mentorica: doc. dr. Marina Lukšič Hacin

Somentorica: doc. dr. Karmen Erjavec

SPOL KOT KULTURNI KONSTRUKT

Diplomsko delo

LJUBLJANA, 2006

*Ti si ti in jaz sem jaz.
Ti ne moreš živeti po mojih pričakovanjih in jaz ne po tvojih.
Čudovito je, če se kdaj slučajno srečava,
če ne, se ne da pomagati.
(Friederich Perls)*

V prvi vrsti gre zahvala mentorici doc. dr. Marini Lukšič Hacin in v drugi vrsti somentorici doc. dr. Karmen Erjavec za njune konstruktivne nasvete in pomoč.

Vendar vrstice niso pomembne, zahvale pa se ne da izmeriti.

Ker pričujoče diplomsko delo ni osamljeno kot oaza v vročem puščavskem pesku, ampak je podobno zvezdam v jasni poletni noči, ni in ne more biti le produkt zadnjega leta na Fakulteti za družbene vede. Je del celote, njen zaključek, ki so ga zaznamovala leta, ljudje, dogodki in ideje. Profesorji, asistenti in ostali zaposleni na Fakulteti, sošolci, naključni znanci, sostanovalci, sodelavci. Vsi ti so na tak ali drugačen način zaznamovali trenutke, ure, dneve, leta, življenje. Brez njih bi marsikatera odločitev ali dejanje bilo drugačno, izbrana pot prehojena po drugi stezi, pogled na življenje spremenjen. Zato zahvala, ker smo se srečali, ker so ostali; mnogi v življenju, drugi v spominu.

Vsem, ki so v najbolj nepričakovanih trenutkih zasijali kot svetla lučka, čeprav se tega niso zavedali. Vsem, ki so mnogokrat nevede polepšali dan.

Družini.

Pravim prijateljem za življenjske lekcije.

Profesorjem, so nam vsa leta na Fakulteti razlagali, da novinarstvo ni poklic, ampak način življenja.

Sodelavcem, ki so dokazali, da novinarstvo JE način življenja.

Vsem, zaradi katerih mi ob pogledu nazaj na prehojeno pot ni žal

Hvala.

KAZALO

1 UVOD	4
2 »KAKO SVA SI RAZLIČNA« - OBLIKOVANJE SPOLNE IDENTITETE	10
2. 1 »ČLOVEK, NAREJEN PO BOŽJI PODOBI« - POVEZAVA MED MITI O STVARJENJU ČLOVEKA IN SPOLNIMI VLOGAMI	24
2. 1. 1 DEFINICIJE MITOV	24
2. 1. 2 MITI O STVARJENJU ČLOVEKA IN SPOLNE VLOGE	27
2. 2. »JE TREBA DELAT«	34
3 MEDIJSKA KONSTRUKCIJA REALNOSTI IN SPOLNE IDENTITETE	42
3. 1 NAMEN, METODA IN VZOREC ANALIZE	48
3. 2 OGLASNA VLOGA NASLOVNICE – PRODAJA ZUNANJE LEPOTE TELESA IN VSEBINE REVIJE	51
3. 3 VSEBINA REVIJ – PONUDBA POPOLNOSTI – MOŠKI IN ŽENSKA MORATA BITI LEPA	55
3. 3. 1 LEPO TELO JE VITKO TELO	57
3. 3. 2 LEPO TELO JE NEGOVANO IN MODNO TELO	63
3. 3. 3 LEPO TELO JE MLADOSTNO TELO	66
3. 3. 4 HETEROSEKSUALNI ODNOSI – AKTIVNI MOŠKI IN ŽENSKO OBJEKT OPAZOVANJA	68
3. 3. 5 PRESEGANJE TRADICIONALNIH ZNAČILNOSTI SPOLOV	72
3. 3. 6 EMANCIPACIJA ŽENSK	76
4 ZAKLJUČEK	79
5 LITERATURA	82

1 UVOD

»Čemur pravimo začetek je pogosto konec
in končati pomeni začeti.
Konec je tam, kjer začnemo ...«
(Thomas Stearns Eliot: *Little Gidding*, odlomek)

»Ljudje se neprenehoma delijo med seboj z najrazličnejšimi, tudi smrtonosnimi tekmovanji, ne da bi se zavedali, da je prva in neizprosna delitev na dva spola« (Irigaray, 1995: 11). Delitev na moški in ženski spol je stara toliko kot človeštvo, poznale so jo vse družbe in spola so spremljale določene vloge in pravila obnašanja. Spolne vloge¹ so se spreminjale glede na ljudstva in različne vidike človekovega življenja in dela.

Delitev med spoloma obstaja tudi danes in je še vedno v veliki meri 'tradicionalna'.² Tradicija kot »opravičilo in utemeljevanje obveznih družbenih, kulturnih /.../ norm« (Južnič, 1989: 241) pa ni značilna samo za tradicionalne družbe, ampak so v tem smislu »mnoge sodobne družbe tradicionalne družbe³« (Južnič, 1989: 241). Stane Južnič (1989: 246) omenja dejavnike tradicionalnosti, »ki se najbolj vidno vpletajo v moderno družbo«. Med njimi izpostavi vprašanje lojalnosti: tradicionalna družba pozna lojalnost primarni skupini, to je družini, posebno »ostre so meje lojalnosti, če gre za *patriarhalni dom*

¹ »Spolna vloga' je vloga, ki jo določa biološki spol, ta pa opredeljuje specifične osebnostne poteze in vedenjske odzive, ki so značilni za osebo tega spola. Biološko so ljudje samci in samice; kulturno se morajo dokazovati kot moški in ženske. Opredelitev moškosti in ženskosti se od družbe do družbe razlikuje, v vsaki družbi se tudi zgodovinsko spreminja« (Oakley, 2000: 97). Podrobneje bomo o tem pisali v naslednjem poglavju.

² Tradicionalna pomeni, da je vezana na tradicijo, o kateri bi lahko govorili kot o »zalogi' tako ali drugače posplošenih družbenih /.../ 'skušenj', ki si jih predajajo generacije tako, da 'prihajajoča' le deloma preveri skladnost predanega z dejanskim stanjem v družbi« (Južnič, 1989: 235). Tradicionalne družbe so v splošnem tiste, »ki se nahajajo v določenem stadiju družbenogospodarskega razvoja, katerega kvalifikacijska ločnica bi bila na meji z uveljavljanjem kapitalizma, njegovega načina proizvodnje, produkcijskih odnosov, ki jih vzpostavlja, in razrednih polarizacij, ki jih uveljavlja« (Južnič, 1989: 241).

³ »Glede na to, da je bistvena značilnost same narave 'tradicije' trdovratnost in da je to pogojeno z nenehnim prevajanjem 'vprašljivega' v 'nevprašljivo', je razumljivo, da se stereotipni seksistični vzorci obnašanja in sploh celotna patriarhalno določena organizacija vsakdanjega življenja ne morejo odpraviti (narediti neučinkoviti) v nekaj desetletjih, še zlasti zaradi tega ne, ker se nosilci (s 'tradicijo' določenih) prednostnih položajev večinoma ne odreka svoji 'Lebensführung' na prostovoljni podlagi. Nasprotno, kolikor in dokler je možno, poskrbijo (ravno zaradi in s pomočjo prednostnih položajev), da se njihova differentia specifica kar se da celostno ohranja« (Jogan, 1990: 34)

(poudarki S. J.). Njegova struktura je hierarhična in družinski poglavar ima poseben položaj, kar utemeljuje specifičen tip avtoritete⁴« (Južnič, 1989: 246, 247). Poseben vidik patriarhalnosti pa je ženska podrejenost moškemu, kar se kaže tudi v 'mačizmu',⁵ teatralnem izkazovanju moškosti, ki je v nasprotju z ženskostjo, »ki pa je krhkost, blagost, popustljivost, neobstočnost in nestalnost, kot to razumeva izrazito patriarhalna moška družba.« (Južnič, 1989: 247)

Podobno delitev spolnih vlog zasledimo tudi v krščanstvu,⁶ ki nadaljuje »židovsko tradicijo v opredeljevanju družbenega položaja in vloge žensk,⁷ po kateri je ženska per se nečista, sramotna, 'orodje, ki govori', podrejena moškemu ter v prvi vrsti na razpolago za razmnoževanje« (Jogan, 1990: 78). Tovrstno pojasnjevanje spolnih vlog je navzoče v Svetem pismu Stare in Nove zaveze.⁸« (Jogan, 1990: 82-83)

⁴ »Hierarhija, kakršno uveljavlja tradicionalna družba /.../: moški so pred ženskami.« (Južnič, 1989: 255)

⁵ Izraz izhaja iz španskega izraza 'macho', »pripadnik moškega spola. Figurativno pomeni 'macho' nekaj krepkega, robustnega, čilega v smislu vselej pripravljenega na 'moško postopanje' in vedenje, ki sodi moškemu.« (Južnič, 1989: 247)

⁶ Krščanstvo kot ena od vodilnih veroizpovedi na območju Jugoslavije (Jogan, 1990: 78). Država v obliki, kot jo je leta 1990 obravnavala Maca Jogan, ne ostaja več, je pa ena od njenih naslednic tudi Slovenija. »V zahodni civilizaciji je pri utrjevanju in reproduciranju hierarhije med spoloma brez dvoma odigrala pomembno vlogo katoliška cerkev kot ključna urejevalna institucija, ki je določala temeljne vzorce medsebojnih odnosov (interakcij) ob opori na krščanske religijske razlage.« (Jogan, 2001: 124)

⁷ »V naši judovsko-krščanski tradiciji je ohranjena tradicionalna predstava o ženski kot šibki, ranljivi in ponižni. Gre za normativno reprezentacijo, ki so jo družbeni mehanizmi od nekdaj utrjevali kot del ženske narave. Psihično moten moški je bil tisti, ki je bil podvržen pasivnosti, čustvenosti in labilnosti, ki je kazal negotovost in labilnost ter neagresivnost.« (Kristan, 2005: 93)

⁸ V Svetem pismu Stare zaveze je v prvih dveh poglavjih Prve Mojzesove knjige, v katerih govori o nastanku sveta in tudi človeka najprej nakazana enakovrednost med spoloma (Jogan, 1990: 82). Tako med drugim pravi: »²⁷In Bog je ustvaril človeka po svoji podobi, po božji podobi ga je ustvaril, moža in ženo ju je ustvaril« (1 Mz 1: 27). V drugem delu pa je stvarjenje človeka potekalo drugače: »²¹Nato je poslal Gospod Bog človeku trdno spanje; in ko je zaspal, je vzel eno izmed njegovih reber ter napolnil z mesom njegovo mesto. ²²In Gospod Bog je naredil iz rebra, ki ga je vzel človeku, ženo ter jo privedel k človeku. ²³Tedaj je rekel človek: "To je zdaj kost iz mojih kosti in meso iz mojega mesa; ta se bo imenovala možinja; kajti iz moža je vzeta. ²⁴Zaradi tega bo zapustil mož očeta in mater in se držal svoje žene in bosta eno telo« (1 Mz 2:21-24). V Svetem pismu Nove zaveze prav tako ne manjka izjav o moških in ženskah. Tako apostol Pavel v pismu Efežanom med drugim pravi »²²Žene naj bodo podrejene svojim možem kakor Gospodu, ²³mož je namreč glava ženi, kakor je Kristus glava Cerkvi, ker jo je odrešil, saj je njegovo telo. ²⁴In kakor je Cerkev podrejena Kristusu, tako naj bodo v vsem žene možem« (Ef 5: 22-24). V prvem pismu Timoteju pa Pavel med drugim piše ¹¹Ženska naj se da poučiti mirno in z vso vdanostjo. ¹²Ne dovolim pa, da bi ženska

Moški in ženska sta različna, vendar to še ne pomeni, da je en spol zato močnejši in boljši ali drugi šibkejši in slabši. Spola vsak po svoje prispevata k celotni družbi, zato bi njun prispevek moral biti vrednoten enako.⁹ Vendar razlike morajo biti. Da je nekdo moški, se tako obnaša in opravlja družbeno določena moška dela, je enako pomembno kot to, da je nekdo ženska, se tako obnaša in opravlja družbeno določena ženska dela. Zagovarjamo delitev med spoloma na vseh področjih človekovega delovanja, obenem pa trdimo, da lahko moški opravljajo marsikatera tradicionalno določena ženska dela, mnoge ženske pa zmorejo opravljati marsikatera tradicionalno določena moška dela.¹⁰ Prav tako menimo, da bi morali sprejeti odločitev nekaterih žensk, da se bodo odpovedale poklicni karieri in se posvetile vzgoji otrok, delu v gospodinjstvu, pa tudi skrbi za partnerja, in je ne vrednotiti negativno, podobno velja za moške, ki opravljajo tradicionalno določena moška dela, skrb za gospodinjstvo pa prepustijo partnerki.

Vendar sta v današnji sodobni družbi omenjena moški in ženska manjšina. Sodobni moški in ženske si prizadevajo tradicionalno določitev spolnih vlog preseči, pri čemer precej prispevajo množična občila, še posebej 'moške' in 'ženske' revije,¹¹ s svojimi vsebinami in idealiziranimi podobami obeh spolov.¹² O tem podrobneje v nadaljevanju.

Ker delitev na danes imenovane tradicionalne spolne vloge v preteklosti ni bila tako samoumevna, kot z vidika sodobne kulture pogosto posplošujemo, bomo v diplomskem delu ugotavljali, kako so se spolne vloge v preteklosti in pri različnih kulturah spreminjale,

poučevala, pa tudi ne, da bi gospodovala nad moškim. Krotka naj bo! ¹³Prvi je bil namreč ustvarjen Adam, potem Eva. ¹³Adam ni bil zapeljan, žena pa se je pregrešila, ker se je dala zapeljati. ¹⁵Zveličala pa se bo s tem, da rodi otroke, če se bo vedla spoštljivo, če bo vztrajala v veri, ljubezni in svetosti.« (1 Tim 2: 9-15)

⁹ »Moški in ženska sta enakovredna, četudi sta biološko različna.« (Leskošek, 2002: 57)

¹⁰ Tej trditvi nasprotuje tudi star slovenski pregovor: »Kadar ona gospodari – on pa gospodinji, je narobe svet.« (Bojc, 1980: 320)

¹¹ Izraza moške in ženske revije bomo uporabljali v narekovajih, saj lahko 'moške' revije berejo tudi ženske, prav tako lahko revije, namenjene ženskam, prebirajo moški.

¹² Kot piše Jerca Legan (2004: 35), je medijska reprezentacija spola »vrsta družbeno – kulturnega konstrukta, ki nastaja skozi specifični ideološki aparat – medije«. Avtorica se v delu *Razgaljena: žensko branje v Sloveniji* osredotoči predvsem na analizo slovenskih 'ženskih' revij, na njihovo oglaševalsko vlogo in na konstrukcijo bralke kot potrošnice. Sicer pa se »v/ladajoča ideologija – kapitalizem in potrošništvo /.../ dopolnjuje z družbeno reprezentacijo spola, ki ne vpliva le na konstrukcijo individua – bralke kot subjekta – potrošnice, ampak predvsem na konstrukcijo bralke kot estetskega spola, ki mora in želi skrbeti zase. Pri tem naj bi ji 'pomagale' ženske revije z nasveti, sugestijami in mnenji /.../ In obratno, subjektivna (samo)reprezentacija bralke vpliva na njeno družbeno konstrukcijo ženskega spola.« (Legan, 2004: 36)

in na podlagi tega pokazali, da univerzalnih pravil ali značilnosti, povezanih z moškimi ali ženskimi spolnimi vlogami, ni.

V prvem delu diplomskega dela bomo ugotavljali, ali in koliko je bila delitev med spoloma povezana z mitom o stvarjenju človeka¹³ in kako se je spreminjal mit o delitvi dela po spolu.¹⁴ Pri tem bomo uporabili primerjalno-zgodovinsko metodo z analizo sekundarnih virov – že obstoječih monografij in člankov.

Prej omenjena – družina in religija – sta dejavnika socializacije, to je procesa učlenitve posameznika v družbeno življenje, vpeljevanja v objektivni svet človeške družbe in njenih delov. Družina je »najpomembnejši dejavnik primarne socializacije¹⁵ /.../ v družini se otrok nauči prvih oblik družbenega in kulturnega vedênja« (Južnič, 1989: 116). Religija, torej verske organizacije,¹⁶ pa sodijo v sekundarno socializacijo,¹⁷ v kateri postanejo pomembnejši »*motivacijski razlogi* (poudarek S. J.): posameznik se že sprašuje, zakaj naj bi se denimo, nečesa naučil, kaj mu bo to koristilo in podobno. Človek mora – če hoče biti subjekt učinkovite sekundarne socializacije – sam razviti neke posebne tehnike, da bi prišel do identifikacije nujnosti, ki je pogoj za vsako učinkovito socializacijo.« (Južnič, 1989: 56)

V socializaciji se posameznik prilagaja družbenim odnosom in strukturam. »Posameznik se rodi v družbo ali v neko družbeno skupino, ki ima organiziran način življenja in v tem načinu življenja ima svojo kulturo« (Južnič, 1989: 25). Kultura se s socializacijo prenaša na naslednje rodove. V procesu socializacije »/p/posameznik skozi skupnost, ki ji pripada, prevzame status, ki ga določa družina, družbeni razred ali sloj /.../

¹³ »Miti so bili najpomembnejša oblika folklornega in literarnega ustvarjanja; nastajali so v vsem zgodovinskem obdobju obstoja starih družb« (Meletinski: 2001: 47). Meletinski (2001: 48-49) mit o stvarjenju človeka umesti med kozmogonične in teogonične mite, »v središču katerih ni izvor posamičnih plemen, totemov, ritualov itn., temveč proces splošne strukture sveta, opisan kakor prehod iz prvotnega kaosa v urejeno zgradbo vesolja«. V razpravi *Antični miti v primerjalni luči* (2001: 47-115) primerja mitologija stvarjenja sveta in ljudi v različnih družbah.

¹⁴ »Le ženske so gospodinje, so vselej bile gospodinje ali to zmorejo biti.« (Oakley, 2000: 169)

¹⁵ V primarno socializacijo »štejemo v prvi vrsti povsem 'nežna' otroška leta.« (Južnič, 1989: 49)

¹⁶ »S sintagmo 'verske organizacije' razumemo ne le vse organizirane in institucionalizirane religije z jasno razpoznavno notranjo hierarhijo, marveč tudi vsa združenja, ki imajo kot 'verske skupnosti' ne le opredeljene verske resnice, marveč tudi moralno-etične kodekse.« (Južnič, 1989: 128)

¹⁷ Sekundarna socializacija se začne, ko se primarna konča in bi jo »povezali za obvladovanje družbenih zahtev in družbenih pričakovanj, ki se postavljajo pred posameznika, ko le-ta doseže stopnjo zrelosti.« (Južnič, 1989: 55)

poleg pa nikakor ne smemo pozabiti na /.../ dedne (genetične) razlike, ki so determinante človekove osebnosti« (Južnič, 1989: 94). Spolne razlike so pomembne, saj »n/emalokrat /.../ spol, pripadnost enemu od dveh spolov, vnaprej določa /.../ družbene /.../ vloge.« (Južnič, 1989: 94)

Spola ustvarja kultura, ki se v tem primeru nanaša na naučene, družbeno sprejemljive tradicije mišljenja in obnašanja v človeških družbah (Harris, 1997: 88), in je proces, v katerem človek preko stikov z drugimi ljudmi /.../ pridobiva znanje, spretnosti, ideje, prepričanja, okuse, občutke (Radcliffe – Brown, 1994: 11). Raymond Williams (1998: 7) meni, da ima kultura

»dva vidika: znani pomeni in usmeritve, ki se jih njeni člani naučijo; nova opažanja in pomeni, ki se ponavljajo in preverjajo. To so navadni procesi v človeških družbah in človeških glavah, in v njih se kaže narava kulture: to, da je vedno tradicionalna in ustvarjalna; to, da jo vedno tvorijo najnavadnejši splošni pomeni in tudi najbolj prefinjeni individualni pomeni. Besedo kultura uporabljamo v teh dveh smislih: predstavlja nam celoten način življenja – to so posebni procesi odkrivanja in ustvarjalnega naprežanja.«

Pomembni dejavniki socializacije so tudi množična občila, vendar kot opozarja Južnič (1989: 146) »kljub vtisu, ki ga je napravil razvoj sredstev javnega obveščanja, /.../ ne smemo pretiravati, ko govorimo o učinkih, ki jih lahko imajo občila kot /.../ socializatorji«. Južnič jih opredeli kot »dopolnilne socializatorje«, saj ljudje v množičnih občilih ne iščejo »novih skušenj, pač pa potrjujejo in utrjujejo svoje prejšnje skušnje, ki si jih lahko v sebi projicirajo« (Južnič, 1989: 146). Nasprotno pa France Vreg (1990: 55) trdi, »da je v sodobnih industrijskih in postindustrijskih družbah socializacijski vpliv množičnih medijev izjemno okrepljen.«

Množična občila kot del kulture pa

»oblikujejo tudi novo, množično kulturo;¹⁸ ta pojem ne označuje le vsebinsko homogenizirani kulturni produkt množičnih medijev, marveč tudi novi način življenja potrošniške družbe, kulturne vzorce, vrednote in estetske kriterije ter kulturne artefakte množične družbe. Množična kultura pomeni kulturne produkte, ki so proizvedeni izključno za množični trg ter so standardizirani izdelki.« (Vreg, 1990: 39)

Množična občila so prevladujoče sredstvo in polje boja za pomene v družbi, zato bomo v diplomskem delu ugotavljali, kakšne podobe moških in žensk ponujajo, kakšne

¹⁸ Južnič (1989: 149) za množično kulturo pravi, da »i/ma pa silno širok razpon in pogosto imamo tisto, kar je množična kultura, celo za tako imenovani kič, kar naj bi bil 'izdelek' slabega okusa, posledica površnega in preveč ponavljane 'modela', oguljen in banalen, pa tudi zatekanje k sladkobnemu in lažno sentimentalnemu in v tem smislu plitkemu odnosu do kake kulturne stvaritve.«

pomene pripisujejo spolnim vlogam, skratka, kako konstruirajo posameznikovo spolno identiteto.

V drugem delu diplomskega dela bomo s kritično diskurzivno analizo¹⁹ v različnih slovenskih 'moških' in 'ženskih' revijah preučevali reprezentacije spolov.

Dokazovali bomo naslednje teze:

Prvotni miti o stvarjenju človeka so, tako kot danes to počnejo mediji, konstruirali spolne identitete moških in žensk.

Ne obstaja univerzalno pravilo opravljanja dela – vsak moški in ženska sta sposobna opravljati katero koli delo.

'Moške' in 'ženske' revije v konstrukciji spolne identitete ohranjajo tradicionalno razdelitev spolnih vlog, poleg tega pa vzpostavljajo tudi sodobna, idealna 'supermoškega' in 'superžensko'.

¹⁹ Bistvo kritične diskurzivne analize je proučevanje odnosov med družbenimi ravnmi pojavnosti (Kamin, 2004: 7).

2 »KAKO SVA SI RAZLIČNA« – OBLIKOVANJE SPOLNE IDENTITETE

*V nedeljo zjutraj vstala bom, se v tihi gozd podala bom,
o jaz pa ne, kako sva si različna,
v nedeljo si le to želim, da se do sitega naspim,
o jaz pa ne, kako sva si različna.
Jaz ljubim sladki ptičji spev, jaz ljubim od gora odmev,
o jaz pa ne, kako sva si različna,
/.../
Ni mar mi Balzac ne Stendal, jaz nor sem le na kriminal,
o jaz pa ne, kako sva si različna,
tercine ljubim, in lep sonet in rada gledat grem balet,
O jaz pa ne, kako sva si različna.
Le jazz napravi name vtis, a od baleta le striptiz,
o jaz pa ne, kako sva si različna,
/.../
Če moški lep je in močan, se prvi hip zatreskam vanj,
o jaz pa ne, kako sva si različna,
če punčka blond je al brinet, od čarov njenih sem prevzet,
o jaz pa ne, kako sva si različna.
Kar ljubim jaz ne maraš ti, kar tebi všeč je, meni ni,
je že tako, kako sva si različna,
/.../
(Alfi Nipič: *Kako sva si različna*)*

Otto Weiniger (1993: 15) je v, kot je v spremni besedi označil Slavoj Žižek (1993), »klasičnem delu modernega antifeminizma« *Spol in značaj* zapisal:

»Človeštvo se je duhovno že od nekdanj zelo skromno preživljalo z dvema pojmom, najstarejšima, kar jih poznamo. (poudarek O. W.) Velikokrat so ju že popravili in ju nekoliko zakrpali, če je bilo treba preurediti glavo in ude, v posebnih primerih so ju omejili ali razširili: tako nekako se mlajše potrebe le polagoma uveljavljajo zoper star, ozek volilni zakon, ki mora sproti rahljati vez za vezjo; toda še zmeraj se nam zdi, da si bomo nemara le še kako pomagali z njima, s pojmom, ki ju mislim: s pojmom **moškega in ženske.«**

Osnova določitve moškega in ženske je telo,²⁰ ki je izhodišče identitete²¹ vsakega posameznika in posameznice, je njegova in njena temeljna določenost. »Telesa žensk in moških niso enaka in v tej smeri se razvijajo pomembne identifikacijske ločenosti. Identifikacija s spolom in skozi spol zaradi spolnega dimorfizma ali dvolike telesne oblike je izhodišče številnih kulturnih konstruktov, ki so družbeno pogojeni. Ljudje se namreč 'vidijo' skozi spol in razlike, ki jih zapažajo, prevajajo v učinkovito simboliko« (Južnič, 1998: 41-42). Človek je vedno ženskega ali moškega spola, in da bi bila identifikacija popolna, mora sprejeti »spol, ki mu ga določajo slučajnost spočetja, hormoni in socializacija« (Južnič, 1993: 45). Podobno pišejo tudi Weiniger (1993: 70) »/č/lovek je /.../ vendarle moški ali ženska«, Angela Vode (1999: 61) »/n/e obstoji človek kot brezspolno bitje, marveč le kot moški ali kot ženska²²« in Karmen Erjavec (2005: 275) »/v/ obliki dihotomnega modela je spol ključna kategorija vsakdanje družbene prakse, tj. človek ne more v enem položaju biti moški, v drugem pa ženska. Ljudje so lahko ali moški ali ženske in kot taki so sprejeti.«

²⁰»Po eni strani človek (tako kot vsak živalski organizem) je telo, na drugi strani pa ga *poseduje*. To pomeni, da človek samega sebe doživlja kot celoto, ki ni identična s telesom, marveč ima telo na razpolago. Človekovo doživljanje samega sebe torej vedno lovi ravnotežje med eksistenco in posedovanjem telesa: to ravnotežje je treba vedno znova vzpostavljati.« (Berger in Luckmann, 1988: 54)

²¹ »Identiteta se v splošnem nanaša na zavedanje oz. percepcijo trajne istosti med dvema ali več stvarmi ali stanji. Občutek identitete se nanaša na subjektivno izkušnjo take istosti med lastnim telesom in duševnostjo ter med vsakdanjimi pričakovanji. Spoznanji in izmenjavami z okoljem, ki ga nekdo občuti/ definira kot svoje.« (Ule, 2000: 86, 87)

²² Harold Garfinkel je o spolu postavil naslednja pravila: 1. obstajata dva in samo dva spola (moški in ženski), 2. spol je nespremenljiv (če si ženska/moški, si bil/a vedno ženska/moški in vedno boš ženska/moški), 3. spolni organi so pomemben spolni znak (ženska je človek z vagino; moški je človek s penisom), 4. vsakršne izjeme, poleg dveh spolov, niso vredne resne obravnave, 5. sprememba iz enega v drugi spol ni mogoča, razen v obredih (maškaradah), 6. vsakdo mora biti opredeljen kot eden ali drugi spol (primerov brez pripisanega spola ni), 7. dihotomija moško/žensko je 'naravna' (moški in ženske obstajajo neodvisno od znanstvenih ali drugih kriterijev moškosti in ženskosti), 8. pripadnost enemu ali drugemu spolu je 'naravna' (ženska ali moški si, neodvisno od kogaršnje koli odločitve o tem, kaj si) (Garfinkel v Bornstein, 1999: 45-49). Razen 3. in 6. točke postavljamo ostala 'pravila' pod vprašaj.

Prvo ločevanje na spola se začne že ob spočetju človeškega zarodka. Južnič (1993: 47), ki nastanek spolov razlaga zelo podrobno, govori o genetičnem spolu, »ki ga določajo kromosomi oziroma razlika v zadnjem paru (XX ali XY)«. Hormoni potem s svojim delovanjem omogočajo anatomske razvoj spolnih znakov. Oblikuje se 'fizična spolna identiteta', torej zunanji spolni znaki (spolovila in rodila) in sekundarni spolni znaki (prsi, boki ...). (Južnič, 1993: 47)

Glede na zunanje spolne znake zdravniki ob rojstvu otroku določijo njegov moški ali njen ženski spol. V najosnovnejši delitvi govorimo o **biološkem spolu**. Čeprav biološke značilnosti razumemo kot naravne, torej naj bi bile neodvisne od človeka, so kulturno določene, saj je to, kar razumemo kot naravno »vedno že družbena konstrukcija« (Švab, 2002: 204). Podobno pišeta tudi Južnič (1998: 12) »Telo se potemtakem spreminja glede na družbene okoliščine. V tem smislu je moč trditi, da je pač socialni konstrukt. Družba ga določa in iz nje izhajajo domneve o njem« in Kate Bornstein²³ (1999: 24), »spol določi kultura, ko pove: 'To je to, kar si.' /.../ Ko ti v naši kulturi enkrat določijo spol, je ta to, kar si; in zvečine so zdravniki tisti, ki podelijo pripis spola.«

Družba, torej človek sam,²⁴ je določila telesne značilnosti, po katerih se moška telesa ločijo od ženskih. Vendar to ločevanje ni samoumevno, niti popolno. Poleg moških in žensk se lahko rodijo tudi dvospolniki,²⁵ pa tudi med samimi moškimi in ženskami ni idealnega tipa, ni »stoodstotnega moškega in stoodstotne ženske« (Škerlj, 1948: 108), »je nešteto stopenj, 'vmesnih spolnih tvorb'«. (Weiniger, 1993: 19)

²³ Kate Bornstein je transseksualec oziroma transseksualka, ki je približno do svojega 30. leta živel kot Albert Herman Bornstein, torej biološki moški, potem pa je z operacijo spremenil spol in postal po obnašanju in fizični spolni identiteti ženska. (Bornstein, 1999)

²⁴ »O človeški naravi lahko precej govorimo, toda bolj pomembno je dejstvo, da človek sam ustvarja svojo naravo, ali bolj preprosto, da človek sam proizvaja samega sebe.« (Berger in Luckmann, 1988: 53)

²⁵ V diplomskem delu se z dvospolniki ne bomo ukvarjali, zato nekaj pojasnil na tem mestu. Za dvospolnike se uporabljata tudi izraza hermafrodit in androgin, vendar ne pomenita isto. Ivan Kosovel (2000: 18) zanju uporablja definiciji: »androgin je človek, ki ima ženske in moške značilnosti, ni razločljivo niti moški niti ženska ne po oblačenju, ne po zunanosti ali obnašanju; hermafrodit pa je človek, ki ima seksualne organe in mnoge druge sekundarne seksualne značilnosti tako moškega kot ženske«. Evropski izraz izvira iz grškega *androgynos* (*aner*, *andros* moški + *gyne* ženska), vendar je v drugih delih sveta in v tradicionalnih družbah izraz za androgina pomenil 'ženska-moški' (Colin, 2000: 27). O androginih je pisal že Platon. »Pred davnimi časi je bila naša narava drugačna, kakor je danes. Sprva so bili trije spoli, ne dva kakor zdaj, moški in ženski, ampak še tretji, ta je združeval v sebi značilne posebnosti obeh, moškega in ženske, in se je v skladu z obojno naravo imenoval dvospolnik. Danes tega bitja ni več, ime 'androgin' pa se rabi le še v zaničljivem pomenu.« (Platon, 1960: 75)

Z rastjo človeka postajajo vse bolj vidni tudi ostali zunanji telesni znaki, ki moške ločijo od žensk. Tudi ti znaki niso idealno določljivi in značilni le za en spol. Weiniger (1993: 15), ki v nadaljevanju dela *Spol in značaj* teorijo spolnih razlik razvija v smeri moške nadrejenosti ženskam, med drugim pravi: »Govorimo o suhih, ozkih, ploščatih, odločnih, mišičastih, genijalnih 'ženskah', o 'ženskah' s kratkimi lasmi in globokim glasom – ter o golobradih, brbljavih 'moških'. Priznavamo tudi, da so 'neženske ženske' – možakarice – ter 'babji moški'«. Kulturno določeni telesni znaki, značilni za moške, niso samoumevno res samo moški, prav tako ženski telesni znaki niso 'rezervirani samo za ženske'. Weiniger (1993: 18) ugotavlja, da **»/v/se posebnosti moškega spola, čeprav nemara le slabo razvite, moremo dokazati tudi pri ženskem spolu; prav tako ima vsak moški ženske lastnosti, čeprav so morda še tako zaostale v svojem razvoju (poudarki O. W.)«**. Podobno opozorita tudi Kessler in McKenna, da v »seznamu zaznamb, po katerih se ženskost razlikuje od moškosti /.../ ni nobene, ki bi vedno in brez izjeme veljala samo za en spol.« (Kessler in McKenna v Bornstein, 1999: 54)

Delitev na spola se ne konča z rojstvom, ampak traja večji del življenja. 'Fizični spolni identiteti' je potreben »'možganski spol', kot lahko splošno imenujemo doživljanje in sprejemanje spola« (Južnič, 1993: 47). Gre za to, da oseba z moškimi spolnimi znaki, torej moško fizično identiteto, pozneje v življenje sprejme to identiteto in se ima za moškega. Isto velja za žensko. Vendar oblikovanje spolne identitete ni individualna zadeva, ampak je tesno povezana z okolico, ki obdaja posameznika ali posameznico.²⁶ Prav okolica oziroma družba določi značilnosti obnašanja določenega spola. Fizična/biološka spola tako spremljajo še pričakovani načini obnašanja, oblačenja in življenja, kulturne vrednote, pripisane na podlagi bioloških kategorij (Hays – Gilpin, 2000: 9). Suzana Štular (1998: 443) pravi, da »/na/ posameznike in posameznice pripisani biološki spol učinkuje tako, da skladno z njim razvijejo tudi socialni spol in spolno identiteto. Ta proces poteka tako, da se okolica do otrok obnaša skladno z 'značilnostmi' pripisanega spola.«

Otrok že med vzgojo v prvih letih življenja v družini, torej v procesu primarne socializacije, zazna razlike med spoloma. Kot smo omenili že v prvem poglavju, je tradicionalna družina »natančno določila 'ženske' in 'moške vloge' in socializacijski pritisk je bil izjemno močan, da se te meje ne bi prestopile« (Južnič, 1989: 95). Velja torej

²⁶ »Družbeno zaželene in pričakovane spolno opredeljene vloge, vrednote in načini obnašanja so trdno zasidrani v identiteti človeka in v celotni družbeni konstrukciji ter usodno determinirajo različne življenjske izkušnje in položaj žensk in moških.« (Verša, 1996: 11, 12)

»dvojna morala' /.../ /v/e se, kaj je 'dovoljeno' samo moškimi in česa ženske nikakor ne smejo« (Južnič, 1989: 95). Deklica spozna, da z njo ravnajo skrbno, jo ščitijo, dajo ji vedeti, da je nežna, od nje se pričakuje, da se izenači z materjo in se od nje nauči vloge, ki jo mora obvladati kot ženska: torej vsa gospodinjska opravila (kuhanje, pospravljanje, skrb za otroka – deklice se igrajo z dojenčki, skrbijo za njih). Nauči se tudi manipulirati z očetom – prvim moškim v njenem življenju – in uporabljati svoje ženske čare za doseg cilja (Beers, 1973: 32-43). »Dostojnost, spodobnost, redoljubnost, skromnost, ponižnost, čednost, čistost, neomadeževanost (posebno seksualna), čutnost in čustvenost – to /.../ naj bi bile ženske odlike /.../ Dekle stopa v 'svet', kjer ima moški privilegiran položaj. Dekle se socializira v prepričanju, da je prednost na strani moškega, in tako nekako sprejema predsodke o svoji vlogi.« (Južnič, 1989: 95)

Podobno se svoje vloge pa tudi vloge žensk nauči deček. Ta spozna, da z njim ravnajo drugače kot z deklicami, spozna, da so deklice slabotnejše od dečkov, zato so jim na nek način podrejene. Navadijo ga, da je moški močan, pogumen, vztrajen, ne joka, se ne igra s punčkami, pomaga deklicam. Nauči se svoje poznejše vloge, kako se mora obnašati in kaj vse od njega pričakujejo: da bo priskočil na pomoč nebolni ženski, da bo vedno znova dokazoval svojo moč in pogum (Beers, 1973: 44-56). »Agresivnost, hrabrost, neodvisnost, gospodovalnost, v novejši dobi pa še, denimo zanimanje za tehniko in šport – to se zdi, da so želene lastnosti moškega spola, dečkom jih vcepljamo v zavest vztrajno in nepopustljivo celo v družinah, ki po svoji miselnosti niso več popolnoma tradicionalne.« (Južnič, 1989: 95)

Zapisano vrednotenje učenja spolnih vlog je torej kljub svojim koreninam v tradicionalnosti značilno in samoumevno tudi za sodobno družbo. Esther Vilar (1996: 47, 48) pa na omenjeno učenje spolnih vlog gleda z drugačne perspektive in žensko, ki vzgaja otroke, označi kot izkoriševalko, ki željo otrok po igri »najprej spodbuja, nato pa izkorišča«. Z izbiro igrač – punčke, voziček, posteljica za deklico in kocke za sestavljanje, modeli električnih železnic, avtomobilov, letal za fanta – se deklica lahko zelo zgodaj poistoveti z materjo in se nauči vloge ženske, »njen sistem dresure prenaša na punčke, jih hvali in graja, tako kot hvalijo in grajajo njo, in se tako s pomočjo igre nauči osnovnih zakonov vladanja moškimi. Ker pa je tudi deklica navajena pohvale – dobi jo za uspešno odigrano vlogo ženske – si tudi pozneje ne bo želela biti nič drugega kot 'ženska'.« (Vilar, 1996: 47, 48)

V najosnovnejši opredelitvi v tem primeru govorimo o **družbenem spolu**. Pred nadaljevanjem moramo opozoriti na jezikovno razsežnost spolov.²⁷ V slovenščini²⁸ namreč za oba spola (biološka in družbena) uporabljamo le en izraz, za razliko na primer od angleško govorečih dežel, kjer za biološka spola rabijo izraz 'sex', za družbena pa 'gender', podobno latinščina pozna 'sexus' in 'genus', italijanščina pa 'sesso' in 'genere'.²⁹

Ločevanje med 'sex' in 'gender' pa omogoča tudi izbiro, saj oseba določenega fizičnega (biološkega) spola (sex) vedno ne sprejme te iste spolne identitete (družbenega spola - gender). »Dogaja se pač, da človek, ki je sicer razvil vse druge spolne značilnosti, ni zadovoljen s svojim spolom. V doživljanju svoje telesnosti si zamišlja celo nasprotno spolno identiteto« (Južnič, 1993: 47). Fizični moški lahko na primer prevzame kulturno pričakovane in določene 'ženske' vzorce obnašanja, je pred drugimi ženska in družba jo kot tako (z večjim ali manjšim neodobravanjem) tudi sprejema. Isto velja tudi za fizične ženske, ki sprejmejo moške načine obnašanja. V teh primerih govorimo transspolnikih in transspolnicah,³⁰ posameznikih in posameznicah, ki spreminjajo le svoj družbeni spol (Tratnik v Bornstein, 1999: 222), medtem ko fizično/biološko ostajajo prvotnega, ob rojstvu določenega spola. Obstajajo pa tudi posamezniki in posameznice, ki z operacijo spremenijo svoj fizični/biološki spol, natančneje, spolne organe (Tratnik v Bornstein, 1999: 223). V tem primeru govorimo o transseksualcih in transseksualkah. Posameznik, rojen kot moški tako tudi biološko, s fizičnimi, zunanji spolni organi postane ženska³¹ in obratno.³²

²⁷ »Jezikovni spol je lingvistični indeks političnih opozicij med biološkima spoloma. Uporabljen je kot ednina, saj dva spola prav zares ne obstajata. Obstaja le en: ženski, 'moški' ni spol. Moški ni moški, temveč je splošni. Kot rezultat imamo splošno in žensko oziroma znamenje ženskega.« (Wittig, 2000: 103)

²⁸ Podobno je tudi v skandinavskih jezikih, kjer norveški kjønn, danski køn in švedski kön pokrivajo tako biološki kot družbeni spol. V prevodih iz anglo – ameriških del uporabljajo omenjene besede tako za "sex", kot tudi za "gender", kadar pa je nujen poudarek na razliki med njima, uporabijo oznake "biologisk kjønn" (biološki spol) in "sosialt kjønn" (družbeni spol). Na Švedskem so sprejeli izraz "Genus"- kot prevod "gender", vendar je izzval nasprotovanje. (Jegerstedt, 1999: 157, 158)

²⁹ Podrobneje o slovarski razliki med obema spoloma piše Donna Harraway (1999, 209-211), kjer razlaga razlike med družbenimi spoli v angleščini, nemščini, francoščini in španščini.

³⁰ Izraza navajam po pojasnilu prevajalke knjige Kate Bornstein *Spolni izobčenci: o moških, ženskah in nas ostalih* Suzane Tratnik.

³¹ Prvi moški, ki si je z operacijo spremenil spol, je bil George William Jorgensen ml. v 50. letih 20. stoletja, in postal Christine Jorgensen, med transseksualci naj omenimo še teniško igralko Renee Richards rojeno kot Richard Raskin (Bornstein, 1999). Zanimiva je tudi zgodba Britanke Caroline Cossey, rojene leta 1954 kot Barry Kenneth, ki je 1974 z operacijo spremenila spol iz moškega v ženskega. Med drugim je igrala eno od

Naj gre za ob rojstvu določena in sprejeta spola ali za z operacijo spremenjena, v vsakem primeru morata biti spola oziroma spolni identiteti tudi pravno priznani. Za celovito spolno identiteto torej niso dovolj genetični spol, fizična spolna identiteta in možganski spol, ampak mora potrditev posameznikovega ali posamezničinega spola dati državna institucija. Južnič (1993: 47) govori o 'legalno priznanem spolu'. »Spolna identiteta se v družbah, ki že poznajo tako imenovane matične knjige, zabeleži pač z vpisom v tovrstno evidenco. Tak vpis ima povsem določeno pravno veljavo.« (Južnič, 1993: 47)

Vendar se tudi tu delitev na spola ne zaključí, saj vpis v matično knjigo ne pomeni dokončnega sprejemanja določenega spola. Vseeno pa je vpis spola »že pritisk v smeri 'družbene seksualizacije', kot bi lahko imenovali 'dogotavljanje' spolne identitete skozi usklajevanje z družbenimi normami in pravili. /.../ Dozorevanje spolnosti in spolne

'Bondovih deklet' v filmu o Jamesu Bondu: Samo za tvoje oči, bila je tudi manekenka z umetniškim imenom Tula. Zaradi zapletov legalnega priznanja poroke je proti Združenemu Kraljestvu vložila tožbo na Evropskem sodišču za človekove pravice (http://ius-info.ius-software.si/EUII/EUCHR/dokumenti/1990/09/CASE_OF_COSSEY_v._THE_UNITED_KINGDOM_27_09_1990.html, dostopno 7. 2. 2006). Sicer pa je tožb transseksualcev proti posameznim državam na Evropskem sodišču za človekove pravice kar nekaj: Christine Goodwin proti Združenemu Kraljestvu (<http://www.echr.coe.int/Eng/Press/2002/july/GoodwinjudGrand%20Chamber.htm>, 7. 2. 2006), Rees proti Združenemu Kraljestvu (<http://www.pfc.org.uk/legal/rees.htm>, dostopno 7. 2. 2006), Kück proti Nemčiji (http://ius-info.ius-software.si/EUII/EUCHR/dokumenti/2003/06/CASE_OF_VAN_KUCK_v._GERMANY_12_06_2003.html, dostopno 7. 2. 2006), če omenimo le nekatere. Tragičen primer iz pariškega časnika *Le Monde* povzema Južnič (1993: 55), ko piše o Jeanu-Ericu Oyacu z otoka Martinique, ki je bil od otroštva prepričan, da pripada drugemu spolu in je želel operacijo. Emaskulacija je po zakonu prepovedana, Oyac je zagrozil s samomorom, zato je zdravnik opravil operacijo in mu odstranil moške genitalije ter naredil umetno vagino, sledile so dopolnilne plastične operacije. Zapletlo se je, ko sodni organi Jeanu-Ericu Oyacu niso priznali spremembe spola. Zdravnika, ki ga je operiral, je Jean-Eric Oyac tožil zaradi mutilacije, potem se je ubil, tožbo pa je nadaljevala njegova družina.

³² Posamezniki in posameznice, ki so z operacijo spremenili svoj spol, se, kot smo že omenili, soočajo s številnimi težavami, med zapleti naj omenimo lepotni izbor za Miss Universe 2004, na katerem naj bi se med tekmovalkami na Kitajskem lepotnega izbora udeležila tudi 24-letna transseksualka Lili Chen (rojena kot Chen Yongjun). Organizacijski odbor za izbor Miss sveta je lepotico diskvalificiral in umaknil iz nadaljnega tekmovanja, ker naj bi bila 'umetna ženska'. Za lepotno tekmovanje velja pravilo, da se ga lahko udeleži 'neporočena, zdrava ženska med 18 in 27 letom', pri čemer 'ženska' pomeni 'naravno žensko'. (http://english.peopledaily.com.cn/200402/27/eng20040227_136012.shtml, dostopno 02. 04. 2004; <http://planetout.com/news/article.html?date=2004/03/01/5>, dostopno 02. 04. 2004)

identitete torej ni povsem individualna zadeva, celo 'možganska' spolnost je družbeno strukturirana.³³« (Južnič, 1993: 47)

Delitev na spola se zaključí, ko fizični/biološki moški sprejme svoj spol, je legalno moški in se obnaša po pravilih, ki v določeni družbi veljajo za moške. Delitev na spola se zaključí, ko fizična/biološka ženska sprejme svoj spol, je legalno ženska in se obnaša po pravilih, ki v določeni družbi veljajo za ženske. Po Južniču (1993: 47) gre za vedénjski spol, ki je »že 'združitev' ali rezultanta prepletajočih se, dopolnjujočih se in celo kontrastnih procesov v ontogenetičnem razvoju ter hkrati vsebina socializacije in njena posledica.³⁴« (Južnič, 1993: 47)

»Posameznik postane znakovno obeležje svojih najpomembnejših identitet. Živi in uprizarja te identitete³⁵ in drugi ljudje se značilno odzivajo nanje in tudi sami prav tako uprizarjajo svoje identitete. Imeti neko identiteto pomeni, da imamo relativno trajne, simbolno posredovane navade in pravila, s katerimi obvladujemo svoje telo, svoje sebstvo in svoje socialne in družbene dejavnosti. Identiteta je zato bolj sistem dejanj kot pa sistem značilnosti, ki odlikujejo posameznika.« (Ule, 2000: 188)

Človek se torej rodi kot moški ali ženska, vendar ni nujno, da ob rojstvu določenega spola ostane vse življenje. Znanost je omogočila korak naprej in z operacijo posamezniku ali posameznici ponudila možnost izbire,³⁶ vseeno pa spolne značilnosti še vedno določa kultura.

³³ »Identitete kot polja identifikacij in razlikovanj niso le socialni konteksti umeščanja posameznika v družbo, odnosov do drugih ljudi, strategij delovanja, temveč se utelesijo v posamezniku, v njegovih duševnih lastnostih in končno v odnosu do lastnega telesa, telesnem vedenju, oblikovanju, oblačenju telesa itd.« (Ule, 2000: 188)

³⁴ »Sposobnost identitete je vsekakor genetično pogojena in tudi opredeljena zlasti glede njenega telesnega, biološkega substrata in nevrofizioloških predispozicij. Dokončanje identitete v smislu njenega družbenega in kulturnega funkcioniranja pa je izključno delež socializacije.« (Južnič, 1989: 53)

³⁵ »Na eni strani se spol zdi uprizarjanje, opirajoče se na neko prakso ponavljanja, ki sčasoma proizvede učinek identitete. Na drugi strani pa se zdi, da je ponavljanje podrejeno in pogojevano s spodletelostjo doseganja lastnega cilja, torej 'identitete'. Kako lahko potemtakem uprizarjanje spola razumemo kot ponavljanje, reprezentacijo ali imitacijo, prisiljeno v poraz, kjer prav njegova spodletelost vzpostavlja točko kritične refleksije fabriciranja mehanizmov konstrukcije spola?« (Butler, 2001: 294)

³⁶ Kate Bornstein trdi, da bi vsak posameznik in vsaka posameznica morala imeti možnost odločitve o lastnem spolu. Navaja primer odločitve o lastnem spolu pri plemenih Navajo. Pravi: »Če je bil otrokov spol pri nekaterih plemenih Navajo vprašljiv, so ga določili tako, da so otroka položili v *tipi* s statvami ter z lokom in puščico – s prihodnjimi ženskimi pritiklinami. Zraven so položili ogenj in tisto, kar je otrok pograbil, ko je stekel proč, je določilo njegov spol. Za tedanje Navaje je bilo povsem naravno, da je imel tudi otrok nekaj besede pri določitvi lastnega spola.« (Bornstein, 1999: 24)

Spoli so zatorej kulturni konstrukti, kar poudari tudi Judith Butler (2001: 19) »če je nespremenljiva narava biološkega spola sporna, je morda konstrukt, imenovan 'biološki spol', ravno tako kulturno konstruiran kot družbeni spol; nemara je bil vselej že družbeni – tako se pokaže, da razlike med biološkim in družbenim spolom ni.«

Tudi Simone de Beauvoir (2000: 13) v drugem delu knjige *Drugi spol* izpostavi kulturno konstrukcijo spola: »Ženska³⁷ se ne rodi: ženska to postane.³⁸ Lika, ki si ga znotraj družbe nadeva človeško bitje ženskega spola, ne definira nikakršna biološka, psihična, ekonomska usoda; k izgradnji tega vmesnega produkta med moškim in kastratom, ki je označen kot ženski, prispeva celotna civilizacija.«

Vendar pa lahko glede na tematiko diplomskega dela in trditve o enakih izhodiščih za oba spola stavek De Beauvoirjeve nekoliko razširimo in zapišemo:

Ženska in moški se ne rodita: ženska in moški to postaneta. Likov, ki si ju znotraj družbe nadevata človeški bitji ženskega in moškega spola, ne definira nikakršna biološka, psihična, ekonomska usoda; k izgradnji teh vmesnih produktov med moškim in kastratom, ki je označen kot ženski, ter žensko in kastratom, ki je označen kot moški, prispeva celotna civilizacija. Kateri od njiju je kastrat, pa je odvisno od civilizacije.³⁹

Delitev na moški in ženski spol predpostavlja različnost. Moški in ženska sta različna, tako po telesnih značilnostih, kot tudi po obnašanju, mišljenju in delu, »bolj različna kot so črnci in belci, katoličani in muslimani, Evropejci in vzhodnjaki. Različen je njun subjektivni ustroj, njuno videnje sveta.« (Irigaray, 2003: 77)

³⁷ V tem primeru je mišljen družbeni ženski spol, torej vse tiste značilnosti, naloge in pričakovanja, ki v določeni kulturi veljajo za osebe ženskega biološkega spola.

³⁸ Podobno trdita tudi Berger in Luckmann (1988: 121) za posameznega člana družbe. »Posameznik se ne rodi kot član družbe. Rodi se s preddispozicijo družbenosti in član družbe šele postane.«

³⁹ Kot pravi Norbert Elias (2000: 71), se pojem civilizacija »nanaša na zelo različna dejstva: na tehnično raven, načine vedenja, razvoj znanstvenega spoznanja, religiozne ideje in navade. Lahko se nanaša tudi na oblike stanovanja ali načine skupnega življenja moških in žensk, načine sodnega kaznovanja ali priprave jedi. Natančneje, skoraj ničesar ni, česar ne bi bilo mogoče narediti v 'civilizirani' ali 'necivilizirani' obliki; zato se vedno zdi nekoliko težavno, če hočemo z nekaj besedami povzeti vse, kar je mogoče označiti s 'civilizacijo'«. Pojem civilizacija »izraža samozavedanje zahodnega sveta. /.../ V njem je zajeto vse tisto, v čemer zahodne družbe v zadnjih dveh ali treh stoletjih vidijo svojo prednost pred prejšnjimi ali pa tistimi 'bolj primitivnimi' današnjimi družbami. Z njim poskuša zahodna družba označiti tisto, kar je njena posebnost in na kar je ponosna: stanje *svoje* tehnike, načine *svojega* vedenja, razvoj *svojih* znanstvenih spoznanj ali *svojega* (poudarki N. E.) svetovnega nazora in še veliko drugega.« (Elias, 2000: 71-72)

Menimo, da je to različnost treba ohranjati, saj zagotavlja reprodukcijo človeškega rodu, poleg tega pa šele ob primerjavi z drugimi spoznamo prednosti in pomanjkljivosti lastnega telesa in duha.⁴⁰ »Ta temeljna različnost, povezana z deljenimi prokreacijskimi vlogami, ta različnost v kompatibilnosti /.../, ima tudi identifikacijsko daljnosežne posledice. Ne gre le za različnost telesa, njegovih morfoloških oblik, gre za fiziološke razlike in vsemu temu družba in kultura dodajata pomene, s katerimi se spolni dimorfizem⁴¹ prevaja v spolno dihotomijo.⁴²« (Južnič, 1993: 45)

Biološko ima tudi človeška vrsta, kot vse ostale sesalske, dva predstavnika: samca in samico, moškega in žensko. »In oba spola sta enako potrebna in enako važna za nadaljevanje in ohranitev vrste po potomstvu. Moški in ženska dasta svojim potomcem značilne lastnosti vrste človek po svoji dedni tvarini dalje in ustvarita v otroku zopet novega človeka, ki se razvije v teku določene dobe zopet v moškega ali žensko, dasi je njegov spol določen že v hipu oplodnje.« (Škerlj, 1948: 100)

Na splošno velja, da je moški telesno večji, težji in bolj mišičast kakor ženska, ta pa ima širšo medenico in boke, kar je prilagoditev ženskega telesa na rojevanje otrok. Razlike so seveda tudi pri možganih, kar so mnogi znanstveniki v preteklosti izkoristili za določitev moškega kot pametnejšega in torej nadrejenega ženski.⁴³ Moški imajo namreč težje možgane⁴⁴ od žensk, vendar če primerjamo težo možganov s telesno težo, so možgani

⁴⁰ »Oba spola sta biološko tako odvisna drug od drugega in njune naloge se tako intimno prepletajo in dopolnjujejo, da prinese vsako navzkrižje med njima hude posledice za posameznika in družbo.« (Montagu, 1970: 139, 140)

⁴¹ Spolni dimorfizem so razlike, ki se v identifikacijskem smislu fiksirajo in jih označujemo kot ženskost ali moškost, vezane so na anatomijo, fiziološke posebnosti in vloge v čisto prokreacijskem smislu. (Južnič, 1993: 47)

⁴² Spolna dihotomija so razlike, ki se v identifikacijskem smislu fiksirajo in jih označujemo kot ženskost ali moškost, izvedene so iz različnosti ali celo nasprotij v doživljanju spola, kar je v veliki meri tudi družbeni in kulturni konstrukt. (Južnič, 1993: 48)

⁴³ »Povprečna teža možganov Evropejca moškega spola je okrog 1385 gramov, ženske pa 1265 gramov. In kakšen vik in krik zaradi teh 100 gramov! To naj bi bil za moške največji adut, ki je končno razpršil vse dvome o tem, kdo ima več sive možganske snovi. In ker siva snov pomeni več razuma, ni treba več dokazovati, da je moški pametnejši od ženske.« (Montagu, 1970: 52)

⁴⁴ »Vsesplošno razširjeno in zmotno prepričanje, da so večji in težji možgani tudi dokaz večjih duševnih sposobnosti, je sicer razumljivo, vendar napačno. Tudi predzgodovinski ljudje so imeli večje možgane, toda s tem še ni rečeno, da so bili pametnejši od nas. Slon in kit imata večje in težje možgane, pa zato nihče še ni ugotavljal, da sta pametnejša od človeka.« (Montagu, 1970: 53)

ženske v razmerju z njeno telesno težo težji kot možgani moškega v primerjavi z njegovo telesno težo. (Škerlj, 1948: 100-102)

Vendar telesna zgradba in velikost možganov ne bi smela biti ovira za opravljanje katerega koli dela. Že nacionalni ekonomist 19. stoletja Lorenz Stein je poudaril, da zmore ženska, » če jo prisilijo stvari od zunaj ali njena individualnost od znotraj, vse, kar zmore moški. Ali slabše ali bolje, za to nam tu ne gre. *Ničesar* ni, česar konec koncev ne bi zmogla« (Lorenz Stein, navedeno v Wartmann, 1985: 78). Kljub izenačitvi telesnih zmožnosti pa je nadaljeval nekoliko bolj naklonjeno moškemu, ki ga je postavil v središče opredeljevanja sveta. »Vendar – in to je tisto, česar se moramo držati, ko temu oporekamo – je po drugi strani prav tako gotovo, da je ženska, brž ko dejansko dela tisto, kar je Moško, samo ženska forma moškega in *ne več ženska*.« (Lorenz Stein, navedeno v Wartmann, 1985: 78)

Iz opredelitve moškega kot pametnejšega se je oblikovalo in do danes ohranilo hierarhično vrednotenje spolov: moški je več vreden od ženske. Problematiko zatiranja žensk so izpostavile feministke⁴⁵ z gibanjem »zoper patriarhalno družbeno urejenost, v kateri so (bile) ženske v podrejenem položaju v javni sferi in potisnjene v območje zasebnosti« (Leksikon Cankarjeve založbe, 1998: 265). Feminizem sam se je notranje razcepil,⁴⁶ vendar je različnim usmeritvam »skupen boj za temeljne pravice žensk ali za njihovo ohranitev /.../, kakor tudi prizadevanje za odpravo ženskam neprijazne delitve dela po spolu in androcentristične⁴⁷ kulture. (Leksikon Cankarjeve založbe, 1998: 265)

»Včasih so se feministke usmerile naravnost na vprašanja spola in spolnosti, v drugem obdobju je bil 'feminizem' bolj gibanje za družbeno preobrazbo in je želelo

⁴⁵ »Feministična kritika podrejenega položaja žensk v družbi je ustvarila večjo občutljivost pri vprašanih spola, seksualnosti in biologije. Družboslovce je spodbudila, da namenjajo pozornost tudi patriarhalnemu in kapitalističnemu kontekstu družbene konstrukcije ženskega telesa.« (Kuhar, 2004: 66)

⁴⁶ »Ko govorimo o zgodovini feminizma, ga navadno delimo na *feminizem prvega vala* in *drugega vala*. Prvi je oznaka za pojav ženskih kampanj za reformo ženske volilne pravice ob koncu 19. stoletja. Feminizem drugega vala se je pričel v poznih šestdesetih letih na zahodu kot žensko gibanje, ki ga poznamo pod oznako '*Women's Liberation Movement*'.« (Švab, 2002: 199)

⁴⁷ »Ena od neločljivih sestavin tradicije je tudi moškosrediščnost kot princip organizacije vsega družbenega življenja. /.../ Androcentristična tradicija pa ni obstajala po sebi kot nekaj naravnega, temveč je bila plod mnogih – med sabo povezanih – sistematičnih prizadevanj, ki so – rutinizirana – postala nevidna, zato je vselej obstajal videz naravnosti vsakdanjega življenja na vseh ravneh. Razkrivanje načina zgodovinskega oblikovanja tradicije, ki ga omogočajo najnovejša znanstvena spoznanja, je nujni pogoj za kritično presojo in hkrati izhodišče za vrednotenje, kaj je vredno retradicionalizacije, kaj pa je nezdružljivo z dosedanjimi procesi emancipacije človeka (obeh spolov).« (Jogan, 1990: 13)

spremeniti družbo v celoti. Ko je besedo v zgodnjem devetnajstem stoletju uvedel francoski socialist Charles Fournier, je govorila o novi ženski, ki bo tako preoblikovala družbo, kot bo družba preoblikovala njo. Celo tedaj, ko je 'feminizem' poudarjal vprašanja o rodu/spolu, ne pa o družbeni preobrazbi, je včasih poudarjal posebno naravo žensk. Včasih je zahteval enakost na podlagi podobnosti spolov, drugič pa je zahteval enakopravnost s poudarjanjem ženske enkratnosti.» (Segal, 1993: 99-100)

Tudi Maca Jogan (1990: 47) potrjuje, da je ena od osnovnih diferenciacij v družbi diferenciacija po spolu, tako v preteklosti, kot tudi danes »se je polarno pripisovanje lastnosti spoloma stekalo v to, da so bile ženskemu spolu dodeljene tiste lastnosti, ki družbeno /.../ niso imele takšne veljave kot moške lastnosti – vse, kar je bilo dodeljeno ženskemu spolu, je definiralo ženske kot /.../ drugorazredna bitja.« (Jogan, 1990: 47)

Kot drugorazredna bitja pa obravnava Ti-Grace Atkinson (1985: 1) moške in trdi, da bi bili brez žensk »moški omejeni izključno na reprodukcijo, nobene samostojne človeške eksistence ne bi imeli«. Mi se s to trditvijo ne strinjamo in menimo, da sta oba spola pomembna za človeštvo.⁴⁸ Atkinsonova obsodi tudi heteroseksualne zveze med moškimi in žensko, saj zanje trdi, da so »protifeministične, ker so po definiciji nepravilne in odtujujejo ženske njihovim naravnim razrednim interesom« (Atkinson, 1985: 3). Tudi v omenjeni trditvi Atkinsonova zanemari pomembnost obeh spolov za reprodukcijo in ohranjanje človeške vrste: ne moški brez žensk niti ženske brez moških se ne bi mogli razmnoževati.

Nasprotno pa vloge moških in žensk razlaga Esther Vilar, ki v svojem delu *Dresirani moški* (1996) moške opredeli sicer kot pametnejše, vendar spol, ki so si ga ženske uspele podrediti. Zavrne vsako opredelitev, da so ženske zatirane, saj imajo možnost izbire, kakšno življenje bodo živele: ali bodo izbrale moški način in delale za preživetje, ali ženski način, ki je način »neumnega, parazitskega in luksuznega stvora – in skoraj vsaka izbere drugo možnost. Moški te izbire nima.« (Vilar, 1996: 21)

»Povsem razumljivo je, da moški, ki na žensko gleda kot na sebi enako, zraven pa vidi, kakšno neumno življenje mora živeti ob njem, verjame, da jo zatira. Vendar, odkar pomnimo, ženska ni bila prisiljena k podrejanju moški volji, nasprotno: vedno je imela vse možnosti, da postane neodvisna. Če se torej ženska v tako dolgem obdobju ni osvobodila svojega 'jarma', potem si to lahko razložimo samo na en način: tega jarma enostavno ni.« (Vilar, 1990: 20)

⁴⁸ »Moškimi so ženske bolj potrebne kakor moški ženskam. To nikakor ne pomeni, da ženskam ni treba moških. Potrebujemo jih, in še kako, toda ne tako elementarno, kot moški rabijo ženske.« (Montagu, 1970: 139)

Vilarjeve trdi tudi, da ženske niso zatirane, kot so izpostavile druge feministke. Če bi se ženskam zdelo, da jih moški zatirajo,

»bi se pri njih razvil vsaj strah ali sovraštvo,⁴⁹ kakršno se ponavadi pojavi v odnosih do zatiralca – vendar ženske moških ne sovražijo in tudi bojijo se jih ne. Če bi se jim zdelo, da jih večje znanje moških ponižuje, potem bi se trudile – in dostopna so jim vsa sredstva – in jim v tem sledile. Če bi se počutile nesvobodne, potem bi se vsaj zdaj, ko so jim vse okoliščine naklonjene bolj kot le kdaj prej v zgodovini, osvobodile svojih zatiralcev.« (Vilar 1996: 21)

Vilarjeva pravi tudi, da je ženska tista, ki dela deli na 'moška' in 'ženska', na 'večvredna' in 'manjvredna' »in jih tako bremeni s čustvenimi merili, ki se jih pozneje nihče več ne more otresti, se sama izogne vsakršnemu nadzoru in si tako ustvari v območju svoje oblasti popolno norčevsko svobodo. Naj počne karkoli – to v primerjavi z moškim delom tako ni nič vredno; saj sama pravi tako, le zakaj naj bi moški to preverjali?« (Vilar, 1996: 53)

Nasprotno z Vilarjevo pa Ashley Montagu (1970: 132, 133) pravi, da so moški vcepili ženskam miselnost, da so slabše, ženske pa na to reagirajo s tekmovalnostjo, s tem, da skušajo dokazati, da so enako dobre kakor moški.

»Toda s takšnim vedenjem, ki je sicer razumljivo, ženske ne delajo usluge niti sebi niti svetu. Ženskam ni treba tekmovali z moškimi in naj tega tudi ne delajo. Z nikomer naj ne bi tekmovali, pa tudi ne moški. Ženske in moški naj bi sodelovali, kajti to jim veleva njihova narava. /.../ Ne ženske ne moški naj ne bi nikoli ničesar delali iz gole tekmovalnosti.« (Montagu, 1970: 133)

Prav na podlagi omenjene tekmovalnosti so nekatere feministke izpostavljale enakost z moškimi. Ker pa sta, kot smo zapisali že večkrat, spola različna, se strinjamo z Luce Irigaray (1995: 10), ki o zahtevah feministk o enakosti pravi: »Zahtevati, da smo enake, predpostavlja primerjalno vrednost. Komu ali čemu hočejo biti ženske enake? Moškim? Službi? Kateri primerjalni enoti? Zakaj ne samim sebi?«

Spola ostajata dva – moški in ženski, enakost spolov pa se nanaša na enako vrednotenje tako bioloških kot družbenih spolov in spolnih vlog v družbi. Zakon o enakih

⁴⁹ Podobno idejo o podrejanju zasledimo že pri Antoniu Gramsciju in njegovi teoriji hegemonije, ki »izhaja iz teze, da kulturno vodstvo določenih slojev ni doseženo s silo ali prisilo, ampak je v bistvu zagotavljanje s strinjanjem podrejenih. /.../ V tem smislu ideologija deluje tako, da se podrejene skupine podrejajo, ker sprejmejo svetovno-nazorski pogled na svet, ki ga ponujajo dominantne skupine, za svojega oziroma kot nekaj samoumevnega« (Stankovič, 2002: 24, 25). Gramsci pravi, da v vsaki družbi obstajajo vladani in vladajoči. »Kadar je postavljeno načelo iste skupine, obvelja namreč mnenje, da mora biti poslušnost samovoljna, da mora priti do nje brez vsakršnega dokazovanja 'nujnosti' in smotrnosti, še več, da o njej sploh ne gre razpravljati.« (Gramsci, 1974: 142)

možnostih (1999: 1) pravi, da »/e/nakost spolov pomeni enako prepoznavnost, moč in udeležbo obeh spolov na vseh področjih javnega in zasebnega življenja. Enakost spolov je nasprotje neenakosti in ne različnosti spolov, in skuša vzpodbuditi polno sodelovanje žensk in moških v družbi. Pomeni sprejemanje in enako vrednotenje razlik med ženskami in moškimi ter njihovih različnih vlog, ki jih imajo v družbi.«

Irigarayeva (1995: 19) izpostavi tudi zmotno nevtralnost spolnosti, ki jo zahtevajo nekatere feministke:

»Takšna nevtralizacija, če bi bila možna, bi pomenila konec človeške rase. Človeška rasa je razdeljena na dva spola, ki zagotavljata njeno produkcijo in reprodukcijo. Želja po odstranitvi spolne razlike bi pomenila genocid v najbolj radikalni obliki v zgodovini človeške sle po uničenju. Prav nasprotno, kar je pomembno, je definirati vrednosti pripadanja določenemu spolu, moškemu ali ženskemu.⁵⁰«

Feminizem kritizira tudi katoliška cerkev – Vatikan, ki je 31. julija 2004 objavil 37 strani dolg dokument,⁵¹ v katerem obsoja feministke, češ da želijo zbrisati biološke razlike med spoloma in moške obravnavajo kot sovražnike, ki jih je treba premagati. Dokument se nanaša na biblijsko gledanje na človeka, ki pravi, da so spolne razlike 'globoko vtisnjene' v moškega in žensko, moški in ženska sta različna od trenutka stvarjenja in takšna bosta ostala za vedno. Vendar se, kot piše v dokumentu, spolne razlike ne morejo zreducirati na nepomembno biološko dejstvo. Dokument tudi poudarja, da ženske niso manjvredne moškim, in so zaradi 'svoje sposobnosti ljubiti in prispevati k rasti in zaščiti drugih' nekaj posebnega. Pismo katoliškim škofom 'O sodelovanju med moškimi in ženskami v cerkvi in svetu' opozarja tudi, da družba ne bi smela žensk, ki so se prostovoljno odločile, da bodo gospodinje, stigmatizirati ali celo finančno kaznovati, vlade pa bi morale po mnenju Vatikana pomagati ženskam, ki želijo delati in imeti otroke. (<http://www.sta.si/vest.php?id=855976>, dostopno 05. 08. 2004)

⁵⁰ »Poudariti je treba, da je nenadomestljivost ženskega elementa glede na samo biološko reprodukcijo ravno tolikšna, kot je nenadomestljivost moškega.« (Jogan, 1990: 99)

⁵¹ »Dokument oziroma pismo katoliškim škofom 'o sodelovanju med moškimi in ženskami v cerkvi in svetu' je pripravila kongregacija za versko doktrino, ki jo vodi nemški kardinal Joseph Ratzinger (takratni kardinal, ki je bil po smrti Papeža Janeza Pavla II., ki je omenjeno besedilo potrdil, 19. aprila 2005 izvoljen za novega papeža Benedikta XVI, opomba L. M.), besedilo pa je papež potrdil.« (<http://www.sta.si/vest.php?id=855976>, dostopno 05. 08. 2004)

2. 1 »ČLOVEK, NAREJEN PO BOŽJI PODOBI« - POVEZAVA MED MITI O STVARJENJU ČLOVEKA IN SPOLNIMI VLOGAMI

*Ko je bog v sivi davnini ustvarjal, kar je,
je ustvaril sonce:
sonce vzide, zaide – in se povrne.
Ustvaril je mesec:
mesec vzide, zaide – in se povrne.
Ustvaril je človeka,
ki pride, mine – in se ne vrne več.
(Sredi zemlje stojim: poezija nerazvitih ljudstev, Vzhodna Afrika)*

V tem podglavju bomo obravnavali mite o stvarjenju človeka, predvsem nas bo zanimalo, ali se je spol božanstva in stvarjenje človeka po spolu odražalo v družbenih odnosih med spoloma. Ker so mit o stvarjenju človeka poznala vsa ljudstva, bomo izbrali tiste, ki po eni od specifičnosti izstopajo. Preden pa se tega lotimo, moramo vsaj v grobem definirati, kaj mit sploh je.

2. 1. 1 DEFINICIJE MITOV

*V Zrnu peska videti cel Svet
in Nebo v Roži na poljani,
Večni čas imeti v hit ujet
in Neskončnost obdržati v dlani.
(William Blake: Slutnja nedolžnosti)*

Skozi leta se je razvilo več teorij in šol mita⁵² in avtorji še vedno postavljajo nove definicije, ki izhajajo iz vsebin, ki jih preučujejo. V diplomskem delu ne bomo obravnavali

⁵² Podrobneje o nekaterih šolah v Hrženjak, Majda (1998): »Mit in red –antropološke teorije in metode analize mita«. *Anthropos*, 30, 4-6, str. 155-186 in Hrženjak, Majda (1999): »Elementi družboslovne analize mita: ali je mogoča celovita analiza mita«. *Časopis za kritiko znanosti*, XXVII, 194, str. 45-64.

vseh avtorjev, pa tudi pri izbranih ne bomo mitov definirali kronološko, ampak bomo definicije povezovali in navezovali. Mite bomo analizirali skozi definicije Mirceae Eliadea, Bronislawa Malinowskega, Rastka Močnika, Mitje Velikonje in Carla Gustava Junga.

Mircea Eliade (1970: 9) za mit pravi, da »govori o tem, kako je bilo nekaj ustvarjeno, kako je začelo *obstajati*. Mit izreka samo tisto, kar se je resnično zgodilo, govori o tistem, kar se je v popolnosti razodelo.« Mit je resničnost, ki jo razlagamo z množico medsebojno prepletajočih se stališč. Mit nam sporoča, kako je zaradi delovanja nadnaravnih bitij začela obstajati stvarnost, pa naj bo to celotna stvarnost, kozmos, ali samo njen del (Eliade, 1970: 9). Drugi dogodki so se zgodili po kozmogoniji in antropogoniji in človek, *takšen kot je danes*, je neposredni rezultat teh mitskih dogodkov, *ker so ga ti dogodki ustvarili*.« (Eliade, 1970: 14)

Vendar miti ne pripovedujejo samo o obstoju sveta, živali, rastlin in ljudi, ampak tudi o vsem prvotnem dogajanju, po katerem je človek postal to, kar je danes, to je umrljivo, seksualno združeno bitje, prisiljeno, da za življenje dela po določenih pravilih (Eliade, 1970: 14).

Pravila pa so potrebna za ohranjanje družbenega reda. Z vzpostavljanjem družbenega reda je mitologije povezoval Bronislaw Malinowski. Mit ni le pomemben del civilizacije, »ni nesmiselna zgodba, ampak je učinkovita aktivna sila; ni intelektualna razlaga ali artistična imaginacija, temveč je pragmatičen relief primitivne vere in moralne modrosti. /.../ Mit v primitivni kulturi izpolnjuje nujno funkcijo: izraža, poudari in kodificira vero; varuje in uveljavlja moralo; jamči učinkovitost obreda; in vsebuje praktična pravila za vodstvo človeka.« (Malinowski, 1999: 36)

Tako kot je po Eliadeau mit ustvaril današnjega človeka, ki je prisiljen živeti in delati po določenih pravilih, ima mit po Malinowskem moč, da sankcionira napačno obnašanje. Mit namreč poznajo vsi člani, imajo ga za resničnega, zato je s svojim delovanjem tudi uspešen. »Tako skozi operaciji univerzalizacije mita in njegove postavke v preteklost /.../ mit poseduje normativno moč fiksiranja običajev, sankcioniranja načinov vedenja ter poudarjanja dostojanstva in pomena institucij.« (Hrženjak, 1999: 49)

Institucija pa je lahko že sam mit. Kot opredeli Rastko Močnik (1998: 241), »v mitu vidimo družbeno napravo, *institucijo*, ki pomaga reševati ideološke probleme, ki je orodje v ideoloških spopadih – a ki *kot institucija* hkrati tudi sama participira pri neizbežni notranji ne-polnosti in ne-saturiranosti družbenih institucij nasploh«. Močnik mit označi kot matrico, 'stroj', »skozi katerega je mogoče procesirati marsikaj, celo kar vse, kar prihaja

od 'vsakdanje izkušnje', tudi težave, ki nastajajo zaradi interference med novimi ideološkimi sistemi in starimi 'mitološkimi' ideološkimi horizonti.« (Močnik, 1998: 240)

Močnik v mitu torej vidi matrico za razreševanje težav, ki nastanejo zaradi sovpadanja novih in starih (mitoloških) ideoloških sistemov.

Podobno mit z ideologijo povezuje tudi Mitja Velikonja (1996: 24, 25), ki pravi:

»Mit in ideologija se seveda ne izključujeta, niti nista zaporedni stopnji v zgodovinskem razvoju družbenih (samo)predstav. Gre za dvostranski in vzajemni proces. Mit tako ni (le) nekaj arhaičnega, umislek predlogične mentalitete, katero razsvetljene generacije poznamo le iz zgodovinskih čitank in stare literature; prav tako ideologija ni omejena na nekaj zadnjih stoletij in ni nadomestek prvega. Delujeta skupaj. /.../ Mit in ideologija sobivata in se pomensko zaokrožata: tako prvi ponuja drugi nevprašljivo izhodišče in matrico, druga pa se čuti poklicana, da ju razvija v "pravi" smeri; prvi odpre, druga odgovarja, vedno znova zapira; prvi bremeni, druga osv(ob)aja. /.../ Mit je smerokaz, ideologija pa skrbi za stabilnost skozi spremembe.«

Mit je torej aktivna sila, resničnost, ki je oblikovala današnjega človeka in ki omogoča ohranjanje družbenega reda, kot institucija rešuje ideološke probleme, ter odgovarja na človekova vprašanja obstoja. Vendar se v omenjenih pojmovanjih opiramo predvsem na zunanje, razumsko, zanemarjamo pa nezavedni, 'nerazumski' del, človekovo psiho.

V skladu z raziskovanjem nezavednega Carl Gustav Jung mite povezuje s kolektivnim nezavednim, torej delom psihe,

»ki ga lahko ločimo od osebnega nezavednega kot njegov negativ, ker ne obstaja zahvaljujoč osebnemu izkustvu ter zato nima značaja osebne pridobitve. Medtem ko je osebno nezavedno v glavnem sestavljeno iz vsebin, ki so bile nekoč zavestne, vendar so nato iz zavesti izginile, ker so bile bodisi pozabljene ali potlačene, pa vsebine kolektivnega nezavednega nikoli niso bile v zavesti in zato niso nikoli postale individualne, tako da se morajo za svoj obstoj zahvaliti izključno dedovanju.« (Jung, 1995: 25)

Vsebine kolektivnega nezavednega, Jung jih imenuje arhetipi, so tako v vseh ljudeh »vzeto *cum grano salis*,⁵³ isti. Povedano drugače – pri vseh ljudeh je to nezavedno enako, s tem pa ustvarja neko v vsakem prisotno splošno duševno bazo nadosebne narave.⁵⁴« (Jung, 1995: 39)

⁵³ Z zrnom soli; razsodno, s pametnim premislekom. (Banič, 1990: 84)

⁵⁴ Podobno o idejah v naši duši, psihi piše tudi filozof Gottfried Wilhelm Leibniz: »Dejansko ima naša duša vselej v sebi kvaliteto predstave kakršnekoli nature ali forme, kadar nanese priložnost, da nanjo mislimo. In mislim, da je prav ta kvaliteta naše duše, kolikor izraža kakšno naturo, formo ali esenco, ideja stvari, ki je v nas in ki je vedno v nas, pa najsi mislimo nanjo ali ne. /.../ V duhu imamo vse te forme in imamo jih celo od vekomaj, kajti duh izraža vse svoje bodoče misli in zmedeno misli že na vse, na kar bo nekoč mislil določno.« (Leibniz, 1979: 49, 50)

Vsebina mita, ki je poleg pravljičice pojem za arhetip (Jung, 1995: 41), je torej v ljudeh, v njihovi psihi. Ker obstaja toliko arhetipov, kolikor je tipičnih situacij v življenju (Jung, 1995: 31), obstaja toliko mitov, torej je vsaka tipična situacija v življenju lahko vsaj deloma tudi mit, ki je po Jungu (1989: 315) tudi »najzgodnejša oblika znanosti.«

V diplomskem delu bomo mit razumeli v preseku omenjenih definicij. Mit je torej je resničnost, ki jo razlagamo s prepletajočimi se stališči, je zgodba, ki jo poznajo vsi člani družbe, in ki vsebuje praktična navodila za vodstvo človeka. Zaradi tega lahko sankcionira napačno obnašanje in pomaga reševati ideološke probleme, je torej smerokaz k delovanju človeka.

2. 1. 2 MITI O STVARJENJU ČLOVEKA IN SPOLNE VLOGE

*Žensko je treba ustvariti iz gline,
ker jo je Bog pozabil dokončati
ko je iztrgal rebro s kosom krvavečega mesa,
in ga za silo zaoblil od zunaj
navznoter pa še vedno cedeča kri
ki se boleče razkraja,
dokler vsega njenega telesa pazljivo ne obložiš
s hladno gozdno zemljo.
Potem je treba kopati naprej do prve nepropustne plasti
kjer je mokra, zdravilna glina.
Vsako obliko ženske je treba posebej izrisati
z natančno gladko potezo kazalca
in nato gnesti z vsemi prsti do zamolklega žarenja,
ki izpari površino v mehko, prosojno svilo
kot sijočo kopreno poletnega oblaka.
Potem jo je treba še toplo oblikovati z dlanmi
in noč za nočjo ponavljati enake gibe
da se izčistijo linije obraza in se ustnice izbočijo v razposajen smeh.
Potem se vedno prikaže še jezik
ampak uperjen je proti Bogu
ker vsega tega ni naredil.
(Alojz Ihan: Žensko je treba ustvariti iz gline)*

V nadaljevanju bomo pregledali nekatere mite o stvarjenju človeka. Vikinški (Germanski, Tevtonski ali Nordijski)⁵⁵ mit pravi, da človeška bitja izvirajo iz rastlinskega

⁵⁵ Ta mit zasledimo v različni literaturi, težava je v tem, da je enkrat uvrščen med germansko mitologijo, drugič nordijsko, tretjič tevtonsko, vedno pa gre za isti mit. Sicer pa New Larousse Encyclopedia of

sveta. »Tačas so trije prišli iz tiste skupine, milostljivi, mogočni azi v mirno hišo. Našli so na bregu Jesen in Brest, neobetavna in brez napovedane usode. Nista dihala, nista imela duhá, ne toplote bivanja, ne izraza bitja; dih je dal Odin, duhá Honir, temu dodal je Lodurr izraz in toploto.⁵⁶« (Edda, 2004: 12,13; 17. in 18. kitica)

Mit ne pove, katerega od obeh so ustvarili prej, domnevamo lahko, da sta bila ustvarjena istočasno, vsak iz svojega drevesa. Oba sta bila torej celoviti osebnosti, ki nista bila ustvarjena kot dopolnilo drugega, ampak kot njegovo ali njeno enakovredno, a drugačno bitje. Različni drevesni vrsti predstavljata dva spola, povezave pa lahko najdemo tudi z enim od najpomembnejših iznajdb človeka, ognjem. Prvotno je namreč človek za netenje rabil dva koščka lesa, mehkega in trdega, in z drgnjenjem obeh je ustvaril dovolj toplote, da je zanetil ogenj (Larousse World Mythology, 1989: 364). Mit torej nakazuje enakovredno pomembno vlogo obeh, moških in žensk, za ohranjanje človeštva.

Za sprejemanje ali zavračanje postavljene teze moramo najprej pogledati vikinško družbo in odnose med spoloma. Najpomembnejša stvar v življenju Vikinga je bila njegova družina. Središče življenja, edina etična in družbena instanca je bil rod, in samo rodu se je Viking čutil zavezanega (Pörtner, 1982: 120). Vikinško družbo so sestavljale »družine, ne pa posamezniki, kajti posameznik je pripadal družbi šele skozi družino, kateri je služil kot eden izmed njenih členov« (Neckel, navedeno v Pörtner, 1982: 121). Za izraz družba Vikingi niso imeli izraza, najpomembnejša institucija je bila družina (Pörtner, 1982: 121). Družine so bile velike, saj je svobodni in premožni mož poleg zakonite zakonske žene lahko imel še stranske žene, praviloma iz družin nesvobodnjakov.⁵⁷ Koruzniški stranski

Mythology (1990: 249) Tevtonce razdeli na Vzhodne (Goti), Severne (Skandinavske dežele) in Zahodne Germane (predniki današnjih Germanov in Anglo – Saksoncev).

⁵⁶ Skandinavsko mitologijo *Edde* je analiziral Eleazar Moisejevič Meletinski v delu *Skandinavska mitologija kot sistem*, original je bil objavljen v delu *Trudy po znakovym sistemam, VII. Pamjati Petra Grigor'eviča Bogatrěva* leta 1975, v slovenskem prevodu pa je poglavje v knjigi *Bogovi, junaki, ljudje: izbrani članki in razprave*. (2001: 179-203, Ljubljana: Založba/*cf)

⁵⁷ Vikinška družba je bila sestavljena iz treh razredov: hlapcev, svobodnih kmetov in zgornje plasti poglavarjev, katerih prvi med enakimi je bil kralj. Nesvobodnjaki so opravljali težka, umazana in ponižujoča dela, ki so terjala malo okretnosti in veliko moči. Žene in hčere hlapcev so molzle, kuhale, prale, mlele zrnje, pomagale pri peki kruha, služile so otrokom svobodnjakov kot dojilje, gospodinjam kot služkinje, možem kot priležnice. Sužnji so imeli vlogo navadnega blaga, ki jo jih kupovali, ugrabljali in preprodajali naprej. Svobodnjaki so lahko svojega hlapca pretepli, zaprli ali ubili; otroci, ki so jih svobodnjaki imeli z nesvobodnimi ženskami, so bili dobrodošli kot dodatne delovne moči, vzgajali so jih kot podložnike. (Pörtner, 1982: 113-114).

zakoni so bili zakonske zveze drugega reda in zato le deloma zaščiteni.⁵⁸ Legitimne zakonske žene običajno niso oporekale stranskim zakonom, vztrajale so le pri tem, da so ljubice bile nameščene izven hiše, v dostojni oddaljenosti od lastnega zakonskega ležišča (Pörtner, 1982: 123-124). Vzrok je bila gospodarska korist. »Kot polnovredna hišna gospodinja je bila taka žena enako zavzeta za večanje posesti kakor njen mož. Če je ta s svojimi sužnjami spočeval otroke, ki so seveda obdržali status navadnega blaga, je bilo to tudi zanjo, ki je v hiši ukazovala, najpreprostejši način za dvig skupne blaginje.« (Pörtner, 1982: 124)

Prej kot imeti oblast in ukazovati v gospodinjstvu, se je vikinška žena naučila ubogati, biti poslušna željam in zahtevam družine (Pörtner, 1982: 124). Sklenitev zakona je temeljila na gospodarski koristi. Tudi za poroko voljni mladeniči so želeli zaokrožitev posesti, bogastvo, vzpon v družine z višjo družabno stopnjo (Pörtner, 1982: 125). Sinovi in hčere so se poročali po avtoriteti staršev in običajno sta se oba brez ugovora pokorila družinskemu sklepu. Tudi po pokristjanjenju, ko je bila možnost odstopa od dogovora, če bi bodoča zakonska partnerja z njim ne soglašala, se mlado dekle ni moglo poročiti proti volji staršev. Če je to storila, je izbranec veljal za zapeljivca in užaljeni rod ga je lahko ubil, ne da bi za to bil kaznovan. (Pörtner, 1982: 125)

Družbi je vladal kralj, imeli pa so tudi ljudsko skupščino, ki je lahko kralja kadar koli odstavila (Pörtner, 1982). V javnem političnem življenju so odločali moški, v gospodinjstvu pa sta moški in ženska bila najmanj enakopravna, če ni bila ženska že večvredna. Ker je pogosto večino dela opravila sama, je bila nenadomestljiva. Med moško odsotnostjo je bila glavna na kmetiji: oskrbovala je živino, sejala njive in spravljala žetev, rojevala je otroke, ukazovala hlapcem in se ukvarjala z zavistnimi sosedi (Pörtner, 1982: 130). Pri Vikingih so veljala tudi določena merila za ocenjevanje kmečke gospodarice; vajena ukazovanja, dostojanstvena, vredna spoštovanja in plemenitega vedenja. Podobno kot danes marsikatera ženska sledi idealom, ki jih ponujajo množična občila, so se tudi vikinške žene trudile ustrezati tedanjim vzorom. Gospodarica je že na zunaj, v težki obleki in statusnim simbolom – šopom ključev za pasom, dokazovala svojo avtoriteto in samozavest. »To je delala toliko lažje, ker je bila še zmeraj članica očetovega rodu in zato,

⁵⁸ »Mož je na primer lahko vložil odškodninsko zahtevo zoper zapeljivalca svoje *fridle*. Lahko je svoj stranski zakon tudi spremenil v pravega. *Fridla* (zahodnogermansko: ljubica) pa ni mogla biti udeležena v zakonski premoženjski skupnosti.« (Pörtner, 1982: 124)

na primer v sporu z lastnim možem, zmeraj deležna zaščite svoje družine.« (Pörtner, 1982: 131)

Poleg tega so bile žene pri razdeljevanju polj enako upoštrevane kot moški, povsem enake pravice so imele tudi pri dedovanju, saj so, če ni bilo moškega potomstva, dedovale same (Pörtner, 1982: 131, 132, 133). Omeniti velja še eno prednost vikinških žensk. Vladale so daljši čas, svoje položaje v hiši in v družini so namreč obdržale do starosti. Nasprotno od svojih mož, ki z leti niso več zmogli večmesečne vojne in roparskih plovb po morju, so kmečke gospodarice svoje socialne funkcije lahko izpolnjevale tudi v starosti ali celo do smrti. (Pörtner, 1982: 134)

Bolj raznoliki so miti o stvarjenju človeka pri Severnoameriških staroselcih, kjer je vsako pleme poznalo svoj mit o stvarjenju. Šajenski⁵⁹ tako med drugim pravi, da je moško božanstvo, v slovenskem prevodu imenovano tudi Neki silak, potem, ko je ustvaril vse rastline in živali, ustvaril še človeka, natančneje

»moškega in njegovo sestro. Moški je vanjo porinil ribo in ji naročil, naj rojeva. Po sedmih dneh je ženska dobila otroka, po naslednjih sedmih dneh je rodila drugega in vsakih sedem dni je prišel drug otrok na svet. Ljudje so se tako hitro razmnožili, da je Nekdo močan, ko je pomislil, da kmalu ne bo več prostora na zemlji, to uredil tako, da je imela ženska na leto lahko samo enega otroka. In tako se je zares zgodilo.« (Miti in legende ameriških Indijancev, 1990: 11, 12, 13)

Mit najprej opiše stvarjenje moškega pred žensko, ki niti ni bila imenovana »ženska«, ampak »njegova sestra«, torej kot nekdo, ki je odvisen od moškega. Kot taka kot da ni imela lastne eksistence, saj je bila »njegova«. V nadaljevanju mit razloži tudi razmnoževanje človeka in ob tem prvotno stvariteljsko moč moškega božanstva prenese na moškega, ki je ženski naročil, naj rojeva. Prvi človeški par je bil božje stvarjenje, stvarjenje višje sile, vsi nadaljnji pa so bili odvisni samo od človeške sile.

Podobno kot je bilo pri Šajenih stvaritelj ljudi moško božanstvo, so tudi v družbi vladali moški. Poglavar družine je bil moški, ki je z ženskami ravnal kot s podložnimi bitji. »Običajna kazen za ženino nezvestobo je bila, da so ji odrezali nos« (Capps, 1974: 91). Kljub prevladi moških so bile ženske dovolj spoštovane in so živele zadovoljno. Ker je veliko moških padlo v bojih ali na lovu, je bilo Šajenskih žensk več kot moških, zato tudi mnogoženstvo ni bilo nič presenetljivega.

»V družbi, kjer je živelo nekaj sto ali tisoč ljudi v prepričanju, da so eno pleme in eno ljudstvo, in v zavesti, da jim vsak trenutek grozi pogin, je bilo mnogoženstvo nekaj

⁵⁹ Šajeni so ameriško staroselsko poljedelsko ljudstvo, ki je živelo na vzhodu Severne Amerike, na področju Velikih Planjav (Great Plains). (<http://en.wikipedia.org/wiki/Cheyenne>, dostopno 10. 11. 2005)

samoumevnega. /.../ Še bolj privlačno je bilo mnogoženstvo zaradi tega, ker so ženske dojile tudi po pet let in so ta čas pogosto odklanjale izpolnjevanje zakonskih dolžnosti.» (Capps, 1974: 91, 93)

Včasih je lahko žena sama predlagala, da mož pripelje v šotor še kakšno ženo. »Dela za ženske je bilo zmeraj dovolj; bila je samo vesela, če je imela pri tem prijetno tovarišico. Ljubosumnost je bila manjša, če se je mož poročil s sestro svoje prve žene« (Capps, 1974: 93). Če sta se zakonca želela ločiti, je mož to storil pri plemenskem obredu, ki so mu rekli 'omaški ples',⁶⁰ žena pa se je od moškega ločila tako, da se je vrnila v šotor svojih staršev in vzela s seboj tudi otroke (Capps, 1974: 93). Sicer pa so Šajenke imele kar veliko družbeno vlogo, saj je bil od njih odvisen družbeni položaj družine. Čeprav je bil gospodar ugledne družine dober lovec in je bil deležen vojaških časti, je žena morala biti spretna in skrbna gospodinja, imela je veliko sedelnih torb, napolnjenih s posušenim mesom, morala je biti spretna pri šivanju obleke in konjske oprave, poleg tega pa je vzgajala vljudne otroke, ki so spoštovali starejše. (Capps, 1974: 98)

Pri plemenu Kato, ki je živelo na severni kalifornijski obali, sta v stvariteljskem mitu glavno delo opravila dva moška bogova, Grom in Nagajčo. Bogova sta najprej ustvarila svet, na koncu pa še ljudi.

»Prvega človeka sta naredila iz zemlje in vanj dala travo, da mu je nastal želodec. Iz drugega svežnja trave sta mu napravila srce, potem sta uporabila okrogle ilovnate kose za jetra in ledvice ter trs za njegov sapnik. Nato sta zdrobila v prah rdeči kamen, ga zmešala z vodo in naredila kri. Ko sta vse sestavila skupaj, sta prijela eno izmed njegovih nog, jo odtrgala in spremenila v žensko.« (Miti in legende ameriških Indijancev, 1990: 22)

Mit plemena Kato je precej podoben zgodbi o stvarjenju človeka v Svetem pismu, saj tudi tu bogova žensko ustvarita iz že ustvarjenega moškega, iz dela njegovega telesa. Zato sklepamo, da so tudi pri plemenu Kato ženske imele manj vreden položaj v primerjavi z moškimi.

Pripadniki plemena Kato so živeli v vaseh, vsaka vas pa je imela svojega poglavarja, katerega dolžnost je bila svetovati ljudem. Odločali so moški. Ko so odločali o pomembnih zadevah, je poglavar sklical svet, ki so ga sestavljale starešine. Vsak izmed njih je izrazil svoje mnenje, poglavar pa je večinsko mnenje sprejel. Poglavarja je nasledil

⁶⁰ »Jezni soprog je sam plesal in držal v roki palico. Ko je prišel do bobna, je silovito udaril nanj, vrgel palico v zrak ali proti gruči moških in zavpil: 'Tamle je moja žena! Mečem jo proč! Kdor dobi to palico, jo lahko ima!' Možje so se izmikali, da bi se jih palica ne dotaknila /.../ Ker so se Šajeni zelo ozirali na javno mnenje, je bila ženska zaradi take ločitve hudo osramočena.« (Capps, 1974: 93)

njegov sin, če ga ni imel, so s splošnim soglasjem brez formalnih volitev člani sveta med seboj izbrali najprimernejšega kandidata za položaj poglavarja. (http://en.wikipedia.org/wiki/Kato_%28tribe%29#Social_organization, dostopno 10. 11. 2005)

Priljubljeno razvedrilo žensk je bilo zbiranje zgodaj zvečer in petje v zboru. Ena od najboljših pevk je vodila, dve drugi sta držali takt z udarjanjem dveh kosti. Moški pri petju niso sodelovali, so samo postavali in poslušali. (http://en.wikipedia.org/wiki/Kato_%28tribe%29#Social_organization, dostopno 10. 11. 2005)

Moški in ženska sta bila enakopravna pri poroki. Poroka je bila dogovorjena med fantom in dekletom brez posvetovanja s komerkoli drugim. Ko si je fant zagotovil dekletovo privolitev, je ponoči skrivaj spal z njo, zjutraj pa se je izmaknil stran. Skrivnost sta hranila, dokler je bilo mogoče, lahko celo več dni. Ko pa so drugi izvedeli za poroko, je moral bodoči mož sezidati svojo hišo. Sicer pa poroka ni bila nič lažja ali težja od ločitve, saj je lahko vsak od obeh partnerjev zapustil drugega iz kakršnega koli razloga. Mož je ob ločitvi obdržal sinove, žena pa hčerke. Otroci so bili enako upoštevanji, ne glede na to, ali so pripadali očetovski ali materinski strani. Rezultat morebitnega prešustva je bilo le prerokanje in mogoče tudi povabilo storilcu, da sklene trajno razmerje z novo ljubeznijo. (http://en.wikipedia.org/wiki/Kato_%28tribe%29#Social_organization, dostopno 10. 11. 2005)

Pleme Hopi so svoj obstoj pripisali dvema ženskima boginjama, Huruing Vuhti, ki je živela v oceanu na vzhodu in Huruing Vuhti, ki je živela na zahodu. Boginji sta živeli v oceanu, zato je voda izginila na vzhod in zahod, na vmesni zemlji sonce ni opazilo živih bitij. Zato je boginja z zahoda tisto z vzhoda povabila na obisk, da se o tem pogovorita. Boginji sta iz gline najprej ustvarili ptička, ki sta ga poslali, naj preleti zemljo, toda tudi on živih bitij ni opazil. Boginji sta potem ustvarili različne živali, in se slednjič odločili, da bosta ustvarili tudi ljudi.

»Huruing Vuhti z vzhoda je najprej iz gline napravila belo žensko, takoj za tem pa še belega moškega ter ju oživila. Potem je na dve plošči iz neke trde snovi – ne ve se, ali sta bili iz kamna ali gline – z leseno paličico narisala oba značaja ter ju izročila moškemu in ženski. Človeka nista vedela, kaj je na tablicah, zato je boginja najprej podrgnila svoje dlani ob dlani ženske, potem pa še ob dlani moškega, in kar naenkrat se je človeškima bitjema razjasnil njun pomen.« (Miti in legende ameriških Indijancev, 1990: 14, 15, 16)

Na zemlji pa je že prej živela tudi Pajkova žena, ki se je takrat, ki je ptič preletel pokrajino, skrila. Ko je slišala, da sta boginji ustvarili ljudi, je tudi sama iz gline ustvarila moškega in žensko.

»Vendar ju je naučila špansko ter jima napravila dva osla in par se je naselil nekje v njeni bližini. Pajkova ženska je še kar naprej na isti način ustvarjala ljudi in vsak par je naučila istega jezika. Toda nekemu moškemu je pozabila napraviti žensko in prav zato ostane dandanes vedno nekaj moških samskih.« (Miti in legende ameriških Indijancev, 1990: 14, 15, 16)

Za mit o stvarjenju človeka pri plemenu Hopi lahko domnevamo, da v določeni meri odraža vrednotenje odnosov med spoloma. Človeka, najprej žensko, sta namreč ustvarili ženski boginji. Kar nakazuje, da bi v plemenu Hopi glavno besedo lahko imele ženske.

Pleme Hopi je bilo organizirano v matrilinearne klane. Gospodinjstvo so sestavljale odrasle poročene sestre, njihovi možje in otroci, njihova mati, njen mož, neporočeni bratje. Identiteta posameznika je bila osredotočena v materinski skupini, matrilinealnem klanu in matrilokalnem domovanju. Moška rodbina se je štela kot podporna rodbina. Pripadniki plemena Hopi so se poročali med 20. in 25. letom in dvorjenje je bilo prepuščeno posamezniku. Med uradnim poročnim obredom so bodoči mož in njegovi moški sorodniki vezli poročno obleko, pas in bele mokasine za nevesto. Pri porodu so bile zraven le ženske, tete in sestre, šamana pa so poklicale le v nujnih primerih. Ko se je mož poročil, so otroci iz zakona postali člani ženinega klana. (<http://www.bigeye.com/sexeducation/hopi.html>; <http://en.wikipedia.org/wiki/Hopi>, dostopno 10. 11. 2005)

Obravnavali smo torej štiri različne mite o stvarjenju človeka štirih različnih ljudstev. Kot smo videli, so pri vikinškem mitu, kjer sta bila moški in ženska ustvarjena istočasno, bili tudi odnosi in razmerja med spoloma v družbi razmeroma enakopravni. V šajenskem mitu je moško božanstvo ustvarilo moškega in njegovo sestro, v družbi so vladali moški, vendar so tudi šajenske ženske bile spoštovane. Pri plemenu Kato sta moška bogova žensko ustvarila iz moškega, v družbi so vladali moški. Pri plemenu Hopi pa sta najprej žensko in potem moškega ustvarili ženski božanstvi, Hopi so imeli matrilinearno ureditev, kar nakazuje, da so pomembnejšo vlogo v družbi imele ženske.

Glede na izbrano definicijo mita, torej kot resničnosti, ki jo razlagamo s prepletajočimi se stališči, kot zgodbo, ki jo poznajo vsi člani družbe, in ki vsebuje praktična navodila za vodstvo človeka, lahko domnevamo, da je obstajala povezava med odnosi med spoloma v posameznih družbah in njihovih mitih o stvarjenju človeka.

Domnevamo lahko dve stvari: da so miti nastali potem, ko so bili odnosi med spoloma v družbah že izoblikovani in ukoreninjeni, in so tako miti odnose le odražali, ali pa, da so se na podlagi že obstoječih mitov oblikovali odnosi med spoloma, torej so miti konstruirali odnose med spoloma.

2. 2 »JE TREBA DELAT«

Kaj je moški? Moški je človek, ki dela. Z delom preživlja sebe, svojo ženo in njene otroke. Ženska je, nasprotno, človek, ki ne dela (ali pa dela samo tu in tam). (Esther Vilar: Dresirani moški, 1998: 10)

V tem poglavju diplomskega dela bomo obravnavali mit o delitvi dela po spolu. Kot smo omenili že na začetku, mit o delitvi dela po spolu predpostavlja, da je ženska lahko le gospodinja, posledično lahko iz tega izpeljemo trditev, da je moški zadolžen za ostala opravila, ki niso povezana z gospodinjenjem.⁶¹

Dokazovali bomo tezo, da tovrstna delitev dela ni univerzalna za vse družbe, in s primeri pokazali, da so v nekaterih družbah moški opravljali dela, ki so bila v drugih ali v sodobni družbi označena kot strogo ženska opravila, prav tako so marsikje ženske opravljale dela, ki so v drugih družbah bila določena kot moška dela. S tem bomo skušali razbiti stereotipe mita o tem, da so ženske lahko samo gospodinje, moški pa opravljajo 'težja' dela. Delitev dela v nekaterih neindustrijskih družbah bomo obravnavali skozi različne opredelitve: delo zunaj hiše, delo, povezano z domovanjem, gospodinjstvo, vzgoja otrok, telesna pripravljenost, vojskovanje, posledično pa tudi družbeni položaj in vladanje.

Delitev dela po spolu pa so poznale vse družbe.

»Vloge v tradicionalnih neindustrijskih družbah pogosto določa spol. Družbena pravila delitve dela o spolu najdemo povsod, čeprav se lahko od družbe do družbe precej

⁶¹ »Moški ne more biti gospodinja. Moški, ki pravi, da je gospodinja, je anomalija. Njegova trditev je na dejstveni ravni morebiti resnična: nemara res opravlja gospodinjstva dela in tudi sprejema odgovornost zanje. Na neki drugi ravni pa njegova trditev zveni nesmiselno ali popačeno. Postavlja se po robu družbenim navadam naše kulture.« (Oakley, 2000: 12)

spreminjajo; nekatere družbe pa delitve dela po spolu malone sploh nimajo.⁶² A celo tam, kjer delitve dela po spolu poznajo, ni stalnega pravila, po katerem opravljajo domača dela, moški pa ne: ekonomska in družbena struktura tradicionalnih družb ne omogoča jasnega razlikovanja med produktivnim delom, opravljenim v javnosti, in hišnim delom, opravljenim doma.» (Oakley, 2000: 22-23)

Ann Oakley (2000: 170) povzema antropologe in pravi, da je primarna funkcija mita v tem,

»da podpira obstoječi družbeni red. Mit ohranja konservativne družbene vrednote, časti tradicijo. Izraža in potrjuje vire kulturnih drž in vrednot in jih ne pojasnjuje in se ne sprašuje o njih. Pojmi, ki jih izraža mit, veljajo za svete – ljudje jih razumejo in prenašajo naprej kot svete – in prav s svojo svetostjo mit opravičuje trditev, da je ohranjanje status quo nadvse pomembna družbena naloga.«

Mit o delitvi dela po spolu, kot ga opredeli Oakleyeva (2000: 170), opisuje, »da je ženskam v družinski skupnosti odkazana domača vloga kot nekaj naravnega, univerzalnega in neizogibnega. Trdi, da so ženske v vseh družbah gospodinje po naravi in da morajo prevzeti to vlogo, če hoče družba preživeti.«

To določenost bomo z različnimi zgledi skušali preseči in naše preučevanje delitve dela po spolih začeli v paleolitiku in mezolitiku, ko so se ljudje preživljali kot lovci in nabiralci, čeprav popolnih odgovorov, kako so živeli v tistem obdobju, ne bomo vedeli nikoli.

V paleolitiku so bila opravila med spoloma razdeljena, ženske verjetno niso lovile,⁶³ ampak nabirale divje rastline, korenine in sadje, tiste, ki so ostale doma, so kuhale

⁶² Ann Oakley omenja Pigmejce ljudstva Mbuti v severovzhodnem Kongu, ki so največja skupina lovcev in nabiralcev v Afriki, in nimajo nobenih pravil o delitvi dela po spolu. »V praksi pa seveda ženske nabirajo gozdne sadeže, postavljajo koče, pripravljajo hrano in izdelujejo košare in mreže (za lov). Moški izdelujejo drugo lovsko opremo, blago iz lubja in nabirajo med. Ženske in moški lovijo skupaj. /.../ S to minimalno delitvijo dela po spolu Mbutiji poudarjajo, da so razlike med spoloma tudi na drugih življenjskih področjih zelo majhne. Vlogi matere in očeta nista ostro ločeni; ženske niso zgolj same ali vsaj v glavnem same odgovorne za vzgojo otrok.« (Oakley, 2000: 23)

⁶³ Desmond Morris (1970: 18) o vzrokih za ne – lov žensk piše: »Ženske so bile preveč zaposlene s skrbjo za otroke, da bi lahko imele kakšno večjo vlogo pri preganjanju in ulovu plena. S povečanjem zapletenosti lova in vse daljšimi roparskimi pohodi, je za lovca postalo zelo pomembno, da zapusti nomadski način svojih prednikov. Pojavila se je potreba za stalnim bivališčem, za domom, kamor se bo lovec vračal s plenom, kjer ga bodo čakali ženske in otroci, ki bodo z njim delili hrano. Ta korak /.../ je močno vplival na številne vidike vedenja celo najbolj razvitih golih opic današnjih dni.«

in pripravljale krzno ter usnje za oblačila. »Ko je bila proti koncu gornjepaleolitskega obdobja izumljena igla, je šivanje oblek verjetno postalo prav tako izključno ženski posel, kakor je pri Eskimih.« (Hawkes, 1967: 119)

Pri Eskimih⁶⁴ so poleg obleke med osebno lastnino moški prištevali lovsko orodje in kajak, ženske pa šivalno orodje in domače potrebščine (Škerlj, 1963: 230). Lahko bi dejali, da je veljal tipični mit o delitvi dela, moški so bili lovci, ženske gospodinje. Vendar so potrebovali eden drugega, moški je moral izdelati leseno ogrodje za svoj lovski kajak, žena narediti kožnato prevleko (Mead, 1971: 44). Poletje je eskimska družina prebila v kožnatem šotoru, ki ga je izdelala žena in je zato ostal njena last.

»Vendar pa mora mož poskrbeti, da ima žena na razpolago dovolj živalskih kož, iz katerih sešije šotor. Mož izdelata tudi leseno šotorsko ogrodje, ki ostane njegova lastnina. Prav tako izdelata mož koščene šivanke, ki jih žena potrebuje za šivanje, in iz lojevca izoblikuje leščerbo in lonec, v katerem žena pripravlja hrano. Vendar pa šivanke, leščerbe in lovec pripadajo samo ženi.« (Mead, 1971: 44-45)

Podobne ugotovitve glede postavljanja domovanja v afriških vaseh izpostavi Daryll Forde, ki opisuje postavljanje tabora:

»Postavljanje in vzdrževanje afriške vasi je žensko delo. Ovalne kočje sezidajo tesno skupaj v krogu okoli odprtega prostora, ki v premeru meri od petdeset do sto jardov. Okoli koč postavijo trdno ograjo iz trnja, ki zadržuje tako divje živali kakor sovražnike... Vsaka ženska ima svojo kočjo, ki jo sama sezida in vzdržuje ...« (Daryll Forde: Habitat, Economy and Society, navedeno v Oakley 2000: 185)

Moški pri Eskimih je bil lovec, odgovoren za hrano; debelost je pomenila uspeh, lepoto in bogastvo, uspešni lovci so imeli tudi več žena, ki so jih morali vzdrževati. Čeprav niso bile ženske ekonomsko nič manj pomembne od moških, so morale jesti ločeno od njih.⁶⁵ »In vendar so zakoni na splošno srečni, in če se je rodil sin, tudi trajni. Sin ima večjo ceno (to je precej značilno za lovsko družbo), ker bo skrbel za hrano, ko doraste. Tudi marsikatero deklico starši zaročijo, še preden se je rodila, in zato preživi morda tudi hudo lakoto.« (Škerlj, 1963: 230-231)

⁶⁴ »Sami sebe imenujejo Inuit, kar pomeni 'ljudje'. Ime Eskimo je indijanskega izvora. V naš jezik ga lahko prevedemo z izrazom 'jedci surovega mesa'. Vendar pa niso Indijanci ljudstvu Inuit rekli Eskimi, marveč so jih tako imenovali Evropejci.« (Mead, 1971: 45)

⁶⁵ Ženske jedo tisto, kar ostane; pes in ženska se označujeta z isto besedo – arnak. (Škerlj, 1963: 231)

Podobno je bilo mnogoženstvo značilno tudi za afriške Dahomejce.⁶⁶ Tudi pri njih je žena jedla ločeno od moža.

»Dasi mora žena jesti šele za možem, je vendar upoštevana. Značilno je mnogoženstvo; število žena se ravna po zmožnostih (bogastvu) moža. Kralj jih ima v svojem haremu več stotin, kmet le eno do tri. Jasno je, da je to mogoče le z umetnim znižanjem številčnega razmerja spolov v škodo moških; lahko računamo, da pridejo na vsakega moškega v Dahomeju tri ženske. Takšno nenaravno razmerje je nastalo zlasti z žrtvovanjem mož (posebno ob kraljevi smrti – na stotine!) in z ropom žen od drugih plemen; tudi trgovina s sužnji je pripomogla k izdatnemu padcu števila moških.« (Škerlj, 1963: 256)

Zato ne preseneča, da so bile Dahomejke redne pripadnice kraljeve vojske. Leta 1845 je dahomejsko vojsko sestavljalo 5000 žensk in 7000 moških. (Oakley, 2000: 184)

Iz omenjenega zglada lahko vidimo, da niso samo moški bojevniki. Pri Šajenih so se lahko fantje sami odločili, ali želijo biti bojevniki. »Sicer pa se je lahko fant sam odločil, ali sploh hoče postati bojevnik. Silili niso nikogar, in kdor ni hotel v boj, je enostavno oblekel žensko obleko. Še vedno se je udeleževal bojnih pohodov, vendar ni sodeloval v bitkah. Zato pa je zvečer ob tabornem ognju s pripovedovanjem zgodb kratkočasil druge.« (Mead, 1971: 69)

Sicer pa se je začela pri Šajenih vzgoja otrok skladno z mitom o delitvi dela zgodaj.

»Matere so svojim hčeram sešile majhne tapeje,⁶⁷ očetje so sinovom izdelali loke in puščice. Skupine otrok so čez dan taborile na samem. Dečki so se igrali lov na bizone in skušali upleniti kakšno manjšo žival, in deklice so jo nato skuhale. Poleg tega so dečki odhajali na namišljene bojne pohode ali pa so jih na vojno pošiljali dekleta, ki so jim potem ob vrnitvi priredile slavnostni sprejem kot se to pač zmagovalcem spodobi. Otroci so izredni natančno posnemali življenje odraslih.« (Mead, 1971: 67)

Podobno so otroke vzgajali tudi Eskimi. Dečke so učili vseh lovskih spretnosti, ribarjenja, postavljanja snežnih koč in grajenja kajaka. »Deček mora /.../ obvladati vse tiste spretnosti, ki odlikujejo odraslega moža. /.../ Eskimska deklica pa mora znati prav toliko kot ena odrasla Eskimka. Nauči se strojenja kože, šivanja oblek, šotorov in prevlek za čolne, zna kuhati, pripravljati hrano in ravnati z otroki. V sili pa mora znati postaviti tudi vse tisto, kar je sicer naloga moža.« (Mead, 1971: 44)

Lovci so bili moški, vseeno pa najdemo tudi nasproten zgled. Gre za ljudstvo Aboriginov iz Tasmanije, kjer so lov na živali opravljale ženske:

⁶⁶ Dahomejci so bili prebivalci afriškega kraljestva Dahomej, ki je nastalo v 17. stoletju, in se danes imenuje Benin. (<http://www.en.wikipedia.org/wiki/Dahomey>, 10. 11. 2005)

⁶⁷ Koničasti, s kožami pokriti šotori. (Mead, 1971: 57)

*»To ljudstvo je ženskam svoje skupnosti prepustilo lov na tjulenje, ribolov in lov na oposume. Še zlasti zahtevno in nevarno opravilo je bil lov na oposume. Pregarjani oposum se je skrival v luknjo razpadajoče veje na vrhu gladkega debela gumijevca: ženska je morala splezati na drevo, pri čemer je uporabila le vrv in oster kamen ali sekirico, se nato splaziti po veji, izbežati oposuma iz skrivališča in ga vreči na tla. Po poročilih je to delo zlahka opravila zdrava ženska, 'tista pa, ki ni bila zdrava... se ni mogla kaj dosti dvigniti od tal, tako da za plezanje na velikanski gumijevac bržkone ni bila potrebna le spretnost, temveč tudi precejšnja telesna moč'.« (iz knjige Roth: *The Aborigenes of Tasmania*, stran 100, navedeno v Oakley, 2000: 184)*

Opravila med Nueri so bila prav tako razdeljena po spolu. Ker so bili Nueri poljedelsko in živinorejsko ljudstvo, je bila njihova najpomembnejša žival krava, ki so jo cenili po mlečnosti. Dvakrat na dan so krave lahko molzle le ženske, dekleta in neinicirani fantje. »Moškim je prepovedano molsti krave, razen kadar ni ženska ali fantov, na primer na potovanju ali bojnem pohodu«. (Evans – Pritchard, 1993: 38) Iz tega bi lahko sklepali, da so imele ženska posebno, pomembno vlogo v življenju Nuerov. Vendar so imele ženske in otroci nižji položaj kakor moški. Kot piše Evans – Pritchard (1993: 207), so ženske pri Nuerih včasih zaslovele kot prerokinje ali vračarice, vendar pa v javnih zadevah niso imele vodilne vloge. Kljub temu pa so pri Nuerih »razmerja med spoloma in med možem in ženo pravičnejša in ženske imajo več pravic kakor pri kateremkoli drugem južnosudanskem plemenu, kar sem jih obiskal. Kljub temu so podrejene moškim: hčerke očetom in žene možem.« (Evans – Pritchard, 1993: 207)

V omenjenih primerih smo videli, da so se otroci svojih nalog naučili od svojih staršev; za otroke sta torej skrbela oba starša. Vendar pri vseh ljudstvih ni bilo tako. V večini primerov je namreč veljajo, da je bila skrb za otroke izključno žensko opravilo.

So pa seveda bile izjeme. Tako Lévi – Strauss (1985: 76, 77) opisuje pleme Muria iz osrednje Indije, kjer je poroka nujna zaradi delitve dela med spoloma.

»Seveda ženske v vseh človeških združbah rojevajo otroke, jih hranijo in zanje skrbijo, medtem ko se moški ukvarjajo z lovom in vojno. Vendar pa niti ta, na videz naravna razdelitev nalog, ni vselej jasna: moški ne rojevajo, vendar pa se morajo v družbah, kjer je v navadi kuvada, obnašati tako, kakor da to počnejo. Velika razlika je med očetom iz plemena Nambikwara, ki nežno bedi nad svojim dojenčkom, ga osnaži, kadar se ponečedi; in evropskim plemičem, ki so mu, v še ne tako zelo davnih časih, ceremonialno privedli otroke, ki so jih za nekaj trenutkov odpeljali od ženskih prostorov, kjer so jih imeli zaprte, dokler niso bili dovolj stari, da so se lahko učili ježe in mečevanja.« (Lévi – Strauss, 1985: 76, 77)

Če torej očetje v plemenu Nambikwara skrbijo za otroke in za dom, ženske pripadnice plemena tega ne počnejo. Nasprotno,

»mlade priležnice poglavarja Numbikwarov zaničujejo hišna dela in raje spremljajo soproga na njegovih pustolovskih odpravah. Čisto mogoče je, da je bil tak običaj, ki so ga opazili pri drugih južnoameriških plemenih, pri katerih je posebna kategorija žensk, na pol kurtizan in na pol služabnic, ki so ostale samske in šle z moškimi v vojno, vir legende o Amazonkah.«⁶⁸ (Lévi – Strauss, 1985: 76, 77)

Življenje v skupini je v paleolitiku zahtevalo tudi vodstvo. Ko so določali vodstvo svoje lovske skupine, so člani dali prednost starejšim ljudem, morda so celo starejše ženske imele

»prav toliko oblasti in so uživale enako spoštovanje kakor stari očetje, če drže dokazi v prid matrilokalnega in matrilokalnega sistema zakonske zveze in rodovnika. Prav tako ni izključeno, da so bile ženske med voditelji pri obrednem življenju; prizori, upodobljeni na mezolitskih skalnih risbah v vzhodni Španiji, vsekakor kažejo ženske, ki igrajo pomembno vlogo pri plesih in drugih obredih.« (Hawkes, 1967: 120)

V neolitiku je imela ženska visok družbeni položaj, prevladovalo je materinsko pravo in sistem klana, zemljo so na splošno dedovali po materinem rodu (Hawkes, 1967: 254). »V resnici se vsiljuje prepričanje, da so najzgodnejše neolitske družbe ves čas in na vsem svojem prostoru dajale ženski najvišji družbeni položaj, ki ga je kdaj poznala. Idealno ji je ustrezal ta način življenja, njegove vrednote in spretnosti, ki jih je zahteval.« (Hawkes, 1967: 254)

Tudi pozneje so pri različnih kulturah na imele vodstvenih položajih ženske pomembno vlogo. Tako so že Polinezijci imeli kralje in kraljice božanskega izvora, kar jih je ločevalo od drugih, bili so 'tabu', nedotakljivi. (Škerlj, 1963: 248)

»V vsem velikanskem pacifiškem prostoru so edino Polinezijci prišli v družbenem razvoju do državnih tvorb, zvez več otokov pod enim kraljem (ali kraljico), ki so mu bili podložni knezi ali podkralji z drugih otokov. Vendar je kralju pri vladanju pomagal še svet starešin, 'fono', nekakšna skupščina. Razen moških klubov so poznali tam tudi ženske ali celo mešane, to dokazuje (poleg drugega) veliko boljši družbeni položaj ženske, kakor ga

⁶⁸ »Pravijo, da je zahodno od Libije in na mejah naseljenega sveta obstajalo ljudstvo, pri katerem so ženske izvrševale oblast in ki je živelo drugače kakor mi. Pri njih je res veljalo pravilo, da so se ženske res vojskovale in določen čas opravljale vojaško službo, medtem pa ostale device. Ko pa se je aktivna služba končala, so imele spolne odnose z moškimi, da bi rodile otroke, vendar pa so one opravljale uradniške posle in upravljale skupne zadeve. Moški pa so, narobe, kakor poročene ženske pri nas ostajali doma in izvrševali ukaze, ki so jim jih dajale soproge. Nobene vloge niso imeli v vojski, niso opravljali uradniških služb in na skupščini niso mogli govoriti o državnih zadevah, saj bi zaradi te pravice utegnili postati domišljavi in se upreti ženskam. Dojenčke so po rojstvu zaupali moškimi, ki so jih hranili z mlekom in vsem, kar je primerno za majhne otroke. Kadar pa je dete bilo deklica, so ji izžgale dojke, da se med adolescenco ne bi mogle razviti: mislile so namreč, da bi jih razvite prsi motile v boju. Sicer pa jim Grki pravijo Amazonke, ker so brez prsi.« (Diodor Sicilski, navedeno v Rotar, 1987: 85)

je imela recimo v klasični Grčiji ali v evropskem fevdalnem srednjem veku.» (Škerlj, 1963: 248)

Podobno je bilo tudi v Mikroneziji, kjer so imeli razredno, hierarhično družbo, »ponekod je najti razen moških tudi ženske poglavarje, to tudi pri Mikronezijcih dokazuje družbeno vlogo ženske.« (Škerlj, 1963: 248)

Ženska je imela pomembno družbeno vlogo tudi pri Irokezih. Avtoriteta je bila iz ljudstva, »družina je bila potomstvo žene in njenih ženskih potomcev. Nižje enote so odstopile del svoje avtonomije višji družbeni enoti; ustanovitev višje enote je vsebovala nove pravice in dolžnosti, ukoreninjene v pravicah in dolžnostih nižje enote. /.../ Volitve so bile organizirane demokratsko in ženske (matere) so imele nanje odločilen vpliv; tako so morali biti tudi poglavarji potrjeni po volitvah.« (Škerlj, 1963: 288)

Omenimo še strukturo družbe in vladavino pri plemenu Ganda, ki je živelo na severnem bregu Viktorijinega jezera v Afriki. Družba je bila razdeljena v tri glavne razrede: kraljevo družino, svobodnjake in sužnje. Kralj, ki je bil absoluten monarh božanskega izvora, je delil zemljo med podložnike. Kraljevi harem je obsegal na stotine žen, poleg kralja sta bili poglavitni osebi na dvoru kraljeva mati in sestra. Za pleme Ganda je bilo značilno, čeprav so ga izvajali le ob redkih priložnostih, žrtvovanje skoraj izključno moških pripadnikov plemena. (Škerlj, 1963: 258)

Naslednje področje, na katerem se je uveljavilo prepričanje, da gre za moška opravila, je delo na polju. Vendar so, kot pravi Oakleyjeva (2000: 186), v večjem delu sveta, zlasti v Afriki, »zemljo v glavnem ali (pogosto) izključno obdelovale ženske.«

V Burundiju ljudje niso menili, da so moški močnejši, prav nasprotno, strinjajo se, »da med spoloma obstajajo stereotipne razlike v telesu in duši. Predvsem verjamejo, da so ženske že po naravi bolj primerne za telesno delo kakor moški. Na poljih delajo bolje in dlje od moških... Tako moški kakor ženske poudarjajo, da so ženske kakor ustvarjene za delo...« (iz knjige Ethel M. Albert Women in Burundi, navedeno v Oakley, 2000: 187)

Oakleyjeva povzema pripovedovanje Albertove o Burundijcih:

*»... so se sprijaznili z mislijo, da se je moja dežela zapletla v vse mogoče nesmiselne prakse. Navadno so bili obzirno strpni, ko pa sem jim povedala, da v moji deželi težko delo opravljajo moški... niso prikrivali neodobravanja. Trdili so, da je to napaka. Vsakdo ve, da moški že **po naravi** niso primerni za težko delo... Moški pijejo preveč in jedo premalo, da bi lahko ostali pri močeh; so bolj napeti in preveč hodijo okoli, da bi lahko razvili delovne navade ali pa mišice, ki so potrebne za delo na polju. Poudarila je, da ta prepričanja Afričanov temeljijo na opazovanju dejanskega vedenja ljudi, ki sicer živijo v 'staroverski patriarhalni fevdalni kraljevini, v kateri še nikoli nihče ni slišal za*

enakost med spoloma.'« (iz knjige Ethel M. Albert: The Roles of Women, navedeno v Oakley, 2000: 188)

Nasprotno pa je bilo pri Egipčanih. Tam so polja ob reki Nil obdelovali v glavnem moški. Njihova setev je bila nekoliko drugačna, kot jo poznamo mi; najprej so namreč sejali in šele potem orali. Orali so s kravami, nikoli voli, te so čuvali za pogrebe, ko so vlekli težke sarkofage. Sejali in orali so v glavnem moški, opravilo pa je običajno zahtevalo dve osebi. Prvi orač je držal plug, drugi vodil vprego. To vlogo je včasih opravljal tudi ženska (Montet, 1979: 109-110). Pri žetvi pa so sodelovali tako moški kot ženske. Moški so želi s srpom s kratkim ročajem, za žanjci pa so šle ženske, ki so zbirale klasje v košare. Včasih so ženske nosile tudi skledo, v katero so pobirale po tleh razsuto zrnje. (Montet, 1979: 114)

Izjema od pravila, da mož obdeluje polje, so bili Puebli, kjer je bila

»žena – mati središče družine in tudi lastnica hiše in uporabnica od komune dodeljenega polja. Mož se torej priženi v hišo in družino ženine matere če bi se izkazal kot slab mož, bodisi da je len, da pijančuje, ali če sicer ne ugaja svoji tašči, se lahko zgodi, da najde nekega večera, ko se je vrnil s poljskega dela, svoje sandale in drugo skromno osebno imetje na pragu hiše; to pomeni, da se lahko vrne v hišo svoje matere.« (Škerlj, 1963: 291)

Videli smo torej, da ni enotnega, univerzalnega pravila, kateri spol mora opravljati katero delo, tako kot pravi Lévi – Strauss (1985: 77):

»Bororojske ženske obdelujejo zemljo, pri Zunijih pa jo obdelujejo moški; postavljanje hiš ali zavetij, lončarstvo, tkalstvo, pletenje košar, so naloge, ki jih, odvisno od plemena, zaupajo enemu ali drugemu spolu. Potemtakem moramo ločevati dejstvo delitve dela, ki je praktično univerzalno, od modalnosti, po katerih tod in drugod delijo naloge med spola.«

S tem lahko sprejmemo tudi našo drugo tezo, ki pravi, da ni izključno moškega ali ženskega kulturnega opravila, in da lahko pripadniki obeh spolov opravljajo vsako kulturno določeno delo.⁶⁹

⁶⁹ Pri tem imamo seveda v mislih različna opravila, ki jih opravljajo moški in ženske; opravil, ki so povezana z reprodukcijo človeka, torej rojevanje in dojenje otrok, pa ne moremo obravnavati, ker so moški v tem primeru prikrajšani. Lahko sicer vzgajajo otroka, a to je že družbena vloga, medtem ko rojevanje in dojenje strogo gledano spada med biološki del, čeprav smo že prej zapisali, da razlike med biološkim in družbenim spolom ni.

3 MEDIJSKA KONSTRUKCIJA REALNOSTI IN SPOLNE IDENTITETE

Množična občila s kamerami, magnetofoni in mikrofoni, fotografskimi aparati in računalniki razdrobljene delce kaotičnega sveta sestavljajo v celoti – v prostor za nas. Nikamor nam ni treba iti, ni se nam treba premikati, kar sedimo lahko v fotelju pred ekranom, pa kljub temu vsak dan kot da obhodimo zemeljsko oblo. Vidimo dežele, v katerih nismo bili in kamor ne bomo nikoli šli. Opazujemo življenja živali, rastlin in mineralov, ki našemu očesu ne bodo nikoli dostopna. Gledamo srečanja državnikov na vrhu, poslušamo papeža, medijske zvezde se slačijo pred našimi očmi ... Vesolje se krči v prostor, ki ga obvladamo.

(Manca Košir: Čas množičnih občil, 2003: 187)

V tem poglavju se bomo osredotočili na množična občila. Ugotavljali bomo, kakšno vlogo imajo v oblikovanju spolne identitete, v drugem delu pa bomo analizirali nekatere slovenske 'moške' in 'ženske' revije.

V današnjemu »času množičnih občil⁷⁰« (Košir, 2003: 187) so prav slednja in njihove ideje in vzori »pomembne /.../ za našo spolno določitev« (Erjavec, 2005: 274). S pomočjo množičnih občil se opredeljujemo, prepoznavamo sebe, pa tudi druge, čeprav nam lahko »medijsko ponujene ideje in vzori ponujajo tudi napačen vtis normalnosti in samoumevnosti.« (Erjavec, 2005: 274)

⁷⁰ O tem, da »živimo v času, ko nastopa silna ekspanzija 'javnih medijev', sredstev komuniciranja, množičnih občil, pa naj gre za tisk, film, radio, televizijo ali še kako drugo obliko obveščanja«, je pisal že Južnič (1989: 145) pred skoraj dvajsetimi leti. V tem času je število dostopnih množičnih občil naraslo, povečalo se je število radijskih in televizijskih postaj, časopisov in revij, sredstvo javnega sporočanja je postal tudi svetovni splet – internet.

Množična občila proizvajajo, reproducirajo in distribuirajo znanje v najširšem pomenu skupine simbolov, ki imajo pomembno referenco k izkušnji družbenega sveta (McQuail, 1987: 51). Pravzaprav konstruirajo realnost,⁷¹ in kot pojasnjuje Ines Drame (1992: 852), pri tej konstrukciji ločimo procese konstrukcije medijske realnosti⁷² in procese medijske konstrukcije realnosti.

»Konstrukcija medijske realnosti zajema /.../ procese, ki se dogajajo med nosilci te realnosti, med ljudmi, ki vstopajo v to realnost v vlogi virov informacij, novinarjev in naslovnikov /.../ Medijska konstrukcija realnosti obsega to, kar se dogaja na relaciji znotraj – zunaj. Zadeva umeščanje medijske realnosti v svet vsakdanjega življenja, procese 'učinkovanja' medijskih vsebin na individualno percepcijo družbene realnosti.« (Drame, 1992: 852)

Podobno trdi tudi Breda Luthar (1998: 7), da je »pozitivistično predpostavko, da mediji odražajo družbeni svet ali pa bi ga morali čim bolj resnicoljubno odražati, v družbeni teoriji popolnoma izpodrinilo stališče, ki pravi, da je svet (so)konstruiran glede na medijske reprezentacije. Reprezentacija⁷³ je konstitutivna za dogodek, njegov pomen se oblikuje in utrdi šele skozi reprezentacijo⁷⁴«. Kot pravi Stuart Hall (2004: 35) »/r/eprezentacija povezuje pomen in jezik s kulturo.«

Reprezentacija spolne identitete,⁷⁵ moškega in ženske, poteka skozi množična občila, in tudi zaradi tega »/s/polna identiteta ne odseva družbene realnosti, temveč se konstruira v jeziku« (Erjavec 2005: 282). Družbena realnost ne obstaja izven jezika, stvari

⁷¹ »Vsaka realnost je družbena in je hkrati družbeno konstruirana. Težko pa bi rekli, da je vsaka realnost medijsko konstruirana ali da je vsaka realnost tudi medijska realnost.« (Drame, 1992: 849)

⁷² »Medijska stvarnost je sanjska konstrukcija, ki spodbuja beg iz vsakdanjega konkretnega življenja, vodi proč od odgovornosti, stran od realnih medsebojnih odnosov.« (Košir, 2003: 188)

⁷³ »Reprezentacija je ključni del procesa, v katerem člani iste kulture proizvajajo pomene in si jih izmenjujejo. Vključuje uporabo jezika, znakov in podob, ki štejejo za stvari ali jih predstavljajo.« (Hall, 2004: 35)

⁷⁴ Pri reprezentacijah »govorimo o subjektivaciji namesto o identifikaciji. Subjektivacija zajema dosti globlji proces prepoznavanja subjekta v manku reprezentacije, ki ga zastopa neka točka, ki izstopa na primer v medijskem oglasu kot reprezentaciji.« (Hrženjak, 2002: 15)

⁷⁵ »Zgodnje feministične analize o spolnih reprezentacijah so izhajale iz 'realistične' predpostavke, da je reprezentacija *neposreden izraz družbene realnosti* in/ali resnične izkrivljenosti realnosti. Na primer reprezentacije žensk odražajo moški odnos in ustvarjajo popačeno sliko o 'dejanskih' ženskah. /.../ Kasneje so študije reprezentacije spolov pod vplivom poststrukturalizma spremenile perspektivo in danes obravnavajo reprezentacije kot kulturne konstrukcije in ne odraz resničnega sveta. S tega vidika je 'resnično' vedno že reprezentacija.« (Švab, 2002: 207)

pa nimajo določenega pomena same na sebi, saj so pojavom v različnih jezikih⁷⁶ in diskurzih⁷⁷ istega jezika pripisani različni pomeni, ki se spreminjajo (Erjavec, 2005: 282). »Sleherni diskurz oziroma družbena raba jezika namreč odseva odnose moči v družbi, določa identitete akterjev, družbene vloge, definira probleme ipd.« (Fairclough, navedeno v Kamin, 2004: 7)

Vendar vsi diskurzi »nimajo enake moči, ta je namreč odvisna od prevladujočega sistema pomenov in družbene prakse. V družbi poteka nenehni boj o tem, kateri pomen bo prevladal.« (Erjavec, 2005: 283)

Obstajajo različni diskurzi, ki »posameznikom ponujajo različne oblike ali položaje subjektivitete. Za žensko je to npr. položaj karierno uspešne ženske, ljubeče žene in matere ali žrtve patriarhalne družbene strukture« (Erjavec, 2005: 283). S svojo ponudbo pa diskurzi učinkujejo na posameznike, in sicer tako, »da posamezniki sprejmejo te oblike subjektivitete in s tem vrednote in pomene ter delujejo v skladu z njimi. /.../ To je način, kako deluje ideologija.⁷⁸« (Erjavec, 2005: 283)

»Pojem diskurza je sam po sebi nujno povezan z ideologijo, saj je, kot pravi Škiljan, 'diskurz že po definiciji kolektivni fenomen in svoj kolektivni značaj pridobiva izključno skozi medosebno komunikacijo, ki je najbolj učinkovito realizirana prav v jezikovni dejavnosti' (Škiljan, 1996: 17), ta pa je tudi že prizorišče ideologizacije. Ideologija se torej ne realizira v jeziku kot sistemu, ampak v konkretnih jezikovnih uporabah, torej v diskurzu.« (Čepič, Vogrinčič, 2003: 317)

Množična občila zaradi svoje prisotnosti in množičnosti postajajo »pomembni /.../ socializatorji« (Južnič, 1989: 145), pomembni dejavniki socializacije, procesa vpeljevanja v objektivni svet človeške družbe. »Ko kot posamezniki vstopamo v družbo, se učimo – tako dekleta kot fantje – biti ženske in moški. Soočamo se z različnimi subjektivnimi položaji, ki nam jih ponuja naša družba, in tako razvijamo koncepte moškosti in ženskosti.« (Lacan, navedeno v Erjavec, 2005: 283)

⁷⁶ »Jezik je družbeno ustvarjen simbolni sistem. Ta simbolni sistem oz. red obstaja v obliki družbeno in zgodovinsko določenih diskurzov in je ustvarjen s strani legitimnih družbenih institucij (sem spadajo npr. zakoni, družina, izobraževalni sistem in cerkev).« (Erjavec, 2005: 282)

⁷⁷ »Diskurz ni jezikovna izbira posameznika, /.../ ampak (mora) v izogib sankcijam upošteva(ti) cel kup regularnosti in navodil iz širšega konteksta družbenega življenja, ki – največkrat nevidna – delujejo v ozadju in jih ponotranjimo v procesu socializacije. Diskurz je torej vedno socialno pogojen.« (Čepič, Vogrinčič, 2003: 314)

⁷⁸ »Diskurzi delujejo ideološko, ko tipi praks in tipi diskurzov delujejo v smeri nevtralizacije, z namenom vzdrževanja neenakih odnosov moči.« (Fairclough, navedeno v Kamin, 2004: 93)

Kot dejavniki socializacije imajo množična občila pomembno vlogo v razvoju spolnih identitet, »/s/o družbena instanca, katere namen je, da predstavlja sliko sveta in s tem tudi sliko o ženskah in moških, o ženskosti in moškosti. Mediji nam ponujajo sliko o tem, kaj je biti moški in kaj ženska.« (Davies, navedeno v Erjavec, 2005: 283)

»Identiteta posameznika tako ni v obnašanju, niti v reakciji drugih na obnašanje, temveč v možnosti vzdrževati specifično pripoved, naracijo. Ta naracija samoidentitete mora biti oblikovana, spreminjana, reflektivno vzdrževana. Posameznik integrira informacije iz različnih posredovanih izkustev z lokalnimi neposrednimi izkustvi. Celo spolna identiteta ali telesni režim postane stvar množičnih opcij, telo pa neposredno relevantno za identiteto, ki jo promovira posameznik. Individualizirano oblikovanje identitete se razširi tudi z blagovne porabe na tekstualno. Diferencirana poraba je pomembna kot naracijska oblika, ki jo ponuja poraba dobrin, saj predlaga modele za konstrukcijo pripovedi o jazu. Del tega procesa je tudi poraba medijskih vsebin. Prek medijev posredovano izkustvo vpliva na samoidentiteto in organizacijo socialnega življenja. Samoidentiteta in socialno življenje postajata v medijih vedno bolj prepletena.« (Luthar, 1998: 71)

»Vloga medijev pri določitvi spolne identitete ni vnaprej določena, saj lahko posredujejo tradicionalne spolne identitete ali pa podpirajo njihovo spremembo« (Erjavec, 2005: 288). Erjavčeva (2005: 284) zato postavi dve ključni vprašanji: »Kakšne slike moških in ženskih likov reprezentirajo mediji?⁷⁹ Kaj medijski uporabniki počno s temi slikami?«, odgovore nanju pa ponujajo različne raziskave o povezavi med spolno identiteto in množičnimi občili.⁸⁰ Kot pravi Erjavčeva (2005: 284), so se z obravnavo omenjene povezave do nedavnega ukvarjale samo znanstvenice, v zadnjem času pa »opazimo povečano pozornost moških za preučevanje odnosa med spolom in mediji«. Avtorica preučevanje omenjenega odnosa členi v tri faze: slike žensk v medijih in zahteve po realističnih predstavah, mediji kot oblikovalci spolnih identitet in medijski uporabnik kot oblikovalec pomenov.

Prva faza zajema 70. leta prejšnjega stoletja, ko so bile »stereotipne predstavitve žensk v medijih in različne oblike diskriminacije močno kritizirane. Posledice tega so bile zahteve po realističnem predstavljanju žensk⁸¹« (Erjavec, 2005: 284). Težava je bila že v

⁷⁹ »Čeprav sodobni mediji ne posredujejo več le skrajnih spolnih pozicij, natančna besedilna analiza pokaže, da v medijih prevladujejo tradicionalni, dihotomni prikazi spola.« (Erjavec, 2005: 284)

⁸⁰ Ob tem opozarjamo, da gre za raziskave odnosa med množičnimi občili in ženskami, manj so se znanstveniki osredotočili na moško občinstvo.

⁸¹ »Končni smoter tovrstnih vsebinskih analiz je bil primerjava podobe žensk, kakršno slikajo mediji, s tako imenovano 'realno' podobo. Iz te primerjave je seveda izhajala ugotovitev, da mediji nerealistično

opredelitvi realistične predstave ženske, »saj različne ženske živijo v različnih življenjskih pogojih« (Erjavec, 2005: 284). Drugo težavo predstavlja sprejetje predpostavke, da *»mediji zrcalijo svet. K temu spada tudi naivno razumevanje medijske recepcije, ki je povezano s to zahtevo /.../ saj temelji na prepričanju, da so medijske vsebine enopomenske in da imajo na bralke takojšen in univerzalno enak učinek. Ta koncept tudi ni pojasnil, kako mediji posredujejo določene interpretacije in identitete ter ni upošteval aktivne vloge uporabnic medijev pri produkciji pomena.«* (Erjavec, 2005: 285)

Druga faza, faza medijev kot oblikovalcev spolnih identitet, obravnava vprašanje produkcije spolnega pomena v filmu (Erjavec, 2005: 285). Mnoge raziskovalke, ki so preučevale film, so se uprle na dela psihoanalitika Jacquesa Lacana, in v 80. letih prejšnjega stoletja se je »oblikovala feministična teorija, ki je temeljila na Lacanovem konceptu psihičnega razvoja spolne identitete v povezavi z nezavednim in jezikom« (Lauret, navedeno v Erjavec, 2005: 285). Laura Mulvey je v feministično filmsko teorijo uvedla nov vidik, moški pogled. Izhajala je iz prepričanja, da kamera usmerja pogled gledalk, s tem pa ženske dobijo samo moško perspektivo. »To ustreza družbeni delitvi vlog, ki je povezana z delitvijo na aktivno moško in pasivno žensko gledanje« (Erjavec, 2005: 285). Erjavčeva tudi tu izpostavi probleme, ki jih je odprlo preučevanje odnosa med filmi in konstrukcijo spolne identitete, saj »je avtorica pustila odprto vprašanje, zakaj ženske gledajo 'moške' filme in pri tem uživajo. /.../ v zadnjem času pa lahko zasledimo vedno pogostejšo erotično predstavljanje moškega telesa. Na slikah so moški lahko tudi objekt ženskih pogledov« (Erjavec, 2005: 286). Kritika koncepta medijev kot oblikovalcev spolnih identitet je v tem, »da ni obravnaval medijskega sprejemnika v realnem zgodovinskem, političnem in družbenem kontekstu.« (Erjavec, 2005: 286)

Tretja faza raziskovanja odnosov med množičnimi občili in spolno identiteto postavlja v ospredje proces recepcije, »pozornost je namenjena povezavi med položajem subjekta, ki ga besedilo ponuja, in položajem subjekta, ki ga gledalka sprejema in ustvarja« (Erjavec, 2005: 286). Erjavčeva predstavi štiri študije preučevanja odnosa med položajema: analizo skupine ameriških žensk, ki so redno kupovale ljubezenske romane, analizo limonadnic, eno redkih študij povezave med medijsko potrošnjo moških in spolno identiteto, ter vlogo medijev pri spolni razvrstitvi otrok. (Erjavec, 2005: 286-289)

Skupino ameriških bralk ljubezenskih romanov je analizirala Janice Radway, ki je s poglobljenimi intervjuji ugotovila, da je branje ljubezenskih romanov pomembno družbeno

upodabljajo ženske tako po kvantiteti (ženske populacije je 51 odstotkov človeštva) kakor po njihovem dejanskem prispevku v vseh sferah družbenega in kulturnega življenja.« (Hrženjak, 2002: 14)

dejanje, ki bralkam ponuja določeno neodvisnost. Radwayeva pravi, »da je navdušenje nad ljubezenskimi romani paradoksalno, saj ženske, ki v patriarhalnem zakonu ne zadovoljijo svoje potrebe, berejo zgodbe, ki v ritualizirani obliki prebujajo te potrebe.« (Erjavec, 2005: 287)

Druga študija, ki jo omenja Erjavčeva, je študija limonadnic, v središču katerih je zasebno življenje ljudi, njihove težave in usode, akcije je v limonadnicah zelo malo, prevladujejo pogovori. Ien Ang je analizirala pisma gledalk serije Dallas in ugotovila, da privrženci serije težko utemeljijo navdušenje nad njo, lažje pa predstavijo svoje nestrinjanje s serijo njeni nasprotniki. »Zadovoljstvo ob gledanju je povezano z ironičnodistančno držo bralk, ki omogoča, da gledalke izživijo svoja čustva. /.../ /limonadnice s svojim težiščem na 'tragični strukturi občutkov' ne ponujajo možnosti za spremembo, ampak ujamejo ženske v patriarhalne odnose.« (Erjavec, 2005: 287-288)

Eno redkih študij povezave med medijsko potrošnjo moških in spolno identiteto je opravila Valerie Walkerdine, ki se je osredotočila na film Rocky, ki po njenem ponuja »eskapistične fantazije, tj. imaginarno izpolnitev starih sanj članov delavskega razreda, da bi vstopili v srednji meščanski razred« (Erjavec, 2005: 288). Napredovanje je lahko povezano s telesom, in sicer pri moških z odličnimi športnimi rezultati, pri ženskah z lepotnimi tekmovanji, drugi način pa je z izobraževanjem.

»V filmu Rocky je boksarski boj predstavljen kot edina možna pot preživetja. V moškem delavskem vsakdanu je nujnost boja povezana z vlogo moškega kot zaščitnika ženske. /.../ V. Walkerdine želi s temi primeri 'iz življenja' pokazati, da gledalec ob gledanju tega filma poveže fantazijsko področje filma in svoje sanje. Rocky je tako 'učinkovit' zato, ker gledalcem omogoča, da iz svoje 'psihične realnosti', v kateri so bolečine, izgube in želje, pobegnejo. To fantazijsko področje pa ni le izraz zatiranosti, temveč tudi področje upanja.« (Erjavec, 2005: 288)

Množična občila so pomembna tudi v

»'pravilni' spolni razvrstitvi otrok /.../ Da otroci sprejemajo tradicionalne oblike ženskosti in moškosti, ni odvisno le od posameznikove naklonjenosti do določenega spola, temveč od diskurzivnih praks naše družbe, s pomočjo katerih so vsi ljudje uvrščeni med ali moške ali ženske.« (Erjavec, 2005: 288)

Množična občila pa lahko ponujajo tudi alternativne diskurzivne prakse. Bronwyn Davies je analizirala spolno diferenciacijo avstralskih predšolskih otrok, s katerimi se je igrala in pogovarjala potem, ko jim je pripovedovala feministične pravljice. Ugotovila je, da že otroci izoblikujejo pogled na moškost in ženskost. »Sicer še ne sprejmejo povsem prevladujoče družbene ureditve, ampak se nahajajo v procesu učenja 'pravilnega' jezika,

'pravilnega' obnašanja' in 'pravilne' osebnosti. Pokazalo se je tudi, da v zgodbah o junakinjah fantje ne razberejo spola, temveč jih zanima junaštvo kot tako.« (Erjavec, 2005: 289)

3.1 NAMEN, METODA IN VZOREC ANALIZE

»Žal ni nikoli spal z žensko, katere slika se je pojavila na straneh modnega časopisa ali revije (minus dve točki), in če je bil popolnoma odkrit (in pri reševanju vprašalnikov v revijah se ne laže, kar je bilo v Willovem primeru pravzaprav edini zametek etičnega prepričanja), še vedno je verjel, da je hiter avto ključ do uspeha pri ženskah (minus dve točki). Kljub temu je zbral ... Šestinšestdeset točk! Glede na vprašalnik je bil hladen kot špricer. Suhi led! Ledena gora! Umrl bo zaradi podhladitve! Will sicer ni vedel, koliko lahko verjame vprašalnikom, a ni si mogel privoščiti, da bi se poglobljaj v to. Uvrstitev v kategorijo kot špricer hladnega frajerja po merilih moške revije je bilo za Willa še najbližje nekakšnemu dosežku. Hladen kot špricer. Si lahko še večji frajer? Zaprl je revijo in jo položil na kup podobnih, ki jih je hranil v kopalnici. Will ni obdržal vseh revij, ki jih je kupil, preveč jih je bilo, toda te ne bo še prav kmalu vrgel proč.« (Nick Hornby: Vse o fantu, 2002: 12, 13)

V prejšnjem poglavju smo ugotovili, da množična občila, med njimi tudi 'moške' in 'ženske' revije prispevajo k oblikovanju naše spolne identitete, predvsem v procesu sekundarne socializacije. Zato bo namen naše analize revij ugotoviti, kakšne pomene spolov predstavljajo, predvsem kakšna je reprezentacija obeh spolov v 'ženskih' revijah in kakšna v 'moških'. Z analizo revij bomo preverjali tudi tezo, da tako 'ženske' kot 'moške' revije poleg tradicionalnih pomenov spolov reprezentirajo tudi neke vrste 'nadgradnjo', idealna 'supermoškega' in 'superžensko', za katera so značilni tradicionalni pomeni lastnega spola, pa tudi tradicionalni pomeni nasprotnega spola.

Metoda preučevanja bo semantična analiza pomenov v okviru kritično diskurzivne analize, ki jo

»označujeta 2 poglavitni lastnosti: razlage pomenov so usmerjene k osvetlitvi izkrivljene komunikacije, ki je povezana z oblastjo in strateškimi (manipulativnimi oblikami interakcije), razlage pomenov so usmerjene k izpostavitvi konstruirane narave diskurzov, ki se skozi čas izmuznejo prvotnemu konstitutivnemu kontekstu; sčasoma so namreč

diskurzi rekonstruirani in naturalizirani, pri čemer se sklicujejo na zgodovinske družbene odnose, prek katerih so konstituirani. Gre za to, da se vsak diskurz vedno nanaša tako na diskurz, ki je že bil produciran v preteklosti, hkrati pa tudi na diskurze, ki zagotavljajo njegovo reprodukcijo. /.../ Kritična komponenta v diskurzivni analizi opozori na distanciranje od jezikoslovno orientiranih raziskovalcev diskurza, ki so usmerjeni zgolj k analizi izbire besedišča brez njene umestitve v širši družbeni kontekst, brez problematiziranja odnosov moči v diskurzu in analize potencialnega naboja diskurza za družbene (ne)spremembe.» (Kamin, 2004: 91)

Teun A. van Dijk kritično diskurzivno analizo »opiše kot študij, ki preučuje vlogo diskurza v (re)produkciji dominanc, pri čemer dominanco definira kot zlorabljenost moči /.../ Moč se na različne načine, bolj ali manj neposredne in bolj ali manj prikrite, načine demonstrira tudi na ravni diskurza.« (Čepič, Vogrinčič, 2003: 313)

Kot dodaja Tanja Kamin (2004: 92), kritična diskurzivna analiza *»stremi k dvojemu, k razumevanju in h kritiki družbe ter k razvijanju veščin in orodij, s katerimi lahko demonstriramo mesto jezika v konstrukciji, konstituiranju (utemeljitvi) in reguliranju družbe, pri čemer naj še enkrat poudarim, natančni pogled v jezik ni center analize. Center analize je diskurz in dialektična napetost v odnosih med strukturo in človeškim delovanjem, ki se lahko demonstrira tudi na ravni jezika.«*

V analizi se torej ne bomo osredotočili na podobe spolov, ampak na pomen, »na to, kako je pomen skonstruiran« (Hrženjak, 2002: 16) in kakšne so njegove posledice in učinki.

Glede na tradicionalno razdelitev spolnih vlog in področij delovanja in zanimanja: gospodinjstvo, kuhanje, šivanje oblek, vzgoja otrok pri ženskah ter šport, avtomobilizem, tehnologija pri moških, imamo v Sloveniji različne revije, ki so bolj ali manj specializirane za določeno tematiko in manj reprezentirajo podobe spolov. V diplomskem delu jih zato ne bomo obravnavali, ampak se bomo omejili na 'moške' in 'ženske' revije, ki 'skrbijo' za oblikovanje posameznikove identitete, obnašanja, zunanjšega izgleda.

Preučevali bomo 22 različnih slovenskih 'moških' in 'ženskih' revij, pri vsaki reviji smo izbrali po dve naključni številki, tako da bomo skupno pregledali 44 revij. Za analizo smo izbrali 'ženske' revije Anja (7. marec 2003, 4. april 2003), Cool (1. januar 2005, 3. marec 2005), Cosmopolitan (maj 2003, april 2004), Elle (julij 2005, december 2005), Eva (januar 2003, avgust 2003), Gloss (marec 2004, februar 2005), Jana (19. julij 2005, 26. julij 2005), Kaprica (september 2002, oktober 2003), Lepa & zdrava (november 2004, junij 2005), Lepota telesa, misli in duha (zima 2004, pomlad 2004), Lisa (17. julij 2003, 24. julij 2003), Moda in (april/maj 2001, april/maj 2002), Modna Jana (september 2002, julij 2003), Naša žena (junij 2005, avgust 2005), Pepita (september 2003, januar 2004), Rina (april/maj

2005, junij/julij 2005), Smrklja (junij 2005, julij 2005) in Viva (februar 2004, julij 2005) ter 'moške' revije Mars (december 2001, maj 2002), Men's Health (junij 2001, september 2005), Moški svet (november 1999, april 2001) in Playboy (februar 2003, december 2005). Omenjene revije izhajajo samostojno, v analizo nismo vključili tedenskih prilog slovenskega dnevnega časopisja ('ženski' Ona in Nika ter 'moški' Polet).

'Ženske' revije so tiste, ki so »namenjene ženskam, zato uporabljajo značilno medijsko govorico. Z njo ohranjajo obstoječo družbeno delitev vlog (v tradicionalni družbi je ženska kot soproga, mati in gospodinja, v sodobni zahodni pa tudi kot intelektuala, podjetnica in tudi političarka), sočasno pa skrbijo za podajanje skomercializiranih podob in pomenov, ki bralke povezujejo v homogeni skupino: bralke kot potrošnice.« (Legan, 2004: 28)

'Moške' revije podobne definicije nimajo, kljub temu je njihova vloga podobna vlogi 'ženskih' revij: ohraniti obstoječo družbeno delitev vlog (v tradicionalni družbi je moški tisti, ki hodi v službo, prinaša denar k hiši, je intelektualec, podjetnik in politik, v sodobni zahodni pa prevzema tudi nekatere, prej ženske vloge: vzgoja otrok, pomoč pri gospodinjskih opravilih) in sočasno skrbeti za podajanje skomercializiranih podob in pomenov, ki tudi moške povezujejo v homogeno skupino bralcev kot potrošnikov. Izbrane 'moške' revije namreč sledijo vsebini 'ženskih', poleg tradicionalnih moških tem: tehnologija, šport, avtomobili, v svojih vsebinah posvečajo pozornost tudi vitkemu in mišičastemu moškemu telesu, urejenemu zunanjemu videzu, ustreznemu oblačenju. Razlike so tako skoraj zabrisane, in če je pred leti veljala opredelitev, da so 'ženske' revije namenjene ženskam, 'moške' pa pripadnikom 'močnejšega' spola, ta trditev danes skorajda ne drži več. Domnevamo, da 'ženske' revije berejo tudi moški, obenem pa imajo tudi 'moške' revije ženske bralke.

»Ženske revije so nastale kot normativna komunikacija, ki je paternizirala bralke in jim predpisovala primeren način življenja in vedenja. Današnji ženski časopisi so ohranili to normativno funkcijo – imajo eno najpomembnejših vlog v konstrukciji ženskosti v sodobni zahodni družbi. Upravljajo z ženskim vedenjem in videnjem, subjektiviteto, z njihovo seksualnostjo in percepcijo politike. Revije praviloma konstruirajo ženske kot homogeno skupino in predpostavljajo skupno žensko izkustvo, ne glede na razlike v izobrazbi, kulturnem, ekonomskem in socialnem kapitalu.« (Luthar, 1999: 433)

'Ženske' revije s svojo vsebino in reprezentacijami segajo v »družbeno in kulturno raznolična okolja. Tam kljub družbenim razlikam, ki ločujejo bralke med seboj, ustvarjajo imaginarne skupnosti, ki prečijo delitve s pripadnostjo, ki je nad vsakdanjimi izkušnjami in

okoljem posameznice. To pripadnost je od vseh družbenih kategorij mogoče najtrdneje povezati s pripadnostjo ženskemu spolu.« (Vidmar, 2002: 32)

V naslednjih poglavjih bomo predstavili rezultate analize izbranih revij. Najprej bomo analizirali naslovnice, pri katerih bomo največ pozornosti namenili naslovom, manj samim fotografijam. Preverjali bomo, ali se naslovnice 'moških' revij razlikujejo od naslovnice 'ženskih', predvsem, kakšna je prva reprezentacija spolov na naslovnica, s katero so v stiku bralci in bralke. V tretjem podpoglavju se bomo osredotočili na vsebino analiziranih revij. Ugotavljali bomo, katere so najpogostejše teme in reprezentacije spolov v izbranih revijah. Zanimalo nas bo, ali in koliko se vsebina 'moških' revij razlikuje od 'ženskih' in koliko so podobe in vloge spolov v revijah stereotipne in tradicionalne.

3. 2 OGLASNA VLOGA NASLOVNICE – PRODAJA ZUNANJE LEPOTE TELESA IN VSEBINE REVIJE

*Če si črnim trepalnice
in dan očem sijaj,
pordečim bolj ustnice
in mi ni dovolj zrcal,
da zvem, ali je vse prav,
to ni nečimrn pogled:
iščem, kakšen je bil moj obraz,
preden je bil ustvarjen svet.
Kaj, če moškega pogledam,
kot da v ljubega mi zre oko,
a kri ostane mi ledena
in srce mirno kot popred?
Želim, da vzljubi, kar je že bilo,
preden je bil ustvarjen svet.
(William Butler Yeats: Preden je bil ustvarjen svet)*

Prvo informacijo o reviji bralci ali bralki da naslovnica, ki je poleg tega, »da je najpomembnejši reklamni oglas v reviji,⁸² tudi tisto, po čemer razločimo eno revijo od druge. Žanr je pri tem pomemben izhodiščni element umeščenosti, ki jo revija ponuja bralkam, in pomaga usmerjati proces branja. Tako kot se branja detektivk denimo lotimo z

⁸² »Oglaševanje z naslovnico je torej treba obravnavati vsaj po dveh kriterijih: naslovnica, ki prodaja revijo – oglasna deska vsebine revije /.../ in naslovnica, ki prodaja v reviji oglaševane izdelke, dobrine, storitve. Druga ima vlogo prikritega oglasa za izdelke, ki so vidni na sami naslovnici (visoko estetska vizualizacija pritegne pogled in zanimanje potencialnih bralk 'Kdo ima zasluge za ta videz?', kar se razkrije v notranjosti revije), in/ali vlogo prikritega oglasa za oglaševane izdelke v notranjosti revije (v obliki očitnih, korektnih oglasnih sporočil ali v obliki prikritih oglasov znotraj posameznih rubrik).« (Legan, 2002: 101)

drugačnimi pričakovanji kakor pesmi, tako tudi pred branjem revij reagiramo na žanrske razlike, ki jih nakazujejo različne naslovnice.» (McCracken, 2001: 404)

Na podlagi naslovnice, ki vsebuje eno ali poleg osrednje še več manjših fotografij in naslove, ki povzemajo vsebino, bralec ali bralka natančno vesta, kaj lahko od revije pričakujeta. 'Ženske' revije na naslovnici ponujajo podobe žensk glede na starostno strukturo svojih bralk, od najstnic do žensk v zrelih letih. Že z naslovnico konstruirajo 'ženske' revije bralko kot potrošnico,

»ne glede na njeno središčno družbeno vlogo – ženska kot delavka, mati, gospodinja, soproga, vzgojiteljica ali kot podjetnica, menedžerka, profesorica, intelektualka in poslovna ženska. Ne glede na pestrost njenega zasebnega oziroma javnega življenja jo razumejo kot estetski spol⁸³ – privlačno žensko, ki mora nenehno skrbeti zase.« (Legan, 2004: 38)

V 'moških' revijah naslovnice ne konstruirajo moškega kot potrošnika v tolikšni meri kot 'ženske' revije ženske potrošnice, saj so na naslovnica redko fotografije brezhibnih moških teles (izjema je *Men's Health* in nekatere občasne izdaje ostalih 'moških' revij), ampak so v večini primerov na fotografijah podobe žensk. Namen podob žensk na naslovnici 'moških' revij je pritegniti pozornost moškega bralca, da bo določeno revijo kupil, in to je v tem primeru vloga moškega kot potrošnika. Če revije z naslovnico konstruirajo bralko kot potrošnico, bralca konstruirajo kot opazovalca, ženske so namreč »upodobljene tako, da ugajajo moškimi normativom o ženskosti, zlasti o ženski spolni privlačnosti.⁸⁴« (Hrženjak, 2002: 18)

»Naslovnica je precej dvolična, saj se zdi, da prodaja neke druge stvari; njen verbalni tekst vključuje ime blagovne znamke, ceno in naslov konkretne izdaje, in odkrito oglašuje prispevke v reviji. Fotografski tekst naslovnice pa trži idealizirano podobo ženske, ki si jo potencialno bralstvo želi, se z njo identificira, ali jo namerava doseči z branjem revije.« (McCracken, 2001: 398)

⁸³ »Ženska je tista, ki je opredeljena kot 'estetski spol', njena (samo)identiteta je še vedno dojeta na temelju videza. Mediji in reklama pa ta ideal vedno znova re/producirajo.« (Kristan, 2005: 126)

⁸⁴ Za naslovnico, kot najpomembnejši oglas v reviji, veljajo tudi ostala 'pravila' o oglaševanju. »Oglaševanje je izkoristilo izrazno moč telesa in njegov simbolni pomen in nenehno uporablja podobe privlačnih teles, ki označujejo lepoto, mladost, spolnost, zdravje. /.../ Lepo telo v oglasu po eni strani predstavlja željo, po drugi strani pa jo vzpodbuja. Gre za trženje upanja in sanj. Zlasti ženska telesa so pogosto prikazana tako, da vznemirijo in vzbujajo tudi najbolj zavrte moške seksualne fantazije ter jih spodbujajo k nakupu. /.../ Oglaševalci pa so pred nedavnimi začeli objavljati tudi goli moški torzo za prodajo vsega: od mineralne vode in parfuma do kavbojk. Številni oglasi prikazujejo moške v izzivalnih pozah, ki seksualizirajo njihovo telo.« (Kuhar, 2004: 102)

Naslovi na naslovnici povzemajo vsebino revije, uredniki izpostavijo tiste naslove prispevkov, za katere menijo, da bodo bralke in bralce najbolj pritegnili, najprej k nakupu revije in šele nato k branju. Nenavsezadnje so revije le izdelki na trgu in se borijo z ostalimi ponudniki podobnih vsebin za obstanek na tržišču.⁸⁵

Kot smo ugotovili v pregledu naslovnice revij, so najpogostejši naslovi (in pozneje tudi prispevki v notranjosti revije) povezani z idealnim videzom telesa, torej vitkim ženskim telesom,⁸⁶ brez odvečnih kilogramov in celulita. Revije s svojo vsebino predstavljajo različne načine, kako te ideale doseči, obljubo pa dajejo kar na naslovnici. Opredelitvi medijsko konstruiranega idealnega telesa so izpostavljene že najmlajše bralke, najstnice: *V 12 dneh do super postave* (Smrklja, junij 2005), pa tudi v ostalih revijah, namenjenih nekoliko starejšim bralkam, ne manjka naslovov in obljub o dosegu idealnega videza: *Čarobna formula vitkosti: bio dieta za lepo postavo* (Anja, 7. marec 2003); *En vikend – popolno telo* (Eva, januar 2003); *Razkrivamo skrivnost lepih nog* (Cool, 3. marec 2005); *Diete zadnjega trenutka* (Lepa& zdrava, junij 2005); *Imejte lepe& seksi noge: Ne boste verjeli ... Skrivnost vitkega telesa* (Lepa&zdrava, november 2004); *Kako do vitkega pasu* (Elle, julij 2005); *Postani seksi bejba s plaže* (Smrklja, julij 2005). Tudi 'moške' revije sledijo temu zgledu s podobnimi nasveti za moške: *Popolno telo: 100 najnasvetov za trening*, *Dobrote z žara za vitek trebuh* (Men's Health, september 2005); *Popolno telo: 12 najboljših vaj doslej* (Men's Health, junij 2001).

Pomembni so torej 'lepa postava', 'seksi noge', 'vitko telo', le redko pa je v ospredju dejanska skrb za zdravje: *Dieta pri visokem krvnem tlaku* (Viva, februar 2004); *Osnovna šola hujšanja: Kako se zgodi 'zdravo' hujšanje?* (Rina, april/ maj 2005).

Mnoge naslovnice analiziranih revij imajo tudi dvoumne naslove: *Ogledalce, ogledalce na steni povej ... Nepopolna. Pa kaj! Bolezen moderne dobe – Samopodoba na tehtnici* (Viva, julij 2005), ki dajejo vtis, da zunanost in kilogrami niso pomembni, vendar

⁸⁵ »Morda je pogovorna medijska kultura (svetovalna literatura, ženski tisk, revije za estetsko kultivacijo življenjskega stila, televizijski talk-showi, zgodbe o katastrofah, tragedijah in življenju lepih in bogatih itd.), ki nudi posamezniku moralno vodstvo in moralne sodbe, ritual, terapijo in nasvete, res postala dominantna kultura zaradi primernosti teh žanrov, da služijo kot nosilci oglaševanja.« (Luthar, 1998: 43)

⁸⁶ »Spolna identiteta kot kulturno konstruiranje produkcije pomena spolne razlike je utemeljena na poudarjanju zunanjih znamenj razlike. Reprerentacije ženskega telesa se prelamljajo skozi medij oblasti, kar izhaja iz tega, da oblastna razmerja eksploatirajo določeno konstrukcijo spolne razlike, s čimer se skozi različne medije v sodobni kulturi še naprej reproducirajo tradicionalne reprezentacije ženskosti. Seveda pa se ustvarjajo tudi nove, od katerih izstopa predvsem idealizacija vitkosti za ženske.« (Kristan, 2005: 116)

se v isti številki ne izognejo tudi prispevku o dieti: *Vroča GI dieta: hujšanje brez lakote* (Viva, julij 2005).

Vendar pa obljuba dosega idealnega telesa ni omejena le na vitkost in izgubo odvečnih kilogramov, ampak so del idealne podobe tudi urejeni ostali deli telesa, kar bralka doseže z ličenjem in lepotičenjem: *Ne bom več grdi raček: Kaj lahko naredi vsaka punca, da boljše izgleda?* (Cool, 1. januar 2005); *Ličenje: Hitri zimski 'fiks'*; (Lepota, zima 2004); *Barva las odseva vašo osebnost: test: Si lahko zamislite sebe z drugo barvo* (Cosmopolitan, maj 2003); *Lepe čez noč* (Kaprica, oktober 2003); *Od sramežljivke do seksi dive* (Eva, avgust 2003); *Zapeljivo bogastvo vonjav: kateri parfum se mi poda?* (Anja, 7. marec 2003); *Do lepe kože s pravo nego* (Naša žena, junij 2005).

Za analizirane revije ličenje in skrb za videz pomenita poleg popolnosti tudi vedno mladosten izgled: *Negovalna kozmetika: eliksir mladosti* (Modna Jana, september 2002); *Večna mladost: Brez operacij in injekcij* (Modna Jana, julij 2003).

Bralkam sporočajo, da morajo za lep in urejen videz skrbeti na vse možne načine, tudi z obleko: *Spretno prikrito: privlačna moda za močnejše postave* (Anja, 7. marec 2003); *Seksi kopalke za vsako postavo* (Lisa, 24. julij 2003); *Najlepše kopalke za vašo postavo* (Elle, julij 2005); *Druge kopalke = nova postava; Prava oblačila za vaše počitnice* (Eva, avgust 2003). Tudi pri oblačenju naj bi ženska sledila načelu mladostnega videza: *Moj novi slog – Moda, ki me pomladi* (Anja, 4. april 2003); *Večna moda: lepe in mladostne v beli barvi* (Lisa, 17. 7. 2003).

Analizirane revije slavijo 'tradicionalno' heteroseksualno zvezo, ki pa jo nadgradijo v smislu, da ženska ni več pasivna, ampak že sama živi svojo seksualnost, ona je tista, ki v sodobnosti zapeljuje nasprotni spol: *Ljubezen& seks: kako zapeljati moškega* (Lisa, 17. 7. 2003); *6 seks pravil – kršite jih!* (Eva, avgust 2003); *Ali verjameš v ljubezen po ljubezni?; Ti&on: Nikoli ne smeš ...* (Cool, 1. januar 2005); *Srečata se, se zaljubita in ... Odkrivamo, zakaj razmerje lahko traja le nekaj tednov* (Cosmopolitan, april 2004); *Seks v nosečnosti* (Lepa& zdrava, junij 2005); *Vonj po seksu: Zavohajte pravega* (Viva, julij 2005); *Razkrite skrivnosti fantov* (Smrklja, julij 2005); *Zakaj so drugačni? Moške erotične fantazije: nasveti, kako se spopasti s partnerjevimi skritimi željami* (Lisa, 24. julij 2003).

K večjemu oglaševalskemu učinku naslovnice revij pripomorejo reference na znane osebnosti. Po njih se moški in ženska lahko zgledujeta, lahko ravnata tako kot oni, in – kot obljublajo revije – posledično postaneta tako priljubljena in uspešna kot oni: *Telo kot ga imajo zvezde – brezplačno* (Eva, avgust 2003); *Lepotni nasveti Jennifer Lopez; Bondova dekleta svetujejo* (Eva, januar 2003); *Zvezdniške diete* (Cosmopolitan, maj 2003); *Znani*

Slovenci o izgubljenih kilogramih (Lepota, pomlad 2004); *Direktorica Kozmetike Afroditia: Nimam celulita* (Rina, april/ maj 2005); *Saša Einsiedler: končno do nazga* (Moški svet, november 1999).

»Medijska sporočila v zvezi s telesnim videzom se precej razlikujejo glede na spol, kateremu so namenjena. Razlika se izrazito kaže v količini in vsebini revijalnih člankov. Malkinova in Wornianova (1999) sta na primer z metodo analize vsebine pregledali sporočila v zvezi z videzom telesa na naslovnica 21 popularnih ženskih in moških revij. Ugotovili sta, da vsebuje skoraj vsaka naslovnica ženske revije neko sporočilo v zvezi z nadzorovanjem teže, hujšanjem dietnimi navadami in ličenjem. Sporočila na naslovnica so pogosto namigovala, da vodi izguba teže k boljšemu življenju, večji spolni privlačnosti in višjemu statusu. Medtem ko so se ženske revije osredotočale na izboljšanje življenja s spremembo videza, pa skorajda nobena izmed naslovnica analiziranih moških revij ni vsebovala informacij v zvezi z videzom. Moške revije so se ukvarjale predvsem z zabavo, novimi znanji, hobiji in aktivnostmi.« (Malkin idr., navedeno v Kuhar, 2004: 99)

Če so omenjeni naslovi pritegnili in prepričali bralke in bralce, da bodo posamezno revijo kupili, posledično sledi branje in zavestno ali nezavedno sprejemanje ponujenih vzorcev moških in ženskih spolnih vlog.

3. 3 VSEBINA REVIJ – PONUDBA POPOLNOSTI – MOŠKI IN ŽENSKA MORATA BITI LEPA

*Na smrt sem se prestrašu, ko prvič sem
spoznal, da dolga suha prekla iz otroka
sem nastal. In da moj velik nos bolj
krivo se drži, in frizura moja
vsepovprek štrli. Madonca, saj sem grši
kot zvonar v Notre Dame, me nobena
ženska marala ne bo! Pa sem zastokal:
O, mama, kaj naj nardim, kako
naj kompleksov se znebim?!
Priatelj mi je djal:
je s tabo v redu vse in prav.
Poglej ta špeh, ki name se z leti je nabral,
in pleša mi ratuje, se preveč znojim,*

*ko je najmanj treba, pa na vso moč
zardim.
/.../
Opazoval smo ženske, to bil je šele hec,
a veste, na konc koncev je luštno biti
dedc.
Ženske so še slabše, čist vsaki kaj fali,
se bo za vsacga našla kakšna,
lahko smo brez skrbi!
Takrat so pa ženske zastokale:
O, mama, kaj naj nardim, kako
naj kompleksov se znebim?!
(Adi Smolar: Kompeksomanija)*

Kot je pokazala že analiza naslovov, je osrednji pomen obeh spolov, ki ga reprezentirajo revije, predvsem lepo telo, kar lahko bralec in bralka dosežeta na različne načine. Najprej je pomembno samo fizično telo, potem pa še lep videz človeka kot celota,

ki ga lahko doseže tudi z lepotičenjem in oblekami.⁸⁷ Za dosego obeh ciljev poskrbijo revije s svojimi vsebinami in nasveti.

Preden predstavimo same rezultate analize, odgovorimo na vprašanje, kaj je lepo telo. Metka Kuhar (2004: 14) povzema evolucionistično teorijo⁸⁸ in pravi, da za univerzalno privlačne veljajo nekateri telesni atributi, pri ženskah so univerzalno privlačne telesne značilnosti

»čvrste prsi in boki, gladka in čista koža, izrazite oči, majhne čeljusti, gosti lasje, razmerje med pasom in boki okoli 0.7 (krivulje peščene ure), telesna asimetrija – ki pomeni, da so oči, ušesa, ličnice, ramena, prsi, dlani in stopala enake velikosti in oblike. Ti telesni znaki govorijo o mladosti, zdravju in visoki stopnji estrogena. Poleg tega privlačno telo ni koščeno niti mlahavo. Moški je privlačen, če je visok in mišičast, če je videti mladosten, krepak, simetričnih oblik ter ima močno čeljust in čelo. Te telesne značilnosti potrjujejo visoko stopnjo testosterona.«

Omenjene telesne značilnosti kot lepe ohranjajo tudi 'moške' in 'ženske' revije, in odstopanje označijo kot težavo, ki jo je z njihovo pomočjo treba rešiti. Elemente, ki v izbranih revijah določajo žensko in tudi moško podobo, lahko združimo v nekaj sklopov,⁸⁹ ki se lahko med seboj različno povezujejo: vitkost, lepota⁹⁰/lepotičenje/moda,⁹¹ romanca/heteroseksualna spolnost.

⁸⁷ Obsedenost z modo in lepoto je postala specifična 'disciplinarna tehnologija' oziroma tehnika discipliniranja telesa in duha. Vendar gre za sofisticirane tehnike oblasti, ki delujejo kot notranji motivatorji, kar kaže, da osebe tovrstno discipliniranje sprejemajo kot svojo odločitev. Ženske so se pripravljene podrežati dietam, se mučiti s tekom ali v fitnesu, se ličiti, oblačiti in govoriti tako, kot jim to sugerira veliki Drugi (sindrom 'lepota-moda').« (Kristan, 2005: 116)

⁸⁸ Kuharjeva evolucionističnim razlagam zoperstavi sociološke in antropološke argumente, »ki dokazujejo, da je preferiranje določenih telesnih oblik historično in kulturno relativno; arbitrarne so tudi telesne značilnosti, ki signalizirajo spolno privlačnost. /.../ Socialni psihologi in sociologi se na splošno strinjajo, da so seksualne preference glede telesnih oblik naučene. /.../ Veliko historično uveljavljanje lepotnih idealov ni združljivo z biološkim determinizmom. Nekateri sodobni kulturno cenjeni ideali in rituali so celo povsem v protislovju z načelom optimalnega zdravja (npr. hitre diete, prsni vsadki).« (Kuhar, 2004: 16)

⁸⁹ Podobno je revijo *Cosmopolitan* analizirala Valerija Vendramin (2002: 78-90).

⁹⁰ »Privlačnost podob ženskih teles, ki so predstavljena kot idealna, ni nič drugega kot privlačnost pogleda, ki je na nek način pomirjevalno prijeten. In videli smo, da je prevladujoči vizualni ideal vedno estetski ideal, ki izraža prevladujoče vrednote seksualnega vedenja. Ideal današnjega dne je nezrelost, moderna različica ženske pasivnosti. Ker je žensko telo glavni predmet pozornosti, so prevladujoče seksualne definicije postavljene v ženska telesa, v njihov videz.« (Coward, 1989: 63)

⁹¹ »Skrivnostni krog mode, krog smrti in ponovnega rojstva, pohlepa in gnusa, še prav posebno zadeva enega od spolov. Samo ženske so podrežene njegovemu čudežnemu delovanju. Res, moški zdaj nosijo uhane, včasih

3. 3. 1 LEPO TELO JE VITKO TELO

Prizadevanje, da bi se v svojem telesu dobro počutili, ima trenutno veliko veljavo v krogih, ki se ukvarjajo z zdravjem in lepoto. Pravzaprav je doživelo spremembo, saj v zadnjih letih zdravje vedno bolj enačijo z lepoto. Minili so dnevi, ko so ženske spodbujali k nasilnim, 'muhastim' dietam, ki jim bodo čudežno spremenile zunanost. V člankih o zdravju in lepoti, v kontaktnih rubrikah in radijskih programih zdaj prevladuje zahteva po popolni čilosti. Umetnost vzdrževanja telesa se je resnično uveljavila. Čeprav je ta ideologija zdravja in čilosti očitno delovala tako na moške kot na ženske vseh starosti, je bila na poseben način namenjena ženskam in je našla svoje mesto med drugimi, čisto določenimi obrazci v zvezi s telesom in zunanostjo.

(Rosalind Coward: Ženska želja, 1989: 9)

Sodobni telesni ideal ženske in moškega je vitko telo, brez grama vidne 'odvečne' maščobe. Vitko telo⁹² lahko posameznik in posameznica dosežeta na več načinov: z dietami, telovadbo ali celo operacijami.

»Najpogostejši sodobni telesni projekti – diete, vadba in plastična kirurgija – imajo pozitivne in negativne vidike. Zmerno prehranjevanje in zmerna vadba prispevata k zdravju, energiji, vitalnosti, čilosti, lepoti; pa tudi samospoštovanju, pozitivni samopodobi, občutku samonadzora. Telo pa pogosto postane nikoli dokončan projekt, vedno je še nekaj, kar bi se dalo izboljšati, popraviti; nekaj kar ni popolno. Želja po privlačnem telesu ženske pogosto vodi do pomanjkljive prehrane, pretiranih diet, motenega hranjenja, prekomerne vadbe in motenj hranjenja. Podobno lahko moška želja po idealnem mezomorfnem telesu vodi do neuravnoteženega prehranjevanja, do prekomerne vadbe in zlorabe steroidov.«
(Olivardia, navedeno v Kuhar, 2004: 105)

S konstrukcijo realnosti, ki temelji na prepričanju, da je treba biti vitek, kar zagotavlja uspeh v življenju, in takoj poskrbeti za odvečne kilograme, množična občila začnejo zgodaj, že v revijah, namenjenih najstnicam (*Smrklja*), in jim ponudijo rešitev, kako se te nadloge rešiti. Na primer:

– čeprav poredko – se celo ličijo in z živobarvnih delovnih hlač so prešli na ponošeno usnje. Toda v primerjavi z žensko modo se je moška prav neznatno spremenila.« (Coward, 1989: 17-18)

⁹² »Obsedenost z vitkim telesom je eden izmed načinov discipliniranja, ki utruje normativne podobe ženskosti. Ker večina žensk tega idealnega telesa ne more doseči, nam moda in kozmetična industrija ponujata vedno nove načine, kako 'popraviti napake' na svojem telesu. Na tem temelji tudi večina kozmetične in modne industrije.« (Kristan, 2005: 128)

»Si tudi ti ena izmed tistih deklet, ki panično zrejo v ogledalo z mislijo: 'Le kako naj se do poletja rešim **odvečnih gramov**?⁹³ Predstavljamo ti način, s katerim boš izgledala – in se seveda tudi počutila – bolje v manj kot dveh tednih.« (Smrklja, junij 2005: 74)

Prav 'moške' in 'ženske' revije so tiste, ki poudarjajo to 'nepopolnost' telesa, seveda z nasveti za izboljšavo. S svojimi svetovalnimi rubrikami in nasveti v njih 'ženske' revije prevzemajo vlogo »nadomestne sestre,⁹⁴ (Legan, 2004: 78) kar pa ne bi mogli trditi za 'moške' revije, saj bi v tem primeru težko govorili o 'nadomestnem bratu'.

Analizirane revije enoglasno sporočajo, da lahko lepo in vitko postavijo bralka doseže z učinkoviti dieto:

»**Čarobna formula vitkosti**: Bio dieta za lepo postavo: »Narava ima vedno prav! Tudi ko gre za hujšanje? Da, odvečnih kilogramov se bomo najlaže in tudi najhitreje znebili, če bomo posegli po živilih, ki pospešijo presnovo in pripomorejo, da maščobne blazinice izginejo takorekoč same od sebe« (Anja, 7. marec 2003: 15)

»Pred vami je **učinkovita dieta**. Loti se je lahko kdorkoli. Temelji na načelih ločevanja oziroma kombiniranja živil. Pomagala vam bo do **hitre izgube nekaj kilogramov**. Torej le toliko, da boste dobili voljo, ki vas bo popeljala na pot uravnoteženega prehranjevanja (kjer se držite urnika uživanja obrokov in kombiniranja živil) in povečane telesne aktivnosti. Le to dvoje je merilo za trajen uspeh.« (Rina, april/maj 2005: 38).

»Vam tehtnica ne dela večjih problemov, ampak **se vam zdi, da ste se vseeno malce zredili**? Poskusite s tridnevno dieto: res je kratka, ampak tistim, ki nas ponavadi zapeljejo skušnjave, ta dieta omogoča popravke na kritičnih delih telesa.« (Lepa in zdrava, junij 2005: 95)

»Je ostalo le še nekaj dni do odhoda na morje in se vam zdi, da niste popolnoma v formi? Ste mogoče že prišli na plažo in opazili, da kopalke malce 'vlečejo' in da je kakšna okroglina preveč vidna? Ste se zadnjih nekaj dni pregrešili z večerjo in se ne počutite več tako lahkotno kot na začetku počitnic? Za reševanje tega problema res ni potrebno veliko: **v enem samem nenapornem dnevu lahko shujšate toliko, da lahko ponovno oblečete hlače z nizkim pasom, trije dnevi diete so potrebni, da se boste počutili in boste tudi videti vitkejši**, medtem ko vam petdnevni prehrambeni program z nizko vsebnostjo kalorij omogoča, da izgubite do kilogram in pol na najbolj kritičnih delih telesa.« (Lepa in zdrava, junij 2005: 92)

⁹³ Vsi poudarki L. M.

⁹⁴ Koncept »nadomestne sestre« je uvedla Margaret Ferguson. »Vsebina v svetovalnih rubrikah izpolnjuje vlogo ženske revije kot 'nadomestne sestre', ki z najrazličnejšimi nasveti za vsakdanje življenje skrbi za svojo sestro – bralko.« (Legan, 2004: 79)

S svetovanjem bralkam in bralcem revije bolj ali manj odkrito opravljajo oglaševalsko vlogo, saj so v svetovalnih rubrikah »skoraj vedno tudi prikriti oglasi⁹⁵ za posredno prodajo izdelkov in storitev, in sicer v vizualnih in tekstovnih sporočilih, v katerih so tržni interesi dosledno zamaskirani.« (Legan, 2002: 104)

Spodnji primeri kažejo, kako revije, ne da bi jasno zapisale, da gre za oglas, zapisan v obliki novinarskega prispevka, promovirajo različne izdelke in usluge, kot so nove diete, izdelki proti celulitu ali druge zvijače za doseg vitkosti.

*»Še pred kakim letom je bila beseda Atkins v ustih vsakogar, ki je bil na shujševalni dieti. Končno dieta, ki nam je vsak dan v tednu dovoljevala jesti kuhan zajtrk in kljub temu so se odvečni kilogrami kar topili. Hura! Celo Rene Zellweger je priznala, da si je s takšno prehrano pomagala okrepiti obline Bridget Jones. Zdaj je zgodba drugačna. Zdravstvena tveganja, povezana z Atkinsonovo dieto, so skupaj z obsodbami nekaterih prehranskih strokovnjakov, da gre za nezdravo hujšanje, povzročili drastičen padec prodaje knjige. **Ljudje pa so si kljub temu želeli alternativo.** Ta se je pojavila v obliki nove diete z nizkim glikemičnim indeksom (GI), priljubljeno imenovane dieta GI« (Viva, julij 2005: 74).*

*»Poletje je pred vrati, zato ne izgublajte časa. Poletna garderoba zahteva čvrsto in lepo telo, **brez celulita seveda**, zato se kar takoj lotite priprav. Poti do **popolnega videza** telesa je več, saj je – kar pogledjte natančneje – več tudi problematičnih zadev, ki se jih morate lotiti. Pripravili smo vam nasvete in **predstavitev najnovejših izdelkov**, s čimer boste kompleksno in učinkovito **napadli 'multinacionalko' celulit & co.** in vrnili telo v pravo formo.« (Lepota telesa, misli in duha, pomlad 2004: 54)*

»Celulit naj postane preteklost: zbogom pomarančna koža! O celulitu vemo (skoraj) vse. Ko pa ga opazimo na svojih stegnih in zadnjici, smo kljub temu zgroženi. Tolažba, da pomarančna koža ni povezana s telesno težo in da so ženske, kar zadeva celulit pač bolj ogrožene od moških, nam ne pomaga. Pomagajo pa nekatere preproste zvijače, ki si jih lahko privoščimo kdaj pa kdaj« (Anja, 4. april 2003: 19).

⁹⁵ »Oglaševanje in uredniško-novinarska vsebina sta kontinuum in vedno bolj nevidno prehajata eden v drugega. To pa se ne kaže le na vizualnem, na prvi pogled prepoznavnem nivoju, torej na celostnih podobi ženskih medijev (revije so zaradi številnih oglasnih strani videti kot oglaševalski medij s prekinitvami), ampak predvsem na tekstualnem, prvemu pogledu prikitem nivoju (uredniška vsebina se utaplja v plačanih in neplačanih oglasih). Tiskani mediji ustvarjajo fenomen prikritega oglaševanja in ta postaja v večino medijskih sporočil vpletena enota. /.../ Prikrito oglaševanje oziroma prikrita oglaševalska sporočila so tista, ki so sicer oglaševalka, a so bralcu, gledalcu ali poslušalcu predstavljena kot novinarski prispevki, zato niso jasno prepoznavna kot oglasi« (Legan, 2002: 92). Za prikrito oglaševanje se uporablja tudi izraz hibridna sporočila, avtorji pa še vedno niso enotni glede uporabe le enega (<http://www.mediaforum.si/slo/projekti/extundo/strokovni-clanki/prikrito-oglasovanje/>, dostopno 27. februar 2006). »Hibridno oglaševanje je izraz za posebno obliko oglaševanja, v katerem se oglasna vsebina staplja z redakcijskimi prispevki in tako proizvajajo nove, prilagodljive in sestavljene oblike tržnega komuniciranja.« (Legan, 2002: 105)

Zgornje nasvete spremlja polstranski oglas za program Body slim iz laboratorijev kozmetike Afrodita, program nege proti celulitu.

Revije v svetovalnih rubrikah promovirajo izdelke in storitve z različnimi diskurzivnimi prijemi, pogosto z navajanjem imen znanstvenikov oziroma zdravnikov in slavnih oseb.

»Hitri tečaj iz diete South Beach, ki ga je sestavil kardiolog in naredil hujšanje okusno: Nisem nutricionist, vendar vam lahko pomagam znebiti se odvečne teže. Tudi obilnejše. V krajšem času, kot bi se vam zdelo mogoče. Moja skrivnost je revolucionaren nov prehrambeni način, ki sem ga odkril pri delu s pretežkimi ženskami in moškimi v svoji kardiološki ambulanti v Miamiu.« (Men's Health, september 2005: 52)

»Kylie Minogue ter Bill in Hillary Clinton so se že razglasili za pripadnike nove diete«. (Viva, julij 2005: 75)

»Z redno telovadbo in s strogo dieto, pri kateri je jedla le polnozrnatih piškote in vitaminske dodatke, se je Liz Hurley po nosečnosti v manj kot dveh mesecih sestradala za več kot dvajset kilogramov. Z novo postavo pa ni osvojila le donosne pogodbe s kozmetično hišo Estee Lauder, temveč tudi srce Aruna Nayary (37), svojega novega ljubimca. /.../ Alenka Godec: Temnolasa pevka se je dolgo skrivala za širokimi oblačili, odkar pa je povsem spremenila svoje prehranjevalne navade, v dveh letih izgubila 15 kilogramov in se vrnila na svojo srednješolsko težo, tega ne počne več. Zdaj je mladostna in modna. /.../ Gerard Depardieu: Ko je bil še ljubitelj dobre hrane in vina, brez katerega po njegovem mnenju ni dobrega obroka, je tehtal 125 kilogramov. Potem je sprejel eno pametnejših odločitev v svojem življenju – odpovedal se je alkoholu in maščobi ter izgubil trideset kilogramov.« (Anja, 4. april 2003: 61)

Ko javne osebnosti niso več 'brezhibne' glede na kriterije, ki so jih postavila množična občila, revije ne skoparijo z grajo:

*»Pozornim opazovalcem slovenske javne scene ni ostalo skrito, da **imajo** tri medijske dame – Tajda Lekše, Miša Novak in Marjana Ravnjak **očitne težave** – recimo temu, prijazno – s **'kilogramčki'**. /.../ »Tajda Lekše /.../ je v zadnjem času očitno nekoliko 'pozabila' na težo, saj smo imeli priložnost opaziti, da se je njena znana vitkost (upajmo, da samo začasno) izmuznila neznano kam. **Vljudno ji priporočamo** manj 'kanapejčkov' in šampanjca, zato pa več fitnesa, norenja v naravi in doma. /.../ Tega pa od Miše Novak res nismo pričakovali. Nekateri so bili v tej smeri presenečeni že na teniškem VIP turnirju v Velenju, avgusta letos, toda drugi so spet prisegali, da je s tako povečanimi, bujnimi prsmi, še bolj seksi. /.../« (Moški svet, november 1999: 9)*

Vendar so nekatere revije (*Jana, Lepota telesa, misli in duha*) včasih tudi precej dvolične; po eni strani se 'zgražajo' nad dietami in 'anoreksičnimi dekleti' na fotografijah revij, pri čemer pozabljajo, da so prav revije 'ustvarile realnost vitkosti', po drugi pa so tudi same polne fotografij žensk vitke postave:

»Medtem ko del sveta umira od lakote, se drugi (manjši del) utaplja v lastni masti. In v boleznih, ki jih prinaša debelost. In v slabi vesti, ker jemo preveč, a se ne znamo krotiti. Industrija nam pri tem prijazno pomaga – prehrambna izumlja nove jedi in prigrizke, ki redijo, farmacevtska in njej podobne pa ponujajo zdravila in druge coprnije, ki zavirajo tek in topijo maščobe. Da ne govorimo o založbah, ki bruhajo knjige o najnovejših shujševalnih metodah – in vse po vrsti so uspešnice. Pri tem pa neodvisni strokovnjaki, zgroženi zaradi otroške debelosti (tudi petletniki že imajo sladkorno tipa II), obupano opozarjajo, da ne pomagajo niti diete niti potenje v fitnessu, ampak redna zdrava prehrana in nekaj primerne gibanja. /.../ Anoreksične gospodične, ki nas gledajo z reklamnih plakatov in zaslonov in se sploh ne trudijo, da bi prikrile svoje štrleče kosti, nedvoumno sporočajo, da je edino to tisto pravo. Če hočeš biti zdrav in uspešen, moraš biti suh. Tudi zdravniki opozarjajo, da čezmerna teža ogroža zdravje, seveda pa nimajo v mislih tistih dam s plakatov« (Jana, 19. 7. 2005, stran 26).

Naj dodam, da so v izbrani številki revije *Jana* so objavili 23 fotografij žensk: 4 so bile v oglasih, 11 na modnih straneh, 2 naličeni na plaži in 6 z izbora za mis (3 mis poletja radia Hit in 3 misice za Mis Koroške 2005). Vse ženske na fotografijah so bile vitke.

»Če je včasih zajeto telo veljalo za simbol premožnosti, celo za sinonim ženske lepote in rodnosti, danes v večini sveta velja ravno obratno. Debeli so na udaru na vsakem koraku in zdravniki jih bombardirajo z opozorili, da njihovo (pre)obilno telo ogroža zdravje in skrajšuje življenjsko dobo. Mediji jih s ponujanjem anoreksičnih teles, ki veljajo za lepa in modna, neposredno zasmehujejo. Za njihovimi hrbti jih opravljajo vsi drugi. Bolezen, ki jo je tudi Organizacija Združenih narodov že razglasila za epidemijo, zaznamujejo še: izumljanje vedno novih (pretežno neuspešnih) diet, preštevanje kalorij, predvsem pa brezupni vsakodnevni boj s hrano za več kot 300 milijonov zemljanov.« (Lepota telesa, misli in duha, pomlad 2004: 24).

Prispevek se nadaljuje na strani 28 in 29, vmes so na straneh 25, 26 in 27 oglasi: v oglasu na strani 25 je fotografija gole obilnejše – debele ženske, na strani 27 je oglas za serum za nego proti celulitu s fotografijo vitke gole ženske, na strani 29 je oglas za Eucerin Anti-Age Body Lotion za bolj čvrsto kožo prav tako s fotografijo golega vitkega ženskega telesa.

Pozitivne in negativne (ki pa jih revije ne omenjajo) posledice ima tudi drugi »sodobni telesni projekt« za doseg lepega in vitkega telesa – vadba.⁹⁶

»Za trenutek pozabimo na neudobje in pomanjkanje samozavesti pri igranju odbojke zaradi obsega in oblike trebuha, ki si je treba nadeti kopalke. Težnja po lepo oblikovanih trebušnih mišicah je za marsikoga življenjsko pomembna in prav to so zdaj dokazali tudi znanstveniki.« (Men's Health, september 2005: 81)

⁹⁶ »Telesna čilost je v Sloveniji v devetdesetih (V ZDA pa še sredi sedemdesetih) postala glavni simbol zdravja, individualne produktivnosti in uspešnosti. V devetdesetih, ko stopi v ospredje zdrav življenjski stil, se debelost povezuje s pomanjkanjem volje in z lenobo; toda to se nanaša na pomanjkanje telesne vadbe, ne več toliko na kršenje diete. Nov moralni imperativ je *biti v formi*.« (Kuhar, 2004: 109)

»Maščoba mora proč! To veste že dalj časa. Vprašanje je le, kako. **Ponujamo vam pravo pot** za učinkovito izgorevanje maščob in trajno zmanjšanje telesne teže. Popolnoma vseeno je, ali se odločite za športno dvorano ali za naravo, pomembno je le to, da gibanje postane del vašega vsakdanjega življenja. Pomagalo vam bo, da se boste znebili odvečne maščobe in vas napolnilo s pozitivno energijo.« (Lepa & zdrava, junij 2005: 14)

»Če bi vsaka vaja, ki ponuja izklesane bicepse, napihnjene prsi in jeklene trebušne mišice, zares naredila svoje, bi bile telovadnice natrpane z vitamini, mišičastimi fanti. Ne s krofastimi pojavami, ki zasedajo klopi in naprave. Marsikateri od teh mehkih, kepastih fantov preživi vsak večer pred televizijskim zaslonom in ves čas grizlja čips. Seveda vsi niso taki. Nekateri trenirajo redno, nekajkrat na teden – vendar izgubljajo čas z vajami, ki ne prinašajo pravega rezultata. Da bi spodbudili take, ki se pretvarjajo ali pa so pravi pozerji (samo v obleki), **smo za vas pripravili nekaj nasvetov** za raztezanje, moč in oblikovanje vsake mišice telesa – **vaje, ki so resnično učinkovite**. Ovrgli smo tudi nekaj mitov, ki obljublajo preveč. Pred vami je naš vodnik od mišice do mišice.« (Men's Health, junij 2001: 66)

»V formo pod lastnimi pogoji: Osnove kar najbolj učinkovite vadbe za vse tiste, ki se jim vedno mudi: /.../ Veliko vas ima redno službo in družino, vsakdanje obveznosti vas tako stiskajo, da si pogosto ne želite, da bi na vas pritiskale še uteži. **Ker nas skrbi za vas**, smo ta vaš neprijetni položaj poenostavili in pripravili optimalen fitnes načrt za moške, ki nimajo na voljo vsega dne. Opisane vaje vam bodo vzele kar se da malo časa, njihova korist pa bo velika.« (Men's Health, september 2005: 88)

»Željo po **sanjsko oblikovanem telesu** in predvsem očitno ploščatem trebuščku lahko uresničite brez shujševalnih diet in brez potenja v fitnesu ali na aerobiki. Vsak dan si vzemite pet minut časa za nekaj preprostih vaj, ki jih izvajate doma, in hkrati upoštevajte praktične nasvete, ki pa od vas ne zahtevajo posebnega napora.« (Lepota telesa, misli in duha, zima 2004: 84)

»**Lepe noge** so tisti del telesa, ki **daje** (predvsem) ženskam **dovolj samozavesti** za nošenje kopalk, kratkih hlač, mini kril in drugega. Čeprav je sezona prej omenjenih oblačil že končana, pa smo z mislimi že v naslednji. Ker si želimo, da za lepo oblikovane noge ne bi začeli skrbeti maja, **da bi bili** julija v kopalkah **videti lepše**, pač pa že danes (in ne jutri), smo vam pripravili vaje, s katerimi **bo vaša vadba**, tako v teh temačnih dneh, kot tudi poleti, še pestrojša in **zares učinkovita**.« (Lepa in zdrava, november 2004, 26)

Vadba, ki jo promovirajo revije, je učinkovita, pogosto tudi ne prenaporna in zahteva le malo časa. »Ukvarjanje s telesnimi aktivnostmi pomeni psihično relaksacijo, ki vrača življenjsko moč ter zmanjšuje stres in napetost« (Kuhar, 2004: 109), kar izpostavljajo tudi revije:

»Telovadi vsako jutro vsaj pol ure. Morda v enem tednu res ne boš pridobila postave, ki se ti morda zdi idealna, bo pa redna aktivnost vsekakor vplivala na tvojo samozavest.« (Smrklja, julij 2005: 71)

Tretji »sodobni telesni projekt« oziroma lepotna praksa za doseg vitkega telesa, ki jo izpostavljajo revije, je kozmetična kirurgija⁹⁷

»V želji po popolnem videzu ljudje posegamo celo po kirurških metodah. Za nekatere primere, ki jih je bilo do sedaj mogoče obravnavati le z liposukcijo, obstaja manj invazivna metoda brez skalpela: lipoliza. Seveda niti ta bližnjica ni brez rizika« (Rina, junij/julij 2005: 3).

Tudi v tem delu, podobno kot pri dietah, revije v svetovalnih rubrikah promovirajo izdelke in storitve, predvsem z navajanjem imen znanstvenikov oziroma zdravnikov, ki 'svetujejo' odločitev za nek izdelek ali storitev. V omenjeni reviji je objavljen pogovor z dr. med. Aljošo Tošem, ki je usposobljen za obravnavo z lipolizo in omenjeni postopek tudi podrobneje opiše. Po njegovih trditvah se tudi k temu načinu 'izgube' odvečne telesne maščobe zatekata oba spola. Na vprašanje novinarke:

»Glede zbadanja z iglami – gotovo smo tako nečimrne samo ženske?,
dr. Toš odgovori: *Moški tudi! Ženske moti maščevje vsepovsod, moške pa moti predvsem trebuh. Moške moram včasih razočarati, ker imajo maščevje razporejeno v notranjosti trebuha, v podkožju pa skorajda nič, t. im. pivski trebuh, in jim z lipolizo ne morem pomagati.*« (Rina, junij/ julij 2005: 5)

Kot smo ugotovili v pregledu revij, je vitkost, naj bo dosežena z dietami, vadbo ali kirurškimi posegi, zaželena pri obeh spolih.⁹⁸ V *Marsu* (maj 2002) so zapisali:

»Nega in skrb za telo že nekaj časa nista več le domena nežnejšega spola. *Gladiatorski tip Russella Crowa je premamil vse. Ženske se ne morejo ubraniti skomin, moški ga z zavidanjem občudujejo. V predpoletnih mesecih pa se nezadovoljstvo z lastnim videzom zavedo še tako zapriseženimi lenuhi in poskušajo rešiti, kar se rešiti da. Nekateri*

⁹⁷ »Večina kozmetičnih operacij, nad devetdeset odstotkov, se izvaja na ženskah; izključno iz estetskih razlogov. Najpogostejši so posegi so vbrizgavanje botoksa, s katerim zamrznejo obrazne mišice, ki povzročajo gube, lifting obraza, povečanje prsi in odstranjevanje maščobe. Številni podatki govorijo o nenehnem in relativno zelo visokem naraščanju števila operacij tudi med moškimi. Moški se najpogosteje odločajo za presajanje las. Operacije ušes so pogoste pri obeh spolih v približno enaki meri.« (Kuhar, 2004: 113)

⁹⁸ »Do zanimivih ugotovitev sta prišla tudi Andersen in Di Domenicova (1992), ki sta pregledala dvajset najbolj priljubljenih ameriških ženskih in moških revij. Ugotavljala sta, ali razlika v številu člankov v zvezi z dietami in telesnimi oblikami v ženskih in moških revijah zrcali razliko v razširjenosti motenj hranjenja med populacijo žensk in moških. Rezultati kažejo, da vsebuje deset revij, ki jih ženske najpogosteje berejo, bistveno več člankov in oglasov o dietah, kakor deset revij, ki jih najpogosteje berejo moški. Razmerje med članki o dietah v moških in ženskih revijah je bilo 1:10, kar je enakovredno razmerju o razširjenosti motenj hranjenja med moškimi in ženskami v splošni populaciji. Če se moške revije osredotočajo na telesni videz, poudarjajo članki in oglasi predvsem spreminjanje telesnih oblik ('bildanje'), ženske revije pa spreminjanje telesne teže (hujšanje).« (Kuhar, 2004: 100)

se zapodijo v naravo, drugi se mučijo v fitnessih, vsi z istim ciljem – da bi bili videti čim lepši.» (Mars, maj 2002: 84)

3. 3. 2 LEPO TELO JE NEGOVANO IN MODNO TELO

*Bistvo mode je, da reprezentira skoraj vsakoletno – toda navadno podzavestno zaznano – spremembo v tem, kar velja za lepo. Barva, dolžina in oblika oblačil so se v zadnjih desetletjih drastično spreminjale. Še več – tudi tip ženske, katere lepota nam je bila postavljena za zgled, se je precej spreminjal – na primer razlika med Twiggy in Julie Christie v 60. letih, Mario Schneider v 70. in Nastassio Kinsky v 80. Toda ta raznolikost barv, pričesk in stilov oblačenja prikriva, kaj je bilo v zadnjih tridesetih letih dosleden modni trend. Podobe, ki so nas bombardirale v teh letih, puščajo le malo dvoma o tem, da gre za zelo določen ideal, ideal popolnega telesa.
(Rosalind Coward: *Ženska želja*, 1989: 27)*

Kot smo že omenili, med univerzalno privlačne telesne značilnosti ženske spadajo čvrste prsi in boki, gladka in čista koža, ustrezno razmerje med pasom in boki, moški pa je privlačen, če je videti mladosten. Za doseg te značilnosti tako ženska kot tudi moški skrbita z lepotičenjem telesa, revije pa jima pomagajo z nasveti.

*»Začnite s počepi in z izpadnimi koraki, kajti ohlapne mišice na nogah so 'out', mini pa letošnjo pomlad še kako 'in'. Oblečene v tanke, lahne mini oblekice in z visokimi petami na nogah boste zaplesale, se spogledovale in nase pritegnile marsikateri pogled.«
(Cosmopolitan, maj 2003: 120)*

V prejšnjem poglavju obravnavani telesni ideal – vitkost – se kot poseben vsebinski sklop v revijah lahko povezuje tudi z drugimi vsebinskimi sklopi, najpogosteje z lepoto/lepotičenjem/modo.⁹⁹ Navidezno vitkost lahko bralka in bralec, kot ju prepričujejo revije, dosežeta tudi s pravilnim stilom oblačenja.

*»Za **optično povišanje in zožanje postave izberite oblačila s pokončnimi črtami, naj bodo to vzorci ali šivi. Tudi uhani v obliki vertikalnih črt vas bodo zožali. Ne pozabite na seksi visoke petke in nosite V-izrez majic – pokažite ključnico, edini del telesa, ki se nikoli ne 'redi'«** (Cosmopolitan, april 2004: 62, 63),*

⁹⁹ »Ženske se pri (samo)konstrukciji poslužujejo različnih mehanizmov za obvladovanje svoje, družbeno sprejemljive, individualnosti. Eden izmed njih je 'mehanizem mode', s katerim pa ženska ne sporoča le o družbeni situiranosti, načinu življenja in osebnem slogu, ampak ji oblačenje pomaga pri reprezentaciji 'sporočil o seksualnosti'.« (Legan, 2004: 114)

»Zožajte pas s skrbno izbranimi vzorci – s polkrogli ali kontrastnimi vzorci na **'kritičnih delih'**. Izberite daljši suknjič s pokončnimi črtami in nosite ozke torbice, ker široke torbice postavijo optično razširijo. /.../ Z božanskimi uhani ali vpadljivimi topi **pritegnite pozornost na zgornji del**. Krilo do kolen s pokončnimi ali asimetričnimi črtami bo optično zožalo boke. /.../ Najboljši učinek boste dosegle z elastičnimi 'podhlačami', ki vam bodo zožale stegna in dvignile zadnjico.« (Cosmopolitan, april 2004: 62, 63)

»Že v prejšnji številki revije MODA IN ... smo za vas poiskali nekaj dragocenih nasvetov, **kako se obleči, da bi prikrije kakšen kilogramček**. Tokrat smo poiskali nekaj koristnih nasvetov tudi za druge tipe postav. Torej ne samo za tiste, ki se otepajo z odvečnimi kilogrami. Tudi lepotice z naslovnice, filmske in glasbene zvezde ter fotomodeli nimajo popolnih postav. Imajo pa to srečo, da za njihov popolni videz skrbi četa izurjenih strokovnjakov, ki vedo, kako se morajo te ženske naličiti, da bi poudarile najlepše in postale lepotice, ki smo jih vajeni.« (Moda in, april/maj 2002: 106)

»Nekaj kilogramov in centimetrov, ki nas ločujejo od idealne postave, ni in ne sme biti ovira pri oblačenju, treba je le znati izbrati prave kroje. Na srečo je zares tako tudi zato, ker **si vse ženske želijo biti lepo in moderno oblečene**, in zato je tudi ponudba oblačil večjih števil vedno večja.« (Anja, 7. marec 2003: 8)

»Velike cvetlice v toplih barvah sonca se odlično ujemajo s črno podlago. Kroj je preprost, saj postavijo samo nakaže. **Zaradi črne podlage je obleka idealna za prikrievanje odvečnih kilogramov** – črna barva optično zoži.« (Lisa, 24. julij 2003: 4)

Lepota/lepotičenje/moda so tudi samostojni vsebinski sklopi v revijah in v njih je najbolj očitno prikrito oglaševanje izdelkov in storitev.

»Začenja se sezona razrednih portretov, fotografiranja na maturah in prvomajskih počitnicah ali pa potrebujete fotografijo za osebno izkaznico, ki vas bo spremljala še dobrih deset let. Bodite vedno pripravljene in fotografij vam ne bo več treba trgati. Zaupali vam bomo skrivnost: na predelih, ki so označeni na fotografiji, uporabite tehniko *chiaro – scuro* (svetlo – temnih tonov) ali po domače: vzemite svetlejši korektor, po možnosti svetleč. **Svetujemo vam brezbarven izum Shiseido Smoothing Veil** ali tekoči puder s svetlečimi delci – **Nivea Beaute Teint Lumi –Nature**.« (Cosmopolitan, maj 2003: 48)

»Parfum je skrito orožje negovanih žensk. Šele ko si nakapamo nekaj tistega dragocenega vonja, se čutimo popolne. Bolj kot zapestnica ali torbica pa je izbrani vonji tudi izraz naše osebnosti: samo če nas vonjava spominja na prijetne dogodke in je hkrati v skladu z našim življenjskim slogom, bomo z njo očarali tudi druge in poudarili svojo ženskost.« (Anja, 7. marec 2003: 12)

»Pokukajte v trgovino Mango, kjer vas pričakuje kolekcija oblačil modnih barv in domiselnih oblik za letošnja pomlad in poletje. Trgovina Mango je v trgovskem centru *Tangram, BTC, dvorana V, Ljubljana*.« (Anja, 4. april 2003: 6)

Lepotičenje telesa pa ni samo domena žensk, tudi sodobni moški naj bi se ravnali po nasvetu revije in poskrbeli za svoj zunanji izgled. Kot piše Katja Mai v reviji *Mars* (december 2001: 78), »žametno mehka zagorela koža brez dlak in bleščeče urejeni nohti že dolgo niso le znamenje ženskosti.«

»Na modnih revijah poleg manekenk izstopajo tudi njihovi moški kolegi, katerih telo pogosto ni poraščeno. V modi je, da se močnejši spol izogiba naravno pridobljenim dlakam oziroma prijaznemu medvedkastemu videzu. Nekdanje jasno začrtane meje med spoloma ni več. Porcelanaste lutke torej niso več le ženske. Mogoče bo človeška rasa tega planeta že kmalu navidezno neločljiva glede na dva temeljna principa. Kaj omogoča tako veliko družbeno spremembo? Odgovor je preprost. Že Platon ni zanikal njene manipulativne moči. Dame in gospodje, magična beseda kozmetika! Svet obvladuje globalno in lokalno. Med obiskom treh naključno izbranih lepotnih delavnic v središču Ljubljane se je v veliki meri pokazalo, koliko dajo nase in kakšni so slovenski moški.« (Mars, december 2001: 78)

'Ženske' in 'moške' revije oblikujejo življenjski stil¹⁰⁰ in imajo vlogo kažipot. »Informirajo in artikurirajo komercialne interese, so preplet ekonomskih in kulturnih teženj, odsevajo družbene in kulturne spremembe in potrebe, ki oblikujejo in vzdržujejo identiteto (družbeno konstruirani jaz) in subjektiviteto (samorazumevanje in samotematizacija) žensk.« (Skumavc, 2002: 114) Spodnji primer kaže, kako revija z nasveti usmerja okus bralcem in pri tem promovira določen izdelek:

*»Na sprehodu po enem od slovenskih kopališč smo našli osem žensk z različnimi postavami in seveda različnimi kopalkami. **Eva je zanje našla kopalke, ki jim po našem mnenju pristajajo bolje kot njihove in poudarjajo ali prikrijejo tisto, kjer je treba!**« (Eva, avgust 2003: 40)*

3. 3. 3 LEPO TELO JE MLADOSTNO TELO

*Čas sedanji in čas pretekli
sta oba morda navzoča v času prihodnjem
in čas prihodnji vsebovan v času preteklem.
Če ves čas je večno navzoč
ves čas je neodkupljiv.
(Thomas Stearns Eliot: *Burnt Norton*, odlomek)*

'Moške' in 'ženske' revije reprezentirajo podobe moških in žensk, ki so v skladu z evolucionistično teorijo univerzalno privlačnih telesnih značilnosti. Poleg v prejšnjih

¹⁰⁰ »Kreiranje življenjskega stila, ki temelji predvsem na podobi in ne vsebini, je nujno potrebno za umestitev in funkcioniranje v današnji družbi.« (Skumavc, 2002: 114)

poglavjih obravnavanih značilnosti je videz sodobnega moškega in ženske še mladosten. Tudi za dosego takšnega videza ponujajo revije različne nasvete, najmanj 'boleč' način so različne kreme in preparati.

»S kozmetičnimi preparati, ki so iz leta v leto boljši in bolj učinkoviti, lahko koži povrnete kompaktnost in zmanjšate gube. Mladostniški ali starejši videz je torej precej odvisen od vas samih« (Lisa, 24. julij 2003: 44)

»Botulinum toxin, ki ga pod kožo injicirajo, je dobil blažjo konkurenco. Tudi skalpelom, kolagenskim injekcijam in silikonu se baje ne piše ravno svetla prihodnost. V ospredje prihajajo manj grobe metode za dosego **privlačnejšega in mladostnejšega videza**.« (Modna Jana, julij 2003: 146)

V prispevku naštejemo različne izdelke: krema za naravno nadzirano povečanje ustnic, krema Time reverse s podobnim učinkom, kot ga ima botulin – glajenje gub, izdelek Lifting Supreme, losjon Faux tox – izdelek proti mimičnim gubam, Resolution – mehčanje podkožnih vlaken, Eksspresionist – omeji vstop kalcija v fibroblaste in zavre nastanek gub, Beauty tox – najnovejša alternativa botulinu – ni primerna za domačo uporabo, izvajajo v kozmetičnih salonih. (Modna Jana, julij 2003: 146)

»V tekstih avtorji najpogosteje uporabljajo način pripovedovanja iz osebne izkušnje, kar se največkrat izkaže kot teatralno orisovanje izbranega predmeta.« (Legan, 2004: 122)

»Tako je moja koža občutila že marsikatero blagodejno učinkovino: eterično olje tri tisoč svetov suhocvetnice z dodanim hladno stiskanim oljem dvoletnega svetlina in grozdnih pešk za pospešeno obnavljanje kože (Elixir, L'Occitane) /.../ Ali pa denimo čistilno masko z glino, ki vpija odvečno maščobo in odstrani škodljive snovi (Purifying mas, Matis). **Nisem se mogla upreti** niti novosti za zrelo kožo, kremi koncentratu (Prodigy, Total anti-ageing concentrate, Helena Rubenstein), ki hkrati učinkuje na kar pet vzrokov, zaradi katerih se koža stara: upočasnjeno celično obnovo in mikrocirkulacijo, zmanjšano sintezo lipidov (suhost kože), degeneracijo kolagena in elastina in pigmentiranosti. /.../ Po uporabi **je bil občutek res izjemen**: koža je kar zasijala z novo energijo, bolj sveža, čvrsta in prožna, mehka in žametna, **gubice pa so definitivno postale manj opazne**, kar je odličen rezultat.« (Modna Jana, september 2002: 112)

Tudi v teh primerih gre za prikrito oglaševanje.

»En vikend – eno popolno telo! 48 ur do lepega videza in dobrega počutja: **Za vas smo preizkusili** vikend (na podobne hitre "prenove" prisega večina holivudskih zvezd) in zaspano telo prebudili od sivih dni. Po 48-urnem tretmaju boste v nov teden zakorakali lepši in z več energije. Urniku sledite kar se da natančno.« (Eva, januar 2003: 85)

Poleg pripovednega načina v prvi osebi, revije promovirajo izdelke z navajanjem zdravnikov, ki določen izdelek ali storitev priporočajo.

V *Glossu* (februar 2005) plastična kirurginja dr. Mirta Matić iz kirurškega sanatorija Ljubljana predstavi neboleč način pomlajevanja, 'fotopomlajevanje':

»/.../ Koža po laserskem posegu postane **bolj čvrsta in napeta**, ten bolj enakomeren, madeži pa izginejo. Celoten videz je bolj svež in na pogled vsaj za pet ali celo deset let mlajši. In vse to brez številnih negativnih stranskih učinkov klasične lepotne kirurgije – brez poškodb tkiva, popačene mimike, umetnega videza, dolgotrajnega okrevanja, zapletov zaradi splošne anestezije, da o visoki ceni posegov niti ne govorimo. Za tiste, ki želijo z obraza na najbolj naraven način zbrisati nekaj let ter ohraniti svoje poteze, **je fotopomlajevanje** v kombinaciji z nekaterimi drugimi tehnikami, ki so prišle na trg pred petimi leti in sprožile pravo revolucijo v kozmetologiji ter lepotni industriji, **najboljša rešitev**« (Gloss, februar 2005: 179).

Kot v prispevku še doda strokovnjakinja, lahko fotopomlajevanje uporabijo že pri 30 in 40-letnice, pri 25. je nekoliko prezgodaj, je pa po njenem mnenju bolje začeti prej kot pozneje. (Gloss, februar 2005: 179)

3. 3. 4 HETEROSEKSUALNI ODNOSI – AKTIVNI MOŠKI IN ŽENSKÉ KOT OBJEKT OPAZOVANJA

Strog nadzor nad seksualnostjo žensk je očitno značilen za družbe, v katerih vladajo moški. Namen poroke je na primer pogosto v tem, da zagotovi delo žensk in njihovo reprodukcijsko sposobnost v korist moških. /.../ Zahod se mnogokrat ponaša s seksualno svobodo, z osvobojenostjo od arhaične tradicionalne morale. Seksualna svoboda naj bi pomenila, da so posamezniki svobodni in lahko prosto sledijo svoji izbiri seksualnih partnerjev, ne glede na zahteve skupnosti, družine ali države. Privlačili naj bi drug drugega brez kakršnihkoli premoženjskih ali političnih zadržkov. (Rosalind Coward: Ženska želja, 1989: 63)

Eden od sklopov v 'moških' in 'ženskih' revijah, in s tem reprezentacija spolov, so tudi heteroseksualni odnosi. Revije v reprezentaciji spolov kot samoumevno postavljajo spolno naravnost: ženska "mora" imeti moškega partnerja, moški naj bi gledal le za ženskami. Pri tem za ženske velja, da dajejo prednost resni zvezi, moškim je pomembna le spolnost. Velja tradicionalno pojmovanje: moški so v odnosu aktivni, ženske pasivne in objekt opazovanja.

Eva (avgust 2003) je tako izvedla akcijo:

»**Katero velikost in obliko ženskih prsi bi si izbrali moški**, če bi lahko izbirali in primerjali s sadjem. Torej, ali **nežne kot breskvice**, okrogle in **čvrste kot grenivka ali velike kot melone**. Prav veliko tile fantje niso razmišljali.« (Eva, avgust 2003: 20).

Večina od 7. fantov, ki so jih v akciji nagovorili na ulici, se je odločila za grenivke.

Cosmopolitan (maj 2003) pa je v prispevku z moškega vidika 'svetoval' ženskam, kako se morajo obnašati, da bodo pritegnile moške poglede.

»Že **sekundarni pogled na košček perila**, ki poblisne izpod obleke, na primer na naramnico modrčka, ki je nagajivo ušla mimo roba majice, refleksno **prebudi naše hormone**. Prva misel je, kjer je perilo, se nekaj skriva pod njim. ... Želimo si, da bi ob takih priložnostih ženske razmišljale širše. Saj veste, darilo je popolno takrat, ko je lepo aranžirano in zavito. Vsebina je torej enako pomembna kot embalaža, zatorej si (nam) privoščite nežne čipke. Po možnosti rdeče, ne podcenjujte pa niti klasične bele« (Cosmopolitan, maj 2003: 60)

»Moški ne vidimo vašega utrujenega telesa, ki hlasta po sprostitvi, ampak zapeljivo usločeno postavo. Pri pretegovanju se namreč zaradi iztegnjenih rok nad glavo vaše prsi dvignejo, hrbet se usloči in vaše telo v naših očeh zablesti v vsej dolžini. Položaj nas spomni na intimni položaj in spusti naše primarne nagone z vajeti. Skrivoma bomo obračali poglede in vas, kolikor se bo le dalo neopazno občudovali, misli pa nam bodo spet uhajale na 'prepovedano' področje« (Cosmopolitan, maj 2003: 60)

Vendar za »objekt spolne zadovoljitve« veljajo tudi določeni kriteriji:

»Privlačijo nas odprte, zgovorne ženske, ki se rade odkritosrčno smeji, še posebej, ko skušamo biti duhoviti« (Cosmopolitan, maj 2003: 62).

Revije moškim tudi svetujejo, kako zapeljivati ženske:

»10 korakov za happy-end nespodobnega povabila – od spoznanja do poroke: (nasveti moškim, kako osvojiti žensko in kaj se dogaja potem)...« (Moda in, april/maj 2001: 15)

Moški "morajo" narediti prvi korak:

»'Zahajaš sem pogosto?' ali 'Si osamljena, lepotička?' vsekakor ne more narediti vtisa in je znak napačno izbrane taktike. Prav tako ne pričakujte prevelikega uspeha, če so vaši lasje zamaščeni, če zobje niso neoporečni in še posebej, če oddajate sumljiv odeur« (Moda in, april/maj 2001: 15).

Sledijo nadaljnji nasveti, s katerimi revija moškemu obljublja, da se bo osvajalski pohod končal po njegovih željah – osvojitvijo izbrane ženske.

Začetno zapeljivanje vodi tudi do resnega heteroseksualnega odnosa. Še posebej to revije izpostavljajo pri ženskah, od katerih se pričakuje, da imajo fanta:

»Si že nekaj časa sama? Ne obupaj! Dobri fantje so na vsakem koraku, samo potruditi se moraš in oditi na prava mesta.« (Cool, 3. marec 2005: 37).

V nadaljevanju dobi dekleta nasvete, kje vse lahko 'najde dobrega' fanta (na športnem terenu, v šoli, v trgovini, v kinu, v videoteki, na avtobusni postaji, na pijači, v tvojem nadstropju), kako mora pristopiti in kako se obnašati.

Če oziroma ko fanta že ima, ga mora obdržati in tudi tu ji z nasveti na pomoč priskoči »nadomestna sestra«, ki ji svetuje, kako se mora in kako ne sme obnašati, če želi ohraniti zvezo.

Cool (1. januar 2005) dekletom tako svetuje, da ne smejo fanta kritizirati pred prijatelji

»fantu so njegovi prijatelji namreč zelo pomembni. S tem seveda ne odvzemam možnosti, da to poveš svoji najboljši prijateljici. Mora biti pa res najboljša, da bo stvar znala zadržati zase. Nekomu se vendar moraš potožiti.« (Cool, 1. januar 2005:7),

ne sme mu jemati prostosti ali pritrditi vsaki njegovi besedi:

»Fantje imajo namreč radi inteligentne punce z lastnim mnenjem in ne 'kure', ki ves čas kimajo z glavo in z njo nič ne mislijo ...« (Cool, 1. januar 2005:7),

ne sme mu reči,

»da je tvoja največja ljubezen in da nikoli ne bi mogla živeti brez njega. Fantom se v glavi namreč takoj odvrti slika, kako te sučejo okoli prsta. **On se mora potruditi zate in, če boš dajala vtis samostojnosti in nedosegljivosti, boš s tem še zanj bolj privlačna ...**« (Cool, 1. januar 2005:7).

Anja (4. april 2003) piše o tem, zakaj je dobro, da ima dekle fanta:

»Toda že v naslednjem trenutku se naši moški spremenijo v najslajša bitja, ki ti znajo od pravem času izreči kompliment, zmasirati utrujene noge in se lotiti gospodinjskih del. Tudi zato bi bilo življenje brez njih preprosto dolgočasno, včasih pa tudi povsem nemogoče. Potrebujete še kakšen razlog, zakaj so predstavniki močnejšega spola zakon? Ponujamo vam deset namigov, zakaj je življenje z moškimi (lahko) tako zelo prijetno. Nanje se spomnite še posebej takrat, ko že razmišljate, da bi svojega najdražjega najmanj za nekaj tednov poslali daleč proč od sebe!« (Anja, 4. april 2003: 22)

Deset namigov: moški je strokovnjak, ki izpolni napoved za odmero dohodnine, ženski daje zavetje ob gledanju grozljivke, njegov odhod na ogled nogometne tekme lahko ženska izkoristi za klepet s prijateljico ali obisk kozmetičarke, moški se lahko, če hoče, spremeni v kuharja, je računalniški genij, ki popravi nerodnosti ženske za računalnikom, je mojster za vse, opere avtomobil, se je po prepiru najlepše pobotati z njim, nudi topel objem in tolažbo. (Anja, 4. april 2003: 22, 23)

Ker ženske po trditvah 'ženskih' revij ne morejo brez moških, tudi Eva (avgust 2003) svojim bralkam z nasveti pomaga, kako partnerja obdržati.

»Kar si moški želi na počitnicah, se ne razlikuje bistveno od tistega, kar si moški želi ves čas. Vašo družbo, čim več seksa, neomejene količine hladnega piva in ... čim manj 'romantike'. Kako pa bi izgledal njegov idealen počitniški dan, pa si lahko (po informacijah iz prve roke) preberete spodaj.« (Eva, avgust 2003: 52)

Kot piše v nadaljevanju prispevka, si moški, po informacijah 'iz prve roke' (nikjer ni omenjeno, kdo je ta prva roka, vir teh moških želja) zjutraj želi seksa, na plaži se igra s svojimi 'igračkami', skozi sončna očala opazujejo druge ženske, ne manjka tudi posedanje za barom s kozarcem piva v roki in debatiranje z ostalimi moškimi o športu, prebira tudi

časopise, predvsem športne strani, nakupovanja ne marajo, zato revija ženska svetuje, da moške pustijo ta čas same. Moški prav tako ne marajo dolgotrajnih ženskih priprav na večerjo, zato je nasvet ženskam, da jim povedo, kako naj se oblečejo, potem pa jih pošljejo v lokal na pivo. Med romantično večerjo bodo ženske pritegnile pozornost z obljubo 'umazanega' seksa na plaži, obljubo pa naj vsekakor izpolnijo. (Eva, avgust 2003: 52-53).

Kaprica (oktober 2003) pa je objavila rezultate raziskave o moškim najpomembnejših stvareh v postelji. Najpomembnejše je hrepenenje ženske po njem

»ne gre le za lastno povečevanje, moški namreč želi vedeti, če ima nekaj, zaradi česar se bo lahko še vračal k vam« (Kaprica, oktober 2003: 77),

sledi seksualno navdušenje

»ne glede na to, kolikokrat sta se že srečala, moškega vedno prijetno preseneti, da je našel žensko, ki je tako nora na seks kot on.« (Kaprica, oktober 2003: 77),

pomembno je tudi izražanje v postelji, to, da je ženska zadovoljna s svojim telesom, da ima smisel za humor in doživi orgazem. Za moške je pomembno tudi, da ženska obvlada dober oralni seks, kaj ima oblečeno v postelji in da je 'drugačna'. (Kaprica, oktober 2003: 77, 78)

Če pa v odnosu slučajno 'zaškriplje', se mora ženska potruditi, da bo obdržala partnerja, mora mu dati še eno priložnost:

»Ženske se v čustvenih zadevah pogosto prenagljijo. Tudi ko zapuščajo partnerja. Da vam pozneje ne bi bilo žal, vam ponujamo kratek vprašalnik, ki bo razkril, kaj v resnici čutite do njega.« (Anja, 7. marec 2003: 16)

V 'pomoč' ji je kratek vprašalnik, s pomočjo katerega naj bi na hitro (kar je običaj za reševanje težav v revijah – čim hitreje in s čim manj napora) ugotovila, v kakšnem stanju je njuna zveza oziroma si premislila in mu dala še eno priložnost.

»Ali vas je že kdo imel tako rad, kot vas ima on? – Če je njegova ljubezen globoka, kar pomeni, da se ob njem počutite zaželeni in vredni, se splača prezreti tudi kakšno njegovo napako. Če bi ga srečali danes, ali bi vas ravno tako pritegnil? – Če je še vedno moški, kakršnega si na splošno želite, tako po intelektualni kot čustveni in telesni plati, ga najbrž ni pametno na hitrico odsloviti. /.../ Ali se je pripravljen spremeniti, prilagoditi vašim zahtevam? – Ni se modro posloviti, ne da bi mu ponudili še ene priložnosti – če se je le, zavoljo vas, pripravljen spremeniti. Ali mislite, da se bo vaše življenje brez njega spremenilo na boljše ali na slabše? – Razmislite dobro o vseh njegovih dobrih lastnostih in ne samo o slabih in se šele potem odločite.« (Anja, 7. marec 2003: 16)

Videli smo, da revije v veliki meri ohranjajo tradicionalno razumevanje spolnih vlog, vsaj kar zadeva heteroseksualno spolnost. Vendar nekatere revije (*Lisa*, 17. julij 2003) reprezentacijo vlog v odnosih in heteroseksualnih zvezah nadgrajujejo; sodobne

ženske niso več zgolj objekt moškega opazovanja, ampak že same prevzamejo pobudo za zapeljevanje moških. Revija *Lisa* pa jim svetuje, kako:

»Žal pa ni vedno preprosto ugotoviti, kaj je tisto, kar moškega dodobra razvname. O tem moški s svojimi partnerkami ne govorijo radi. Vendar to za Liso ni ovira, zato smo moške kar drzno vprašali: Kako bi bili radi zapeljani?« (Lisa, 17. julij 2003: 32)

Tisto, o čemer moški ne govorijo radi s svojimi partnerkami, so torej brez težav zaupali reviji *Lisa*, ki je zbrala 9 različnih odgovorov moških, starih med 27 in 43 let.

Sodobne ženske tudi znajo izkoristiti svoje »čare«:

»Lep nasmeh lepega dekleta in evo ti debelejši šnicel, popust na blagajni, prosto parkirišče. Vse je mogoče in vse je zastonj. /.../ Vse bi naredili, da bi trenutek trajal čim dlje. In da bi se ponovil. Zato z nasmehom odprejo parkirno rampo, častijo kavo in podpišejo tisto pogodbo, 'ker si to ti'. Ja, ker sem to jaz. /.../ Več dobim, ker ti več dam. Neumna bi bila, če te igre ne bi igrala tako. Če bi pustila, da gre ta kapital mimo. To je najbolj očitna valuta, ki odpira vrata. /.../ Še bolj neumna bi bila, če bi pozabila, kako zelo krhka stvar je mladost, kako pokvarljivo blago je lepota in kako dolgotrajne so lahko vezi med dobrimi ljudmi. Imam slabo vest, ker se ne zapenjam do vratu in izbiram prav posebno grdih oblačil, da bi me lansirale nazaj v povprečje sivih mišk? Ne. /.../ Za globok pogled v tvoje oči ne zahtevam plačila in ne plačujem za to, da bi sklenil posel z menoj. Sem, kar sem. Odločitev pa je vedno tvoja.« (Playboy, december 2005: 132, Provokacija - avtorica Pika G.)

3. 3. 5 PRESEGANJE TRADICIONALNIH ZNAČILNOSTI SPOLOV

*Po službi rad grem na pir,
da imam vsaj malo mir pred šefom in pred tabo, draga.
Eni obsojajo me, drugi strinjajo se,
a glavno je: to mi pomaga,
da zase časa mal mam, da eno uro sem sam
in da mi nihče ne teži, da naredim rezime,
mislim, na kar se ne sme,
In da vsaj malo se sprostim.
Potem pa znova vrnem se na stara pota,
brez žganja, piva al merlota,
brez grešnih misli in želja.
Potem pa znova se,
Slovenc poštenga kova,
ki živi le za družino
in v službi vse od sebe da!
/.../
(Adi Slomar: Po službi)*

Revije, ki smo jih obravnavali, še vedno ohranjajo nekatere tradicionalne značilnosti in področja: šport in avtomobilizem sta moški domeni, gospodinjstvo in moda ženska. Posebej pri avtomobilizmu gre za prikrito oglaševanje.

»Hummer H1 je brez dvoma **ultimativna moška igrača**. /.../ Še vedno pa velja, da **pravi 'dedci'** vozijo le H1, za katerega marsikateri nevednež meni, da je bil le predhodnih H2 in da H1 sploh ni več v prodaji. /.../ H1 je pač statusni simbol, je moška igrača, podaljšek vašega ... hmm ... no ... vašega ega. Je nekaj, česar absolutno ne potrebujete, a kar morate prav zaradi tega nujno imeti v garaži.« (Playboy, december 2005: 97)

»Ko se usedete v tega športnika, ne morete biti ravnodušni in ga ne morete voziti kot upokojenec; utrip se vam dvigne, adrenalin naraste, obraz pordeči. Ob športnem rohlenju in radovednežih, ki se takoj, ko zaslišijo rohlenje osemvaljnika pojavijo na ograjah Ferrarijeve piste Fiorano, tudi vi pomislite, da ste Schumacher in podite vozilo iz ovinka v ovinek, od ostrega pospeševanja do krutega zaviranja in tako naprej do skrajnih meja. Če ste dobri, vam aplavz lokalnih navijačev ne uide.« (Moda in, april/maj 2001: 11)

Moški svet pri predstavitvi avtomobila uporablja opis, s katerim avtomobil primerja s privlačnim ženskih telesom:

»Njam! Tale Alfa 147 je dobra, da bi jo človek pohrustal. Kompaktna, čokata, z **napetimi boki in čvrsto zaobljeno zadnjico ter šarmantnimi očmi**. Prednja maska naj bi obudila čase, ko se pred Alfo dvigoval klobuke sam Henry Ford in ko je pri Alfi kot mlad inženir služboval Enzo Ferrari.« (Moški svet, april 2001: 37)

Naša žena (junij 2005) pa moško 'obsedenost' z avtomobili interpretira takole:

»Medtem ko je avto za žensko nadvse koristno prevozno sredstvo in kvečjemu statusni simbol, ima ta za moškega dodaten psihosomatski pomen. Moški namreč doživljajo avtomobil kot podaljšani penis in v tem verovanju se skrivajo korenine slovenske prometne pogube. Veliko bolj praktično in zanesljivo manj smrtonosno bi bilo, če bi nam uspelo moške prepričati, naj si podaljšano moškost predstavljajo v obliki likalnika.« (Naša žena, junij 2005: 23)

Kot piše avtorica Nedrana Grisogono v prispevku Mala šola avtomačizma, slovenski moški z avtomobilom izvajajo 'boj za samico'

»najbolj zaželeni so tiste, ki se držijo prometnih predpisov. Zalepijo se jim na pločevinasti zadek, jih zalezujejo na pičlih deset centimetrov, jim dihajo za ovratnik, trobijo in bliskajo kot božično drevesce, jih prehitevajo po levi in po desni, mahajo z eno roko ali kar z obema, kažejo srednji prst, plazijo jezike, se kremžijo in pačijo. Skratka, izkažejo se s pisanim repertoarjem pritegovanja pozornosti, ki mu neandertalsko dvorjenje boljšim polovicam še zdaleč ni bilo kos.« (Naša žena, junij 2005: 23)

Razburi jih vrivanje v njegov vozni pas,

»če pa boste spremembo smeri pravočasno nakazali z vključevanjem smernega kazalca, gorje vam. Utripanje drobnih lučk bo signal za sproženje zverinskosti. Mačo bo v tem primeru ubogal le svoj prvinski nagon in naredil vse, da preganjani pripadniki nežnejšega spola prepreči vožnjo v zeleni smeri ali jo pri tem vsaj ovira, najsi bo za ceno življenja ali tveganja, da bo zaradi tega končal na napačnem koncu mesta.« (Naša žena, junij 2005: 23)

V omenjenih primerih veljajo 'tradicionalne' opredelitve: za moške je pomemben njihov avtomobil, ki je lahko tudi statusni simbol, po drugi strani pa jih prav avtomobil označuje kot posameznike, ki jih vodi njihov spolni nagon.

Ker tudi po pisanju revij velja, da so moški tradicionalno dobri vozniki, ženske pa ne, *Elle* (december 2005) na primer ženskam svetuje, kako tovrstno miselnost preseči. Najpomembnejši nasvet je seveda vaja, ki dela mojstrico.

»Zavedajte se, da ogledala niso namenjena šminkanju, ampak preverjanju, kaj se okoli vas dogaja. Če se lišpate med vožnjo, je nevarno, če se med tem, ko stojite na semaforju, pa nadležno. Zelena luč ne pomeni, da je treba pospraviti maskaro, ampak da morate čim prej pritisniti na plin.« (*Elle*, december 2005: 60).

Še vedno so gospodinjska opravila tradicionalno ženska opravila, ki sodobno žensko lahko »ovirajo« pri njeni karieri:

»Ko je moja sedemletna hčerka bolna, moram seveda ostati doma. A potem so vedno moji kolegi jezni name,« pravi tajnica Sonja, 35 let. »Mislijo, da ostajam doma, ker se mi ne da delati.« Vendar tako pač je. Ko se v pisarni pojavi kakšen prehlad ali gripa, se zagotovo hitro naleze tudi kakšen od otrok. Tako je človek najprej doma zaradi sebe in nato še zaradi bolnih otrok. Pisarniška miza pa se šibi pod nedokončanim delom, kolegi pa so že čisto živčni, ker morajo več delati – ker mamica spet manjka.« (*Lisa*, 24. julij 2003: 38)

Vendar, kot pišejo revije (*Men's Health*, junij 2001), se tudi ta vloga v sodobnosti nadgrajuje, saj moški danes opravijo marsikatero, nekoč izključno žensko opravilo:

»Večina (samskih) moških nosi svoje srajce v pralnico. Pa ne zato, ker bi bile umazane, ampak preprosto zato, ker jih ne bi znali zlikati, pa če bi jim šlo za življenje. Sicer pa, zakaj bi se mučili s tem neprijetnim opravilom, če vam jih za borih 300 tolarjev na kos operejo in še zlikajo? Kljub vsemu je likanje nadvse preprosta spretnost, ki jo z malce vaje lahko osvojite, saj nikoli ne veste, kdaj vam bo prišla prav. Sledite nam.« (*Men's Health*, junij 2001: 21)

Tudi pospravljanje danes ni več izključno žensko področje:

»Svet ne bo, če se boste lotili spomladanskega pospravljanja, nič lepši. Bo pa zato lepše vaše stanovanje. Zakaj bi to pomembno početje prepuščali svoji 'izvoljeni devici', če lahko z močno ročico vse postorite sami? Vaš moški ponos zagotovo ne bo ranjen, če pa navedemo dejstvo, ki ga ženske šepetajo že na vsakem koraku – najbolj seksi so moški, ki vedo kdaj in kako je treba kaj postoriti – boste najbrž kar planili k tej pomladanski dejavnosti. Samo še drobna opombica: ženske včasih šepetajo čiste kozlarije...« (*Mars*, maj 2002: 16)

Sodobni moški skrbi tudi za modo in sam nakupuje svoja oblačila:

»Ker so se ženske tako zelo emancipirale, se zdi, da so moški ostali nekako na cedilu in so prikrajšani za včasih pretirano pozornost in skrb, denimo za moško garderobo. Nemalo moških poznam, ki jim žene kupujejo oblačila, ki jim vsako jutro pripravijo, kaj naj oblečejo, kot otrokom. Si predstavljate, kaj bi se zgodilo, če bi gospa lepega dne rekla, da se ne gre več? /.../ Tisti, ki se jim kaj takega prav gotovo ne more zgoditi, so moški, ki

znajo poskrbeti zase. In če so že včasih prisiljeni početi ženska opravila, kot so kuhanje, pranje in likanje, zakaj ne bi še kupovali in po žensko zapravljali za obleke? Pri ženskah je v navadi, da vsako sezono pretežen del garderobe popestrijo z novimi oblačili. Torej nove barve, novi kroji, da ne govorimo o čevljih, torbicah, nakitu in vsej potrebni in nepotrebni krami. ...« (Mars, maj 2002: 72)

Zgledu moškega prevzema nekaterih ženskih tradicionalnih vlog so sledile ženske s prevzemom nekaterih moških tradicionalnih vlog (recimo prej omenjena vožnja), moških značilnosti, predvsem v poslovnem svetu in službi, kar pa »nadomestna sestra« včasih kritizira:

»V poslovnem svetu še vedno vladajo moški. Do danes so se že dodobra naučili obvladovati stres (vsaj navidez), in ker ženske težko zlezemo iz svoje tekmovalne kože, jih dohitevamo tudi na tem spolzkem področju. To v vsakdanjem življenju pomeni, da mlade ženske v imenu lajšanja službenega ali zasebnega stresa prevzemamo moške navade, ki ne veljajo za vzorne primere zdravega življenja, prej nasprotno. Če jih ignorirajo moški, se z njimi soočimo vsaj me.« (Elle, julij 2005: 28)

»Moški so znani po tem, da ne pokažejo čustev. Žal se je lepa in predvsem zdrava ženska navada, da se o vsem pogovarjajo s prijateljicami, začela umikati molčečnosti in hladnim nasmehom. A slejkoprej začnejo potlačena čustva bruhati na dan, predvsem v obliki depresij, ki so v zadnjem času zelo 'modne'.« (Elle, julij 2005: 28)

Analizirane revije ponujajo tudi pomen, da sodobna ženska ni več le lep obraz, imeti mora 'nekaj več'. Pri tem pogosto navajajo 'lepe' in 'uspešne' ženske, v izbranem primeru je to nekdanja mis Slovenije Miša Novak, ki je v pogovoru za izbrano revijo med drugim povedala:

»**Ampak ženska 21. stoletja mora biti zahtevna sama do sebe.** Sicer sem odraščala z drugačnimi nazori in življenjsko filozofijo in nisem imela takšnih ciljev. Naučila sem se, da videz ne sme postati nosilni element osebnosti. Bila sem zelo nesamozavestna, in to me je spodbudilo, da sem se trudila v drugi smeri. Punčke, ki jim ves čas govorijo, kako lepe so in kako bodo zaradi tega uspešne, niso tako prizadevne. /.../ Danes moraš biti zelo zahteven do sebe. Prvič je konkurenca zelo velika in drugič človeka Marylinke očarajo za pet minut, potem pa te, če jih je lep videz, pustijo hladnega. **Morajo znati zbuditi zanimanje** še s čim drugim. /.../ **Zdi se mi, da je skoraj vsaka ženska lahko lepa.** Vsaka seveda na svoj način.« (Mars, december 2001: 52, 54)

Kaprica (september 2002) pa je stereotipne predstave o izobraževanju, ki je nekoč bilo izključno moška domena, in zgolj lepih ženskah, zavrnilo s pogovorom z znanstvenico dr. Jano Kolar, ki je na vprašanje

»Ste na svoji poti ugotovili, da vam lepota prav pride?«,
odgovorila: »Za dosego ciljev se mi nikoli ni zdelo potrebno uporabljati ženskih atributov in doslej se je iskrenost še vedno izkazala kot pravilna. Pomembno je, da se v

svoji koži dobro počutim. Sprenevedala bi se, če bi trdila, da mi videz ni pomemben. Okolico dojemamo vizualno in najprej opazimo zunanost. Vendar dopadljiva podoba pogosto ne pomeni prednosti, temveč še več truda in dokazovanja. V nasprotnem primeru bi se v parlamentu ali na vodstvenih položajih kar trlo na oko prijetnih oseb obeh spolov. Ni tako? Živimo v svetu, ki je poln stereotipov, kjer so lepotice neumne in kjer jih rešujejo principi. Zdaj pa si predstavljajte, da bi Sneguljčica želela rešiti svet.» (Kaprica, september 2002:20)

O tem, kako naj bi izgledale sodobne poslovne ženske, pa je med drugim povedala:

»V medijih so nasveti o tem, kako naj bi se oblačile poslovne ženske, milo rečeno zelo mešani. Na razkošnih fotografijah nosijo modeli kratka krilca in prosojne bluže, pa to nikogar ne moti, dokler seveda ni to sodelavka v službi. Sama verjamem v preprost, nevpadljiv, urejen in še vedno ženski stil. V glavnem nosim hlače z visokimi petami, zasebno jeans in majice.« (Kaprica, september 2002: 20, 21)

3. 3. 6 EMANCIPACIJA ŽENSK

... pa vendar ne morem verjeti, da bi bil Bog hotel postaviti v svoje stvarstvo tako nizkotno bitje, ne da bi mu bil podelil tudi kakšno krepost. In ne morem si kaj, da ne bi ugotovil, da ji je On podelil mnogo prednosti in razlogov za ugajanje, od katerih so najmanj trije zelo močni. Moža je namreč ustvaril v tem nizkotnem svetu in iz blata, žensko pa pozneje, v paradizu, in iz plemenite človeške materije. In ni je ustvaril iz Adamove noge ali drobovja, marveč iz rebra. Drugič, Gospod, ki more vse, bi se bil mogel na kak čudežni način naravnost utelesiti v kakem možu, a si je vendar izvolil prebivališče v trebuhu ženske, kar je znak, da le ni tako nečedna stvar. In ko se je prikazal po vstajenju, se je prikazal ženski. In nazadnje, v nebeški glori in noben mož, pač pa bo kraljica ženska, ki ni nikdar grešila. Če je torej Gospod namenil toliko pozornosti Evi in njenim hčeram, je mar čudno, da tudi mi občutimo privlačnost čarov in plemenitosti tistega spola? (Umberto Eco: Ime rože, 1999: 278)

Občasno revije (*Cosmopolitan, Viva, Eva*) pišejo tudi o ženski emancipaciji. Večina avtoric še vedno tarna nad tem, da ženske niso enakopravne moškim, da so še vedno diskriminirane. Avtorice so za enakopravnost med spoloma, vendar so proti ravnanju žensk po 'moških vzorcih' obnašanja:

»Kot mačoti so prepričane, da je ženska brez moškega 'nepopolna', prednost dajejo delu z moškimi in verjamejo, da mora biti ženska lepa, moški pa pogumen in močan« (Cosmopolitan, april 2004: 86, prispevek »Ali ste prava ženska?«, avtorice Melite Novak).

Avtorica pozablja, da je prav revija, v kateri objavlja svoj prispevek, polna tovrstnih podob: lepih žensk, pogumnih moških, pa tudi 'nepopolnost' ženske brez moškega. Za tovrstno medijsko konstruirano realnost krivi moške:

»Glede na to, da obstaja nemajhno število mačistov, ki brez zadržkov in opravičila izjavijo, da so ženske manj vredne od moških, je vendarle večje število tistih, ki jih bo tovrstna surova obsodba osupnila in vzpodbudila k obrambi žensk. Goreče vas bodo prepričevali, da so to neumnosti, da ženske seveda niso manjvredne; so samo bolj občutljive in krhke, šibke in ranljive. /.../ In zato potrebujejo skrb in zaščito bitja, ki poseduje večjo fizično, intelektualno in čustveno moč. To pa je seveda moški! Moški, ki jih bo znal zaščititi in zanje vedno poskrbeti. /.../ Na zgornje argumente žal pristaja veliko žensk, ki neprestano izpostavljajo svojo potrebo po tem, da so zaščitene (pred kom ali čim sploh?), da nekdo prevzame skrb zanje in njihove težave.« (Cosmopolitan, april 2004: 86)

Avtorica pravi, da v zameno za 'zaščito' omenjene ženske moškemu nudijo 'topel dom', vodijo gospodinjstvo, skrbijo za udobje moškega

»in svoje hčere kljub lastnemu nezadovoljstvu vzgajajo v istem duhu, tako kot so njih njihove matere.« (Cosmopolitan, april 2004: 87)

Isto počnejo tudi revije. Vendar avtorica Melita Novak v prispevku nadaljuje s kritiko tistih žensk, ki nasprotno od 'pohlevnih in podrejenih' skušajo posnemati moške. Pravi, da niso posebej srečne,

»ker še vedno namreč niso moški, v obstoječem patriarhalnem sistemu ne morejo imeti dobička od svoje potvorjene 'moškosti'; po drugi strani pa so zato, ker odklanjajo svoje ženske značilnosti, nesposobne uživati v prednostih, ki jih imajo.« (Cosmopolitan, april 2004: 87)

V prispevku se dotakne tudi zunanje videza žensk:

»Številne ženske tako kot večina moških mislijo, da mora biti ženska na vsak način tudi 'všečna očem'. ... Telesni videz je seveda integralni del vsakega od nas in ga ni treba negirati. Pa vendar je le pri ženskah zunanja podoba stalni izvor diskriminacije, osnovni kriterij sprejemanja ali zavračanja. Za žensko je lep videz ne le zaželen, temveč obvezen« (Cosmopolitan, april 2004: 87).

Prav slednje poudarjajo 'ženske' revije, tudi *Cosmopolitan*.

Podobno piše tudi Neža Žigon v reviji *Viva*, v članku z naslovom: »Nepopolna. Pa kaj!«

»da si popolnega videza, da se popolno giblješ in razmišljaš, da si popolna zaposlena, mati, zakonska partnerica, gospodinja, ljubimka, usklajevalka in ustvarjalka. Od mene se torej pričakuje, da bom nadčlovek. Da bom superženska.«

Tudi ta avtorica ne upošteva, da so tovrstna 'pričakovanja' postavila prav množična občila, med njimi tudi revija, v kateri objavlja svoj članek. V nadaljevanju opiše svoje frustracije glede popolnega videza, seksa ter službe, doma in družbe. Članek zaključuje:

»Odločila sem se torej, da bom popolna prav v svoji nepopolnosti. Prepričala sem se, da sem čudovito, inteligentno, ustvarjalno bitje, in karkoli naredim, bo čudovito. Nič hudega, če kdaj naredim napako, saj je ta priložnost za rast in učenje. Če ne maram tega,

kar storim, je to moja lastna presoja in če želim, se bom naslednjič potrudila narediti tako, da bo rezultat drugačen..« (Viva, julij 2005: 26)

Le redke avtorice v svojih kolumnah nimajo nič proti, da so moški 'gospodarji' v hiši:

»/.../ Odkar sem srečno poročena (no, pravzaprav že malo prej), sem se prostovoljno odločila, da ne bom več emancipirana. Z največjim veseljem sem se odrekla neodvisnosti in svojo svobodo zamenjala za kompromise. /.../ Tako zdaj vsako nedeljo likam srajce, medtem ko on gleda fuzbal, ali obešam perilo, medtem ko on menja žarnice ali se ukvarja s praznim akumulatorjem. Če se kam peljeva skupaj, seveda on, medtem ko jaz že sedim v prižganem avtu, praska led z zaledenelih stekel in kida sneg z dovoza, da ne govorim o tem, da se lahko v trenutku obrnem nanj, če crkne računalnik, mikser ali pralni stroj. Veste, midva se vse zmeniva, in to tako, da sem jaz pogosto še na boljšem. Imam namreč precej emancipiranega moža, ki vsake toliko časa dobi fiksno idejo, da mora skuhati kosilo, pomiti posodo ali posesati stanovanje.« (Eva, januar 2003: 73, avtorica Tina Deu)

4 ZAKLJUČEK

»³Kaj koristi človeku ves njegov trud, trud, s katerim se muči pod soncem? ⁴Rodovi odhajajo in drugi prihajajo, zemlja pa vedno ostaja. ⁵Sonce vzhaja in sonce zahaja, hiti k svojemu kraju, od koder spet vzhaja. ⁶Veter veje proti jugu in se obrača proti severu, vrti se okrog, piha in se vrača k svojemu kroženju. ⁷Vse reke tečejo v morje in morje se ne prenapolni; v kraj kamor reke teko, tja vedno zopet teko. ⁸Vse reči so utrudljive, bolj nego se more dopovedati; oko se ne nasiti z gledanjem, uho se ne napolni s poslušanjem. ⁹Kar je bilo, bo zopet; kar se je zgodilo, se bo zopet zgodilo; nič novega ni pod soncem. ¹⁰Je li kaj, o čemer bi se reklo: "Glej, to je novo!" Zdavnaj je že bilo, v vekih, ki so bili pred nami. ¹¹Ni spomina na prejšnje; tudi na poznejše, ki še bodo, ne bo spomina nanje pri tistih, ki bodo pozneje živeli.« (Pridigar 1)

Kot smo ugotovili v diplomskem delu spolno identiteto moških in žensk določa kultura. Oblikovanje spolov se vrši v procesu socializacije, pri čemer imajo pomembno vlogo različni dejavniki socializacije. Družina kot glavni dejavnik primarne socializacije in religija, v našem primeru krščanstvo, kot eden izmed dejavnikov sekundarne socializacije še vedno ohranjata tradicionalne moške in ženske spolne vloge, ki so tudi v sodobnosti trdno vpletene v družbo. Tradicionalne spolne vloge predpostavljajo hierarhijo med spoloma: moški so nadrejeni ženskam. Vendar tovrstno pojmovanje ni univerzalno in ne velja za vse družbe, predvsem za tradicionalne, predindustrijske ne.

Na podlagi primerjave med miti o stvarjenju človeka in spolnimi vlogami pri Vikingih, Šajenih, plemenu Kato in pri Hopih predvidevamo, da so prav prvi miti o stvarjenju človeka do neke mere konstruirali realnost in z njo povezano delitev spolnih vlog.

Pomembno ločevanje med spoloma je tudi na področju delitve dela po spolu. Mit o delitvi dela pravi, da je ženska lahko samo gospodinja, moški pa opravlja vsa ostala dela.

Čeprav mit v tej opredelitvi prav tako ni univerzalen za vse družbe, pa delitev dela po spolu obstaja v vseh družbah. Od družbe do družbe pa je odvisno, kateri spol je določen za opravljanje katerega dela.

V sodobnosti pa največje ločevanje med spoloma uveljavljajo množična občila, ki so prav tako del sekundarne socializacije.

Reprezentacija, torej ustvarjanje pomenov spolne identitete, poteka v množičnih občilih, zato ne odseva družbene realnosti, ampak se konstruira v jeziku. Različni diskurzi ali družbene rabe jezika pa odsevajo odnose moči v družbi.

Namen analize slovenskih 'moških' in 'ženskih' revij je bil ugotoviti, kakšne pomene spolov vzpostavljajo in predstavljajo, predvsem kakšna je reprezentacija spolov v revijah glede na občinstvo, ki so mu namenjene – torej, ali se reprezentacije žensk v 'ženskih' revijah razlikujejo od reprezentacij žensk v 'moških' revijah in ali se reprezentacije moških v 'ženskih' revijah razlikujejo od reprezentacij moških v 'moških' revijah.

Ker smo se odločili za analizo reprezentacij, je bila najbolj primerna semantična analiza pomenov v okviru diskurzivne analize. Za analizo smo naključno izbrali po dve številki 22. različnih slovenskih 'ženskih' in 'moških' revij: 18 'ženskih' in 4 'moške'.

Pregledali smo 44 različnih izvodov revij, kar je vsekakor premajhen vzorec, da bi lahko posploševali o reprezentacijah moških in žensk v revijah. Ker pa gre za revije, pri katerih je vsebina podobna, saj smo ugotovili, da tematske vsebinske razlike v posameznih izdajah ni bilo (revija je pred recimo štirimi leti pisala o istih temah kot danes), lahko na podlagi analiziranih revij sklepamo o medijski reprezentaciji spolov.

Ugotovili smo, da se reprezentacije žensk v 'ženskih' revijah ne razlikujejo od reprezentacij žensk v 'moških' revijah; enako velja za podobe moških. Reprezentacije spolov tako v 'ženskih', kot 'tudi v 'moških' revijah lahko združimo v nekaj sklopov: vitkost (ki jo moški in ženske lahko dosežejo s tremi telesnimi projekti: dietami, vadbo in kozmetično kirurgijo), lepota/lepoticenje/moda, romanca/heteroseksualna spolnost.

Analizirane revije bralcem in bralkam sporočajo, da je v sodobni družbi pomembna lepota, ideal pa je vitko telo brez maščobe, celulita ali ohlapnih mišic. Ta ideal velja tako za ženske kot moške. Vitkost pomeni lepoto, ta pa prinaša uspeh, ki je lahko le dobro lastno počutje ali, kar je pomembnejše, občudovanje drugih. Vsekakor sta sodobna ženska in moški dvojno opazovana in ocenjevana. Predvidevamo, da se najprej na podlagi medijsko konstruiranih in vzdrževanih idealov lepote samoocenjujeta, če ne ustrezata idealu, spremenita svoj življenjski stil in se mu skušata kar najbolj približati. Ker pa sta v stiku z drugimi ljudmi, ju tudi ti opazujejo in ocenjujejo. Vendar so tudi drugi bolj ali manj

izpostavljeni množičnim občilom in medijsko konstruiranim idealom, zato njihovo ocenjevanje poteka v skladu z istimi ideali.

Doseganje ideala pa je povezano še z eno vlogo, ki jo sprejme ženska in v sodobnosti tudi čedalje več moških. Vloga potrošnice in potrošnika, ki bosta kupila izdelke, ki jima jih svetuje posamezna revija. Lahko gre zgolj za kozmetične izdelke, modne dodatke, mobilne aparate, športne pripomočke, nenazadnje celo avtomobil za »pravega dedca«.

Omeniti moramo še enega od sklopov v obravnavanih revijah, za katerega se zdi, da je poleg omenjenega vitkega telesa in materialnih dobrin, sodobno merilo uspeha moških in žensk: heteroseksualne zveze. Pri tem sklopu revije še najbolj sledijo tradicionalnemu razumevanju: moški je aktiven osvajalec, lovec, ženska pasivni 'plen', 'nagrada', ki jo moški mora osvojiti. Revije pogosto predstavljajo 'moški pogled' – svetujejo ženskam, kako morajo ravnati, da bodo všeč moškim, po drugi strani pa moškim svetujejo, kakšne načine zapeljevanja morajo izbrati, da bodo uspešni pri ženskah. Vedno pogosteje pa revije tudi ženske spodbujajo, da postanejo aktivne osvajalke moških.

Ugotovili smo tudi, da 'ženske' revije bolj ohranjajo tradicionalne značilnosti posameznega spola kot 'moške', saj slednje sodobnega moškega reprezentirajo tudi kot moškega, ki sam lika svoje srajce, pospravlja stanovanje, skrbi za svojo garderobo, skratka, prevzel je marsikatero nekoč izključno žensko opravilo. Po drugi strani pa 'ženske' revije prevzemanje moških lastnosti pri ženskah pogosto kritizirajo oziroma jo dovoljujejo le v določeni meri.

Najbolj nas je presenetilo, da predvsem 'ženske' revije pogosto objavljajo prispevke, uvodnike, kolumne ali razmišljanja svojih sodelavk, v katerih te kritizirajo konstruirane ideale ženskega telesa. V svojih kritikah avtorice zanemarjajo dejstvo, da so prav 'ženske' revije v veliki meri odgovorne za te ideale, saj jih one konstruirajo, posredujejo in ohranjajo.

'Moške' in 'ženske' revije so tudi ogromen, vedno prisoten oglas. Najprej oglas same zase in za svoje preživetje na konkurenčnem trgu, potem oglas za kozmetične in druge korporacije, ki so glavni oglaševalci v revijah, in v svojih oglasnih vsebinah – jasno ločenih od ostalega besedila ali prikrito vpletenih v »svetovalne rubrike« – ponujajo različne dobrine in storitve. Revije so tudi oglas za lepe ženske in moške, ki so v svoji idealnosti že skorajda identična podoba drug drugega, kar pomeni, da je le malo prostora za »drugačne«, za odstopanja. In končno so revije oglas določenega načina življenja, oglas, ki obljublja boljše, idealno življenje.

Na koncu naj dodamo, da se zavedamo, da bi z dodatno recepcijsko raziskavo med bralci in bralkami omenjenih revij o tem, kakšno vlogo imajo revije (in druga občila) v konstrukciji njihove identitete, dejansko ugotovili, kakšen je vpliv revij na konstrukcijo spola pri bralcih in bralkah.

5 LITERATURA

1. (1990) *Miti in legende ameriških Indijancev*. Ljubljana: Revija Literatura.
2. (1990/1959) *New Larousse Encyclopedia of Mythology*. London: The Hamlyn Publishing Group Limited.
3. (1991) *Sveto pismo stare in nove zaveze: ekumenska izdaja z novim prevodom nove zaveze*. Ljubljana: Združene biblične družbe.
4. (1998) *Leksikon Cankarjeve založbe*. Ljubljana: Cankarjeva založba.
5. (1999) *Zakoni o enakih možnostih: primerjalna analiza*. Ljubljana: Vlada Republike Slovenije, Urad za žensko politiko.
6. (2004) *Edda: iz staroislandskega epa*. Ljubljana: Mladinska knjiga.
7. Althusser, Louis (2000): Ideologija in ideološki aparati države (opombe za raziskavo). V *Izbrani spisi*, 53-110. Ljubljana, Založba/*cf.
8. Atkinson, Ti-Grace (1985): Radikalni feminizem in ljubezen. V *O ženski in ženskem gibanju: zbornik tekstov*, 1-5. Ljubljana: Univerzitetna konferenca ZSMS: Republiška konferenca ZSMS.
9. Ballaster, Ros et al. (2004): Revije za ženske: teorije teksta in kulture. V Breda Luthar, Vida Zei, Hanno Hardt (ur.): *Medijska kultura: kako brati medijske tekste*. 239-270. Ljubljana: Študentska založba.
10. Banič, Stanko (1990): *Latinski pregovori, izreki in izrazi*. Ljubljana: Državna založba Slovenije.
11. Beers, Portia (1973): *Ženska in moški*. Ljubljana: Mladinska knjiga.
12. Berger, Peter L. in Thomas Luckmann (1988/1966): *Družbena konstrukcija realnosti: razprava iz sociologije znanja*. Ljubljana: Cankarjeva založba.

13. Bojc, Etbin (1980): *Pregovori in reki na Slovenskem*. Ljubljana: Državna založba Slovenije.
14. Bornstein, Kate (1999): *Spolni izobčenci: o moških, ženskah in nas ostalih*. Ljubljana: ŠKUC.
15. Butler, Judith (2001): Lanina »imitacija«. Melodramatično ponavljanje in spolni performativ. V Ksenija H. Vidmar (ur): *Ženski žanri: spol in množično občinstvo v sodobni kulturi: zbornik besedil medijskih študijev in feministične teorije*, 291-319. Ljubljana: ISH – Fakulteta za podiplomski študij.
16. Butler, Judith (2001/1990): *Težave s spolom: feminizem in subverzija identitete*. Ljubljana: ŠKUC.
17. Capps, Benjamin (1974): *Indijanci*. Ljubljana: Cankarjeva založba.
18. Colin, Didier (2000): *Dictionary of symbols, myths and legends*. London: Hachette Illustrated.
19. Coward, Rosalind (1989): *Ženska želja*. Ljubljana: Univerzitetna konferenca ZSMS: Knjižnica revolucionarne teorije.
20. Čepič, Mitja, Ana Vogrinčič (2003): »Tujec in tuje v učbenikih: kritična diskurzivna analiza izbranih primerov iz učbenika zgodovine«. *Teorija in praksa*, 40 (2), 313-334.
21. De Beauvoir, Simone (2000/1949): *Drugi spol: druga knjiga*. Ljubljana: Delta.
22. Denis McQuail (1987): *Mass Communication Theory*. London: Sage.
23. Drame, Ines (1992): Odnosno struktuirana medijska realnost kot posebna realnost. *Teorija in praksa* 24 (9-10), 849-859.
24. Eliade, Mircea (1970/1962): *Mit i zbilja*. Zagreb: Matica Hrvatska.
25. Eliade, Mircea (1995): *The Encyclopedia of Religion, Volume 5*. New York: Simon & Schuster Macmillan.
26. Elias, Norbert (2000): *O procesu civiliziranja: sociogenetske in psihogenetske raziskave. Zv. 1, Vedenjske spremembe v posvetnih višjih slojih zahodnega sveta*. Ljubljana: Založba/*cf.
27. Erjavec, Karmen (2005): Mediji in spolna identiteta. V Melita Poler Kovačič in Karmen Erjavec (ur.): *Uvod v novinarske študije*. 273-298. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
28. Erjavec, Karmen, Zala Volčič (1999): *Odraščanje z mediji: rezultati raziskave Mladi in mediji*. Ljubljana: Zveza prijateljev mladine.

29. Evans – Pritchard, Edward E. (1993/1940): *Ljudstvo Nuer: Opis načinov preživljanja in političnih institucij enega izmed nilotskih ljudstev*. Ljubljana: ŠKUC.
30. Gramsci, Antonio (1974): *Izbrana dela*. Ljubljana: Cankarjeva založba.
31. Grimal, Pierre (1989/1965): *Larousse world mythology*. New York: Gallery Books.
32. Hall, Stuart (2004): Delo reprezentacije. V Breda Luthar, Vida Zei, Hanno Hardt (ur.): *Medijska kultura: kako brati medijske tekste*. 33-96. Ljubljana: Študentska založba.
33. Haraway, Donna (1999/1991): *Opice, kiborgi in ženske*. Ljubljana: ŠOU, Študentska založba.
34. Harris, Marvin (1997): *Culture, people, nature: an introduction to general anthropology*. New York: Longman.
35. Hawkes, Jacquetta (1967/1963): *Zgodovina človeštva: razvoj kulture in znanosti. Prazgodovina. Prva knjiga: prvi zvezek*. Ljubljana: Državna založba Slovenije.
36. Hays – Gilpin, Kelley, David S. Whitley (2000/1998): *Arheologija spolov*. Ljubljana: ŠKUC.
37. Hrženjak, Majda (1998): »Mit in red –antropološke teorije in metode analize mita«. *Anthropos*, 30 (4-6), 155-186.
38. Hrženjak, Majda (1999): »Elementi družboslovne analize mita: ali je mogoča celovita analiza mita«. *Časopis za kritiko znanosti*, XXVII (194), 45-64.
39. Hrženjak, Majda (2002): Biopolitika teles v ženskih revijah. V Majda Hrženjak (ur.): *Njena (re)kreacija: ženske revije v Sloveniji*, 14-30. Ljubljana: Mirovni inštitut.
40. Irigaray, Luce (1995/1994): *Jaz, ti, me, mi: za kulturo različnosti*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
41. Irigaray, Luce (2003): *Demokracija je začne v dvoje*. Ljubljana: i2.
42. Jegerstedt, Kari (1999): »O rabi izrazov za »spol« v skandinavskih jezikih«. *Delta – revija za ženske študije in feministično teorijo*, 5 (1-2), 157-160.
43. Jogan, Maca (1990): *Družbena konstrukcija hierarhije med spoloma*. Ljubljana: Fakulteta za sociologijo, politične vede in novinarstvo.
44. Jogan, Maca (2001): *Seksizem v vsakdanjem življenju*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
45. Jung, Carl Gustav (1989/1971): *Spomini, sanje, misli*. Ljubljana: Državna založba Slovenije.

46. Jung, Carl Gustav (1995/1952): *Arhetip, kolektivno nezavedno, sinhroniciteta*. Maribor: Akademsko založba Katedra.
47. Južnič, Stane (1989): *Politična kultura*. Maribor: Založba Obzorja.
48. Južnič, Stane (1993): *Identiteta*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
49. Južnič, Stane (1998): *Človekovo telo med naravo in kulturo*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
50. Kamin, Tanja (2004): *Promocija zdravja in mit opolnomočenega državljanca, doktorska disertacija*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
51. Kosovel, Ivan (2000): »Hiša večne lepote (Dvoje in eno)«. *Anthropos*, 32 (3-4), 5-26.
52. Košir, Manca (2003): *Surovi čas medijev*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
53. Kristan, Zdenka (2005): *Materinski mit: kultura, psihoanaliza, spolna razlika*. Ljubljana: Delta.
54. Kuhar, Metka (2004): *V imenu lepote: družbena konstrukcija telesne samopodobe*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
55. Legan, Jerca (2002): Ženske revije kot oglaševalski medij. V Majda Hrženjak (ur.): *Njena (re)kreacija: ženske revije v Sloveniji*, 92-111. Ljubljana: Mirovni inštitut.
56. Legan, Jerca (2004): *Razgaljena: žensko branje v Sloveniji*. Ljubljana: IHS – Fakulteta za podiplomski humanistični študij.
57. Leibniz, G. W. (1979): *Izbrani filozofski spisi*. Ljubljana: Slovenska matica.
58. Leskošek, Vesna (2002): *Zavrnjena tradicija: ženske in ženskost v slovenski zgodovini od 1890 do 1940*. Ljubljana: Založba/*cf.
59. Lévi – Strauss, Claude (1985/1983): *Oddaljeni pogled*. Ljubljana: ŠKUC.
60. Luthar, Breda (1998): *Poetika in politika tabloidne kulture*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
61. Luthar, Breda (1999): »Ženske revije: nadaljevanje politike z drugimi sredstvi«. *Teorija in praksa*, 36 (3), 433-438.
62. MacBride, Sean et al (1984/1980): *Many voices, one world (the MacBride Report). Report by the International Commission for the Study of Communication Problems*. Paris: UNESCO: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organizations.
63. Malinowski, Bronislaw (1995/1941). *Znanstvena teorija kulture*. Ljubljana: ISH – Inštitut za humanistične vede.

64. Malinowski, Bronislaw (1999): »Vloga mita v življenju«. *Časopis za kritiko znanosti*, XXVII (194), 33-43.
65. McCracken, Ellen (2001): Naslovnica – okno k bodoči samopodobi. V Ksenija H. Vidmar (ur.): *Ženski žanri: spol in množično občinstvo v sodobni kulturi: zbornik besedil medijskih študijev in feministične teorije*, 395-425.
66. McQuail, Denis (1987): *Mass Communication Theory*. London: Sage.
67. Mead, Margaret (1971): *Ljudje in kraji*. Ljubljana: Tehniška založba Slovenije.
68. Meletinski, Eleazar Moisejevič (2001): *Bogovi, junaki, ljudje: izbrani članki in razprave*. Ljubljana: Založba/*cf.
69. Močnik, Rastko (1998): »Mit v teoriji ideologije«. V Paul Veyne: *So Grki verjeli v svoje mite?*, 179-255. Ljubljana: Založba/*cf.
70. Montagu, Ashley (1970/1968): *Močnejše od moških*. Ljubljana: Cankarjeva založba.
71. Montet, Pierre (1979): *Egipat u dobi Ramzesa*. Zagreb: Naprijed.
72. Morris, Desmond (1970): *Goli majmun*. Zagreb: Epoha – Matica Hrvatska.
73. Oakley, Ann (2000/1974): *Gospodinja*. Ljubljana: Založba/ *cf.
74. Ovsec, Damjan J. (1991): *Slovanska mitologija in verovanja*. Ljubljana: DOMUS.
75. Platon (1960): *Simposion in Gorgias*. Ljubljana: Slovenska matica.
76. Pörtner, Rudolf (1982/1971): *Vikingi*. Ljubljana: Državna založba Slovenije.
77. Radcliffe – Brown, Alfred Reginald (1994/1952): *Struktura in funkcija v primitivni družbi*. Ljubljana: ŠKUC.
78. Rotar, Braco (1987): *Pigmalionova pregreha*. Ljubljana: Knjižnica revolucionarne teorije.
79. Segal, Lynne (1993): Premiki: ženske študije in prihodnost feminizma. V Eva D. Bahovec (ur.): *Od ženskih študij k feministični teoriji*, 90-103. Ljubljana: Študentska organizacije Univerze v Ljubljani.
80. Skumavc, Urša (2002): Presentacija mode v ženskih revijah. V Majda Hrženjak (ur.): *Njena (re)kreacija: ženske revije v Sloveniji*, 114-126. Ljubljana: Mirovni inštitut.
81. Stankovič, Peter (2002): Kulturne študije: pregled zgodovine, teorij in metod. V Aleš Debeljak, Peter Stankovič, Gregor Tomc, Mitja Velikonja (ur.): *Cooltura – uvod v kulturne študije*. 11-70. Ljubljana: Študentska založba.
82. Škerlj, Božo (1948): *Splošna antropologija v osnovnih potezah*. Ljubljana: Država založba Slovenije.

83. Škerlj, Božo (1963): *Misleči dvonožec*. Ljubljana: Mladinska knjiga.
84. Štular, Suzana (1998): »Družbena konstrukcija spolne identitete«. *Teorija in praksa*, 35 (3), 441-454.
85. Šumi, Irena (2000): *Kultura, etničnost, mejnost: konstrukcije različnosti v antropološki presoji*. Ljubljana: Založba ZRC, ZRC SAZU.
86. Švab, Alenka (2002): »"Divided We Stand" - teme in dileme študij spolov« V: Aleš Debeljak et.al. (ur.): *Cooltura – uvod v kulturne študije*, 195-210. Ljubljana: Študentska založba.
87. Ule, Mirjana (2000): *Sodobne identitete – V vrtincu diskurzov*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
88. Velikonja, Mitja (1996): *Masade duha: razpotja sodobnih mitologij*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
89. Vendramin, Valerija (2002): Primer kulture ženskosti: »Cosmo na delu«. V Majda Hrženjak (ur.): *Njena (re)kreacija: ženske revije v Sloveniji*, 78-90. Ljubljana: Mirovni inštitut.
90. Verša, Dorotea (1996): *Medijska podoba spolov*. Ljubljana: Vlada Republike Slovenija, Urad za žensko politiko.
91. Vidmar, Ksenija H. (2001): Ponavljanje pogleda. Ženski žanri v preseku množične kulture. V Ksenija H. Vidmar (ur.): *Ženski žanri: spol in množično občinstvo v sodobni kulturi: zbornik besedil medijskih študijev in feministične teorije*, 11-40. Ljubljana: ISH – Fakulteta za podiplomski študij.
92. Vidmar, Ksenija H. (2002): *Naša žena in podoba matere: navzkrižja in nasprotja, 1991-2001*. V Majda Hrženjak (ur.): *Njena (re)kreacija: ženske revije v Sloveniji*, 32-51. Ljubljana: Mirovni inštitut.
93. Vilar, Esther (1996/1987): *Dresirani moški*. Jesenice: Samozaložba.
94. Vode, Angela (1999): *Značaj in usoda*. Ljubljana: Krtina.
95. Vreg, France (1990): *Demokratično komuniciranje: prispevek k pluralistični paradigmi v komunikacijski znanosti*. Maribor: Založba Obzorja.
96. Wartmann, Brigitte (1985): Gramatika patriarhata – k »naravi« ženskega v meščanski družbi. V *O ženski in ženskem vprašanju: zbornik tekstov*, 76-99. Ljubljana: Univerzitetna konferenca ZSMS: Republiška konferenca ZSMS.
97. Weiniger, Otto (1993/1936): *Spol in značaj*. Ljubljana: Analecta.
98. Williams, Raymond (1998): *Navadna kultura: izbrani spisi*. Ljubljana: ISH Fakulteta za podiplomski humanistični študij: SH Zavod za založniško dejavnost.

99. Wittig, Monique (2000): *Eseji*. Ljubljana: ŠKUC.

MEDMREŽNI VIRI

100. <http://en.wikipedia.org/wiki/Cheyenne>, dostopno 10. 11. 2005
101. <http://en.wikipedia.org/wiki/Hopi>, dostopno 10. 11. 2005
102. http://en.wikipedia.org/wiki/Kato_%28tribe%29#Social_organization; dostopno 10. 11. 2005
103. http://english.peopledaily.com.cn/200402/27/eng20040227_136012.shtml, dostopno 02. 04. 2004
104. http://ius-info.ius-software.si/EUII/EUCHR/dokumenti/1990/09/CASE_OF_COSSEY_v._THE_UNITED_KINGDOM_27_09_1990.html, dostopno 07. 02. 2006
105. http://ius-info.ius-software.si/EUII/EUCHR/dokumenti/2003/06/CASE_OF_VAN_KUCK_v._GERMANY_12_06_2003.html, dostopno 07. 02. 2006
106. <http://planetout.com/news/article.html?date=2004/03/01/5>, dostopno 02. 04. 2004
107. <http://www.bigeye.com/sexeducation/hopi.html>, dostopno 10. 11. 2005
108. <http://www.echr.coe.int/Eng/Press/2002/july/GoodwinjudGrand%20Chamber.htm>, 07. 02. 2006
109. <http://www.en.wikipedia.org/wiki/Dahomey>, dostopno 10. 11. 2005
110. <http://www.pfc.org.uk/legal/rees.htm>, dostopno 07. 02. 2006
111. <http://www.sta.si/vest.php?id=855976>, dostopno 05. 08. 2004
112. <http://www.media-forum.si/slo/projekti/extundo/strokovni-clanki/prikrito-oglasovanje/>, dostopno 27. 02. 2006

ANALIZIRANE REVIJE

113. Anja, zakladnica ženskih idej, 7. marec 2003, letnik 5, številka 5
114. Anja, zakladnica ženskih idej, 4. april 2003, letnik 5, številka 7
115. Cool, revija za mlade, 1. januar 2005
116. Cool, revija za mlade, 3. marec 2005
117. Cosmopolitan, maj 2003
118. Cosmopolitan, april 2004
119. Elle, julij 2005
120. Elle, december 2005

121. Eva, bodite prvi, januar 2003
122. Eva, bodite prvi, avgust 2003
123. Gloss, marec 2004
124. Gloss, februar 2005
125. Jana, slovenska družinska revija, 19. julij 2005
126. Jana, slovenska družinska revija, 26. julij 2005
127. Kaprica, september 2002
128. Kaprica, oktober 2003
129. Lepa & zdrava – revija za polno življenje, november 2004
130. Lepa & zdrava – revija za polno življenje, junij 2005
131. Lepota telesa, misli in duha, pomlad 2004
132. Lepota telesa, misli in duha, zima 2004
133. Lisa, polna dobrih idej, 17. julij 2003, številka 30
134. Lisa, polna dobrih idej, 24. julij 2003, številka 31
135. Mars, moški vedo, za kaj gre, december 2001
136. Mars, moški vedo, za kaj gre, maj 2002
137. Men's Health, junij 2001
138. Men's Health, september 2005
139. Moda in – revija za ženske in moške, april/ maj 2001
140. Moda in – revija za ženske in moške, april/ maj 2002
141. Modna Jana, september 2002
142. Modna Jana, julij 2003
143. Moški svet, november 1999
144. Moški svet, april 2001
145. Naša žena, prva slovenska ženska in družinska revija, junij 2005
146. Naša žena, prva slovenska ženska in družinska revija, avgust 2005
147. Pepita, september 2003
148. Pepita, januar 2004
149. Playboy, februar 2003
150. Playboy, december 2005
151. Rina, življenje in kilogrami, april/ maj 2005
152. Rina, življenje in kilogrami, junij/ julij 2005
153. Smrklja, junij 2005
154. Smrklja, julij 2005

155. Viva, revija za zdravo življenje, februar 2004
156. Viva, revija za zdravo življenje, julij 2005