

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Katja Bučan

**OD ŽRTVE DO BOJEVNICE:
Ženska v Disneyjevih celovečernih risankah skozi dvajseto stoletje**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2008

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Katja Bučan

Mentorica: doc. dr. Maruša Pušnik

**OD ŽRTVE DO BOJEVNICE:
Ženska v Disneyjevih celovečernih risankah skozi dvajseto stoletje**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2008

*Hvala vsem tistim ljudem v mojem življenju,
ki ste ga z nasvetom, zgledom, spodbudo,
besedo in nasmehom izboljšali.*

OD ŽRTVE DO BOJEVNICE: Ženska v Disneyjevih celovečernih risankah skozi dvajseto stoletje

Otroci v obdobju socializacije, med drugim tudi na podlagi podob, ki jih prejmejo iz medijev, oblikujejo predstave o vedenju in vlogah ženske v družbi. Medijske reprezentacije žensk so mnogokrat zelo posplošene in skrčene na nekaj ključnih mitov o ženskosti. V nalogi obravnavam reprezentacijo, reprodukcijo in konstrukcijo teh mitov v Disneyjevih celovečernih risankah.

Prvi del naloge temelji na spoznavanju risanih filmov ter korporacije Walt Disney in njenih vplivov na medijsko produkcijo. Nato opredelim koncept ženskosti in družbeno-zgodovinske spremembe, na podlagi katerih se je le-ta spreminjal, ter vlogo medijev pri konstrukciji njegovega pomena. Postavim še teoretske in metodološke okvire ustvarjanja pomena, nato pa s pomočjo semiotične analize poiščem odgovore na moja raziskovalna vprašanja.

Spoznam, da se miti, ki v Disneyjevih risankah vsekakor so prisotni, spreminjajo skladno z družbeno-zgodovinskimi spremembami položaja žensk v družbi ter tako na podlagi tega odkrijem novo podobo ženske - ženske kot bojevnice. Vseeno pa ugotovim, da se prevladujoča vloga ženske v družbi v svoji osnovi ni veliko spremenila in še vedno temelji na patriarhatu, velik vpliv nanjo pa ima tudi kapitalistična potrošniška ideologija.

Ključne besede: *ženskost, mit, reprezentacija, risani film, Walt Disney.*

FROM VICTIM TO WARRIOR: Woman in Disney Cartoons Through the 20th Century

During the period of socialization, children form their conception of women's behaviour and women's role in society. This conception is also built upon the images they receive from the media. The representation of women in the media, however, is often generalized and reduced to a few key myths of femininity.

In the thesis, we discuss representation, reproduction and construction of such myths in Disney full-length animated cartoons. In the first part, we become acquainted with Disney cartoons, the Walt Disney Corporation and its influence on media production. In the following section, we define the concept of femininity, socio-historical changes that affected women's place in society, as well as the role of media in the construction of the meaning of femininity. We set up theoretical and methodological frames for the construction of the meaning. Then, using the semiotic approach, we examine the answers to the questions of our research.

We come to the realization that myths, presented in Disney cartoons, have been changing in accordance with socio-historical changes of women's place in society. Thus, we reveal a new myth – the myth of woman as a warrior. Nevertheless, we can conclude that the prevailing role of women in society hasn't changed much and that it is still based on the patriarchy and is also strongly influenced by capitalist consumer ideology.

Key words: *femininity, myth, representation, animated cartoon, Walt Disney.*

KAZALO

1. UVOD	7
2. RAZVOJ RISANIH FILMOV	10
3. KORPORACIJA WALT DISNEY	12
3.1 OBSEG KORPORACIJE IN NJENA IDEOLOŠKA VLOGA.....	14
3.1.1 KAPITALISTIČNA IDEOLOGIJA KORPORACIJE	15
4. DRUŽBENA KONSTRUKCIJA ŽENSKOSTI	18
4.1 DRUŽBENI SPOL IN SPOLNA IDENTITETA.....	19
4.2 ŽENSKOST KOT DOLŽNOST	21
4.2.1 DRUŽBENO OZADJE KONCEPTA ŽENSKOSTI V DVAJSETEM STOLETJU	22
4.3 MEDIJI IN KONSTRUKCIJA DRUŽBENE REALNOSTI	25
4.3.1 VLOGA MEDIJEV PRI KONSTRUKCIJI ŽENSKOSTI.....	27
5. PODOBA ŽENSKO IN USTVARJANJE POMENA	29
5.1 USTVARJANJE POMENA	29
5.2 USTVARJANJE POMENA NA RAVNI MITA KOT IDEOLOŠKEGA SPOROČILA.....	30
5.3 MITI O ŽENSKOSTI PO MYRI MACDONALD	32
5.3.1 ŽENSKA KOT ENIGMA IN GROŽNJA.....	32
5.3.2 ŽENSKA KOT SKRBNA IN LJUBEČA OSEBA.....	33
5.3.3 ŽENSKA KOT SEKSUALNI OBJEKT.....	33
5.3.4 ŽENSKA KOT TELO.....	34
6. ANALIZA MITOV O ŽENSKOSTI V DISNEYJEVIH CELOVEČERNIH RISANKAH	36
6.1 PREDMET IN PODROČJE OPAZOVANJA	36
6.2 PREGLED ŠTIRIH DISNEYJEVIH CELOVEČERNIH RISANK	41
6.2.1 SNEGULJČICA IN SEDEM PALČKOV (1937).....	41
6.2.2 TRNULJČICA (1959).....	44
6.2.3 MALA MORSKA DEKLICA (1989).....	47
6.2.4 MULAN (1998).....	50
6.3 OD ŽRTVE DO BOJEVNICE.....	53
7. SKLEP	58
8. LITERATURA	61

KAZALO TABEL

Tabela 6. 1: Ženska kot enigma in grožnja	38
Tabela 6. 2: Ženska kot skrbna in ljubeča oseba.....	38
Tabela 6. 3: Ženska kot seksualni objekt.....	39
Tabela 6. 4: Ženska kot telo	39

KAZALO SLIK

Slika 6. 1: Sneguljčica kot skrbna in ljubeča oseba	42
Slika 6. 2: Hudobna vila kot enigma in grožnja	46
Slika 6. 3: Ariela kot telo in kot seksualni objekt	48
slika 6. 4: Mulan kot bojevnica.....	52

1. UVOD

Mnogi izmed nas smo se prav gotovo že kdaj vprašali, kako to, da so ženske in moške vloge med seboj tako strogo ločene. Kako to, da so ženske vedno tiste, ki morajo skrbeti za gospodinjska opravila in zakaj se morajo ženske vedno truditi izgledati popolno? Od kod prihajajo vse tiste definicije o tem, kakšna naj bi ženska bila? Odgovor na ta vprašanja se skriva že v našem otroštvu. Obdobje socializacije je namreč ključno za razumevanje sveta in realnosti, ki nas obdaja. Poleg ostalih družbenih dejavnikov imajo v tem procesu pomembno vlogo tudi množični mediji.

Risanke so eden prvih medijev, s katerim se sreča posameznik v zahodnih družbah in kot take lahko s svojo reprezentacijo spolnih vlog vplivajo na posameznikovo razumevanje ženskosti in posledično na razvoj spolne identitete. Navedena dejstva so tudi glavni razlogi, zaradi katerih sem se odločila raziskati, kakšno podobo ženske nam risanke predstavljajo. V poplavi risank, ki jih imamo na razpolago, sem se odločila, da raziščem, kakšno podobo ženske nam prikazujejo Disneyjeve celovečerne risanke. Glavni razlog za tovrstno izbiro je bilo dejstvo, da jih večina ljudi vidi kot najlepše, najbolj nedolžne in predvsem popolnoma neškodljive ter nesposobne reproduciranja česar slabega. Skozi Disneyjeve risanke se seveda lahko naučimo marsikaj dobrega, vendar pa vsa sporočila, ki se v njih skrivajo, morda le niso tako nedolžna, kot se zdi na prvi pogled. Za večino podob, ki jih prejemamo iz medijev, torej tudi za podobe ženskosti, se namreč niti ne zavedamo, da se vtisnejo globoko v naše predstave in vrednote.

Ene izmed teh podob so tudi podobe ženskosti, ki jih je Myra Macdonald razdelila v štiri ključne mite, ki se reproducirajo prek medijskih tekstov. Mit ženske kot enigme in grožnje, mit ženske kot skrbne in ljubeče osebe, mit ženske kot seksualnega objekta ter mit ženske kot telesa. V diplomski nalogi bom skušala najti odgovore na raziskovalna vprašanja, ki si jih zastavljam. Zanimalo me bo, kakšno podobo ženske oblikujejo Disneyjeve celovečerne risanke. Natančneje, v kolikšni meri, če sploh, so v Disneyjevih risankah *Sneguljčica in sedem palčkov* iz leta 1937, *Trnuljčica* iz leta 1959, *Mala morska deklica* iz leta 1989 in *Mulan* iz leta 1998 prisotni omenjeni štirje miti o ženskosti.

Poskusila bom ugotoviti, ali so se in v kakšni smeri, omenjeni miti v navedenih Disneyjevih risankah razvijali in spreminjali skozi dvajseto stoletje. Želim tudi ugotoviti, ali so njihove spremembe potekale vzporedno z družbeno-kulturnimi spremembami, ki so vplivale na vlogo ženske v družbi. Ali so se torej miti skozi dvajseto stoletje v teh risankah ohranili, so se spreminjali, so začeli izginjati, morda v celoti izginili, ali pa je prišlo do pojava novih mitov o ženskosti.

Kot metodološko orodje mi bo pri iskanju odgovorov služila kvalitativna, in sicer predvsem semiotična analiza, predmet analize pa bodo omenjene Disneyjeve celovečerne risanke, v katerih bom opazovala ženske like. Opazovala bom njihove fizične značilnosti, osebnostne lastnosti, družbeno vlogo in kontekst, v katerem se pojavljajo, ter usodo ženskih likov. Temelj analize bo predstavljalo dekodiranje vidnih znakov na ravni konotacije, kar mi bo služilo kot orodje za prepoznavanje mitov. Ugotovljene značilnosti podob ženske bom nato primerjala še z družbenim položajem ženske v zgodovinskem obdobju, v katerem je določena risanka nastala.

V prvem delu diplomske naloge bom najprej opredelila sam pojem risanke, njene značilnosti in na kratko opisala razvoj nastajanja risank. Dotaknila se bom tudi njihovega namena in ciljnega občinstva. Nato bom pogledala globlje v korporacijo Walt Disney, ki kot ena najuspešnejših in najvplivnejših medijskih korporacij na svetu narekuje trende v risani produkciji. Najprej se bom sprehodila skozi razvoj in obseg korporacije, nato pa natančneje opredelila še njeno ideološko vlogo, saj je le-ta eden ključnih dejavnikov v reprodukciji kapitalistične potrošniške ideologije in s tem okvirov, znotraj katerih razmišljamo o vlogi ženske.

V četrtem poglavju želim pokazati, da je spolna identiteta ena izmed osnovnih kategorij, skozi katero ljudje razumemo sami sebe in na podlagi katere delujemo kot moški ali ženska. Zato je tudi zelo pomembno, na kakšen način nam je v obdobju gradnje le-te ženskost kot skupek družbeno sprejemljivih vedenjskih vzorcev predstavljena. Ženskost je predvsem družbena konstrukcija, zato je nujno, da orišem tudi družbene okoliščine dvajsetega stoletja, znotraj katerih je koncept nastajal in se razvijal. Eden izmed dejavnikov, ki je k nastajanju koncepta pripomogel, so tudi mediji, zato bom v nadaljevanju prikazala njihov vpliv na občinstvo ter vlogo, ki jo igrajo pri konstrukciji ženskosti.

Naslednje poglavje mi bo služilo kot teoretski okvir pri iskanju odgovorov na raziskovalna vprašanja. Na več ravneh bom prikazala, kako se ustvarjajo pomeni znotraj družbe, predstavila bom sam pojem mita ter štiri ključne mite o ženskosti, kot jih je opredelila Myra Macdonald. Nadalje bom predstavila še teoretski pogled na semiotično analizo, ki mi bo kasneje služila kot orodje za iskanje odgovorov na vprašanja, ki smo si jih zastavili.

Zadnji del naloge je namenjen analizi, ki jo bom na podlagi omenjenih teoretskih konceptov izvedla s pomočjo semiotičnega pristopa. Predstavila bom metodološki okvir analize ter predmet in način njene izvedbe. Nato bo sledil natančen pregled štirih Disneyjevih celovečernih risank, v katerih bom ugotavljala prisotnost mitov o ženskosti ter opazovala njihove morebitne spremembe v skladu z navedenimi družbenimi spremembami ženskosti.

Po zaključeni analizi bom skozi diskusijo povzela rezultate ter predstavila odgovore na svoja raziskovalna vprašanja. Razkrila bom, ali torej Disneyjeve celovečerne risanke reproducirajo mite o ženskosti, in če jih, kako se le-ti v risankah skozi dvajseto stoletje spreminjajo ter ali so se v tem obdobju morda pojavili novi miti o ženskosti.

2. RAZVOJ RISANIH FILMOV

Risani film oziroma risanka je področje televizijske zvrsti, ki se od ostalih razlikuje po tem, da za svoje izražanje uporablja animacijo. V dvodimenzionalni animaciji, ki je tudi predmet pričujoče naloge, namreč ne nastopajo živi liki in se ne dogaja pred kamerami. Risanka je narejena iz mnogih ročno narisanih risb predmetov in likov, ki s pomočjo procesa animacije postanejo živi in gibljivi. Drugačna je tudi zato, ker dopušča možnost, da smo v enem delu priča večini umetnostnih področij: likovnemu, glasbenemu, dramskemu, filmskemu, literarnemu, pa tudi plesnemu (Valetič in Šetina 2002).

Animacijska produkcija se je začela v prvi polovici prejšnjega stoletja z Disneyjevimi kratkimi filmi o Mikiju Miški. Predvsem petdeseta in šestdeseta leta dvajsetega stoletja so bila najpomembnejša za izoblikovanje risank in njihovih značilnosti, ki so se skozi leta spreminjale in izpopolnjevale, predvsem v smislu napredka tehnologije za način izdelave risank. Že leta 1958 ustvarjalcem s pomočjo posebne tehnike ni bilo več treba risati vsake risbe posebej, kmalu pa so risbe začeli nadomeščati računalniki in digitalna animacija. Začetki razvoja računalniške tehnologije za potrebe animacije segajo v osemdeseta leta prejšnjega stoletja, ko je pionir računalniške animacije, studio Pixar, izdal prvi računalniško animiran kratki film. Napredna računalniška tehnologija je omogočila tudi nastanek zelo priljubljenega žanra, kombinacije risanega in igranega filma. Prvi tovrstni podvig sega že v leto 1914. Disney je žive in animirane like prvič združil v filmu Petrov zmaj leta 1977, najznamenitejši tovrstni film pa je, prav tako Disneyjev, Kdo je potunkal Rogerja Zajca? iz leta 1988, katerega uspeh je kasneje skušalo ponoviti kar nekaj produkcijskih hiš (ibid.).

Leta 1995 je izpod rok Pixarjevih umetnikov ugledal luč sveta prvi v celoti digitalno animiran film Svet igrač. Tridimenzionalna produkcija za razliko od dvodimenzionalne omogoča mnogo hitrejši in preprostejši nastanek risank, saj se lahko računalniški modeli likov in ostalih elementov spreminjajo, dopolnjujejo, množijo v neskončnost. V letih od 2000 naprej so se ob poplavi novih računalniških tehnik tla pod dvodimenzionalno animacijo zatresla. Kljub naprednemu razvoju animacijskih tehnik

pa dvodimenzionalna animacija ostaja osnova vsakega risanega filma, zelo popularna je tudi kombinacija dvo- in tridimenzionalne tehnike.

Risanke same po sebi sprva niso bile mišljene kot zvrst izključno namenjena otrokom. Njihov namen je bil zabavati množično občinstvo in v petdesetih letih so imele risanke veliko gledanost tako med otroki kot med odraslimi. Vseeno pa drži, da so bile risanke prav otroška najljubša televizijska vsebina, zato le-te lahko razumemo kot najbolj zvesto pa tudi največje občinstvo risank. K temu je pripomoglo tudi dejstvo, da so bile risanke predvajane ob sobotah zjutraj, ko so dosegle precej več otroškega občinstva kot odraslega. Tako so risanke postale stigmatizirane kot zgolj in samo otroški žanr (Mittel 2004: 77).

Mnenje o ciljni skupini risank se v novejših časih spreminja. K temu je v veliki meri pripomogla japonska animacija, ki je na tematskem področju risank popolnoma brez zadržkov. Prav gotovo pa ima svoj vpliv tudi uspeh risanih televizijskih serij za odrasle v osemdesetih letih dvajsetega stoletja, kot so South Park, Simpsonovi in Futurama (Valetič in Šetina 2002: 7). Glede na to, da te risanke označujemo kot tiste za odrasle, lahko potemtakem določimo tudi risanke, primerne za otroke. In ker je teh očitno neprimerno več, je pogosto v ospredju tudi skrb o njihovi vsebini in vplivu le-te na otroke.

O Disneyjevih risankah obstaja splošno prepričanje, da so za otroke poučne in neškodljive ter zato tudi zelo primerne. Ljudje na splošno verjamejo v to, da so risanke zgolj nedolžna zvrst, namenjena otroški zabavi in učenju. Vendar pa so, morda prav zaradi tega, najbolj idealen prostor za širjenje oziroma reprodukcijo raznih ideologij. Risanke namreč vsebujejo široko množico kulturnih predpostavk o pomenih, vrednostih in družbenih funkcijah, odgovornost za vsebino risank in reprezentacije sveta v njih pa seveda nosijo tisti, ki jih posredno ali pa neposredno ustvarjajo (Mittel 2004).

3. KORPORACIJA WALT DISNEY

Korporacija Walta Disneyja je ena najuspešnejših medijskih korporacij na svetu. Disney velja za ameriško kulturno ikono in za enega najpomembnejših likov popularne kulture nasploh. Disneyjevi risani filmi so preplavili ves svet in imajo kot taki povsod po svetu tudi velik vpliv na risano produkcijo. So del otroštva mnogih generacij in težko bi verjeli, če bi nam nekdo rekel, da v zahodnem svetu obstaja kdo, ki ni videl še nobenega njegovega dela ali imel kakega izdelka z Disneyjevim motivom.

Začetki korporacije Walt Disney segajo v leto 1923, ko je ustanovitelju, Walterju Eliasu Disneyju (1901-1966) uspelo svoj prvi kratki risani film o Mikiju Miški spraviti na platno. Pet let kasneje je nastala tudi prva risanka o Mikiju Miški z animiranim zvokom. Decembra leta 1937 je svet ugledala prva Disneyjeva in prva celovečerna risanka nasploh, Sneguljčica in sedem palčkov, ki je doživela ogromen uspeh tako med gledalci kot med kritiki. Najbolj gledan film tistih časov je filmski industriji odprl novo zabavno področje, podjetje je postalo vodilno na področju dvodimenzionalnih risanih filmov in s tem se je Disneyjev uspeh šele dobro začel. Ko je uvidel, da mu bodo celovečerni risani filmi omogočili finančno stabilnost studia in hkrati poslovno rast, je z njimi uspešno nadaljeval. Skoraj vsak risani film v naslednjih letih je bil tehnično bolj dovršen od prejšnjega. Do druge svetovne vojne je izdal nekaj filmov, ki veljajo za risane klasike. To so film o lutki Ostržku leta iz 1940, slončku Dumbu iz leta 1941, srnjačku Bambiju iz leta 1942 ter glasbeni film Fantazija iz leta 1940, ki pa je naletel na precej mešane občutke (Valetič in Šetina 2002).

Med drugo svetovno vojno je Disney deloval na področju propagandnih in izobraževalnih risanih filmov, ki so jih naročile Združene države Amerike, po vojni pa se je spet lotil pravljичne tematike. Spet so začeli nastajati risani filmi, ki so in bodo najverjetneje tudi v prihodnosti krojili otroštvo mnogih. Med njimi so Pepelka leta 1950, leto kasneje Alica v čudežni deželi, Peter Pan leta 1953, Dama in potepuh leta 1955, Trnuljčica leta 1959, Sto in en dalmatinec leta 1961 in mnogi drugi uspešni risani filmi. Še pred koncem produkcije Knjige o džungli je Walt Disney umrl za pljučnim rakom, zato je bil to tudi zadnji risani film, pri katerem je sodeloval. Po

Waltovi smrti je kljub temu, da je imelo podjetje velike težave z iskanjem primerne naslednika, nastalo še mnogo risanih klasik. Omenimo naj le Mačke iz visoke družbe leta 1967, Robina Hooda leta 1973 in Medvedka Puja leta 1977.

Ko je leta 1984 podjetje dobilo novo vodstvo, predsednika Michaela Eisnerja in direktorja Franka Wellsa, se je spet začelo vzpenjati. Še vedno je bilo vodilno na področju dvodimenzionalnih risanih filmov, vsake toliko pa so se domislili tudi česa novega, kot recimo kombinacije igranega in risanega filma v Kdo je potunkal Rogerja Zajca? iz leta 1988. Za tem so nanizali še mnogo uspešnic: Malo morsko deklico leta 1989, Lepotico in zver leta 1991, Aladdina leta 1992, Levjega kralja leta 1994, ki je glede na dobiček tudi najuspešnejša risanka vseh časov, Pocahontas leta 1995, Notredamskega zvonarja leta 1996, Herkulesa leta 1997, Mulan leta 1998, Tarzana leta 1999. Vodstvo se je dobro zavedalo, da se tehnologija razvija, zato se je z njo razvijala tudi njihova produkcija in začeli so posegati tudi po digitalni animaciji. Prilagajali so se moderni generaciji otrok, ki so jih vedno bolj zanimali zvezdništvo, blagovne znamke ter razna aktualna družbena vprašanja. V tem duhu so kot kombinacija klasične in digitalne animacije nastali še risani filmi Atlantida leta 2002, Lilo in Žverca ter Planet zakladov leta 2002 (ibid.).

Nizanje, ne samo Disneyjevih pač pa tudi celovečernih risanih filmov ostalih korporacij, se je po tem malce ustavilo. Ko je od leta 2000 naprej uspeh dvodimenzionalne animacije postajal vse bolj vprašljiv, se je korporacija Walta Disneyja raje osredotočila na izdelovanje televizijskih animacij za video, ki je cenejše, predvsem pa prinese več dobička. Walt Disney Corporation je danes pod taktirko predsednika uprave Boba Igerja ena največjih in najuspešnejših podjetij nasploh. Korporacija pa ni obogatela le na račun risank. Veliko dobička so prinesli avtorski deleži podjetij, ki so Disneyjeve kultne like upodabljali na vseh možnih potrošniških izdelkih. Disneyjevi liki so bili namreč zaradi uspešnih risank izjemno priljubljeni in tako so se tudi potrošniški izdelki, na katerih so bili upodobljeni Disneyjevi liki, prodajali bolje, kar je pomenilo tudi večji dobiček za trgovce. Z namenom bogatenja Disneyjeve blagajne so se začeli ustanavljati tudi tematski parki, od katerih je bil prvi zgrajen leta 1955 v Kaliforniji (Dorfman in Mattelart 2007) . Tematski parki so ljudem obljubljali in ponujali vse, kar so si njihova srca lahko želela. Srečanje s priljubljenimi liki in potrošniške izdelke z njihovimi podobami, predvsem pa zabavo.

3.1 OBSEG KORPORACIJE IN NJENA IDEOLOŠKA VLOGA

Korporacija Walt Disney je tretja največja korporacija medijske in zabavne industrije na svetu. Je lastnica več kot petnajstih zabaviščnih parkov in letovišč, mnogih blagovnih znamk potrošniških izdelkov, velikega števila produkcijskih in distribucijskih hiš, televizijskih ter kabelskih mrež in programov, radijskih postaj in knjižnih založb. V zasebni lasti ima celo otok Castaway Cay v Karibih ter potovalno agencijo in dve ladji, ki do otoka križarita. Za pokušino naj navedemo le podatke, da je korporacija v letu 2005 skupno dosegla 31,9 milijarde dolarjev dobička, v letu 2006 pa 34,2 milijarde dolarjev dobička (Dorfman in Mattelart 2007).

Disney torej ni le medijska korporacija, ki nas razveseljuje z risankami. Filmsko produkcijo je uspešno združila z zabavno industrijo in tako postala sinonim za potrošniško družbo (Smoodin 1994: 2). Disney za potrošnike pomeni način življenja, način preživljanja prostega časa in zabave ter način trošenja denarja. Prav Disneyjeva korporacija pa je tudi tista, ki je postavila temelje sodobni množični kulturi, zabavni industriji in sodobnim trendom kapitalistične potrošniške družbe. Kadar govorimo o vplivu korporacije Walt Disney na prevladujoče smernice v kulturni industriji, ne moremo mimo tega, da ne bi na korporacijo pogledali globlje, v širšem kontekstu njene ekonomske in politične moči ter ideologije kapitalizma, ki temelji na zasebnem lastništvu in prigovarjanju ljudi k čim večji potrošnji. Vse to namreč močno vpliva na družbene vzorce, ki se v medijih pojavljajo in krojijo naš pogled na svet (Dorfman in Mattelart 2007: 194).

Še prej je treba opredeliti že nekajkrat omenjeni pojem **ideologije**. Gre za družbeno določen sklop sistemov in prepričanj, ki prevladujejo znotraj neke kulture, razreda ali skupine. Ta sistem je globoko vtisnjen v načine razmišljanja, zato skladno z njimi tudi živimo in na podlagi njih delujemo (Fiske 2005: 171). Ideologiji se namreč ne moremo izogniti, saj ne obstaja nobena pozicija, kjer bi lahko stali izven ideološkega konteksta in od njega neodvisno razpravljali, kar pomeni, da zajema vse člane družbe, pa naj se tega zavedamo ali ne. Ideologija torej določa, kakšno naj bi naše življenje bilo in ga v tem smislu tudi definira (Zei 2004: 34).

Pomembno je, da se zavedamo, da vse koncepte, ki jih ideologija definira, ljudje sprejmemo kot naravne in same po sebi umevne. Po mnenju Marxa (v Debeljak 2002), ki je tudi prvi vpeljal pojem, ideologija vedno podpira sedanje stanje v družbi, le-ta pa je v interesu vladajočega razreda. Lastništvo in produkcija materialnih dobrin dominantnim razredom omogoča tudi produkcijo prevladujočih idej in vrednot ter posledično nadzor nad načini razmišljanja v družbi. V zgodovini je moč nad produkcijskimi sredstvi pripadala moškim, zato so imeli tudi družbeno moč in veljajo za močnejši spol, ki poseduje in nadzoruje ideologijo (ibid.).

Prav zato, ker ideologija deluje na način, da koncepte razumemo kot zdravorazumske, prevlade vladajočega razreda ne smemo razumeti kot nasilne, pač pa kot prevlado, ki nastane s strinjanjem podrejenih (Debeljak 2002: 24). O ideologiji torej ne moremo razmišljati kot o načinu manipulacije. Nobena podoba namreč na človeka ne more vplivati, če se v njej ne prepozna in se z njo ne identificira. Po Althusserjevi tezi o interpelaciji nas medijski teksti enostavno vpokličejo in tako povabijo, da posvojimo ponujene vzorce, na primer ženske in moške subjektivitete ali pa potrošniške vzorce. Vsaka komunikacija je namreč na nekoga naslovljena in s tem, ko se nanjo odzovemo, avtomatsko sodelujemo pri svoji lastni družbeni in ideološki konstrukciji (Fiske 2005: 181).

V nadaljevanju bom na kratko predstavila, kdo je torej v zahodnih družbah tisti vladajoči razred, ki ima v rokah oblast nad idejami, ki prevladujejo v družbi. Kdo je torej tisti, ki narekuje, o čem in na kakšen način naj razmišljamo o vlogi žensk v družbi.

3.1.1 KAPITALISTIČNA IDEOLOGIJA KORPORACIJE

V Združenih državah Amerike ima večinsko lastništvo nad komunikacijskimi sredstvi pet podjetij, ki nadzorujejo celotno zabavno industrijo tako v ZDA kot tudi drugod po svetu. To so General Electric, Time Warner, Disney, Viacom in News Corporation. Ljudje, ki sedijo v upravnih odborih teh petih podjetij, so mnogokrat povezani ljudje in podjetja. Zato ne bi mogli reči, da so drug drugemu konkurenca, temveč prej poslovni partnerji. Gre za zelo pomembne ljudi in vodilna podjetja, ki imajo vpliv tudi na politiko, posledično torej tudi na, za medijsko industrijo koristno, zakonodajo.

Bagdikian (v Dorfman in Matelart 2007: 9) tako pravi, da medijske korporacije ne proizvajajo le produktov množične potrošnje, pač pa kar družbeni in politični svet, v katerem živimo. Ni torej težko ugotoviti, da »za izdelki medijskih korporacij stojijo zelo jasni ekonomski in politični interesi njihovih lastnikov« (Dorfman in Matelart 2007: 198).

Moč največjih medijskih korporacij se skriva v njihovih neskončnih zmožnostih, od katerih je najpomembnejša ta, da politikom omogočajo prisotnost v medijih, torej v javnosti ter podporo javnega mnenja, lastnikom podjetij oziroma podjetjem v korporativnem svetu pa omogočajo neomejen dostop do potrošnikov. Zato najbrž ne gre dvomiti, da prav te korporacije vlečejo niti politike, ekonomije in medijev, saj na navedeni način predstavljajo »najmnožičnejšo 'izobraževalno' ustanovo za razširjanje kapitalistične ideologije« (Bašić Hrvatini in Kučić 2005: 116). Komunikacijska in potrošniška sredstva, ki so v rokah tako maloštevilnih korporacij, imajo zelo veliko moč. Tudi Disney torej nadzoruje način, na katerega nam je svet predstavljen, kako o njem razmišljamo in s tem način, kako porabljamo svoj prosti čas.

Adorno in Horkheimer (v Bulc 2004: 36) govorita o konceptu kulturne industrije. Trdita namreč, da kultura nikakor ni neodvisna od industrije in trga. Način proizvodnje kulturnih izdelkov primerjata z značilnostmi tekočega traku. Tako kot velike količine potrošniških tudi kulturni izdelki nastajajo po ustaljenih standardiziranih in sistematičnih postopkih, katerih glavni namen je želja po dobičku. Tak način proizvodnje povzroči, da so si vsi kulturni izdelki med seboj podobni. Omenjeni koncept sta avtorja aplicirala na množično kulturo, kjer tovrstna proizvodnja ustvarja med seboj podobne kulturne izdelke in spodbuja njihovo potrošnjo (Bulc 2004).

Pri tem sta se nanašala prav na zabavno industrijo ter na tržne mehanizme nad porabo prostega časa. V kapitalističnih časih je namreč le-ta tesno povezan z delom, saj je prav zabava tista, ki »človeka osvobaja in mu daje moči za nadaljnje delo« (Dorfman in Matelart 2007: 76). Poleg tega se ves denar, ki ga potrošimo za prosti čas, prelije nazaj v dobiček delodajalca. Pri vsem tem je pomembno le to, da proizvajalci standardiziranih kulturnih dobrin ljudi prepričajo, da nek izdelek potrebujejo oziroma da je neko početje za njih koristno.

Eden izmed temeljnih principov delovanja današnje kapitalistične družbe zahodnega sveta, in s tem tudi množične kulture, je torej potrošnja. Po Byrmanu (v Bašić Hrvatini 2007: 188) je prav Disney »eden izmed začetnikov spodbujanja potrošnje«, pri čemer uporablja kar izraz »Disneyization« oz. »podiznjenje« (ibid.), kot to prevaja Bašičeva. Gre za prenos temeljnih principov delovanja Disneyjevih tematskih parkov na celotno družbo, torej za licenčno produkcijo, potrošnjo, tematsko okvirjanje sveta ter prenos modelov med zaposlenimi in obiskovalci tematskih parkov na odnose med ljudmi nasploh. K spodbujanju potrošništva v prvi polovici prejšnjega stoletja je pripomoglo tudi obiskovanje kina, saj so ljudje kupovali izdelke z Disneyjevimi motivi in obratno (Bašić Hrvatini 2007).

Prav gotovo so na prvem mestu v ustvarjanju in izvažanju televizijskih programov, z njimi pa tudi potrošniške ideologije, Združene države Amerike. Nekatere večje države namreč uvozijo do 69% tujih filmov iz ZDA, druge celo 100%, medtem ko ZDA uvozijo le 1% komercialne televizijske ponudbe in 2% ponudbe programa javne televizije (Dorfman in Mattelart 2007). Kot primer Disneyjeve razsežnosti lahko navedemo na milijone Disneyjevih stripov, prevedenih v 18 jezikov, ki se tedensko distribuirajo v tujino. Po podatkih iz leta 1999 kar 395 milijonov ljudi vsak teden gleda katero od oddaj na televizijskih programih v Disneyjevi lasti, več kot 200 milijonov ljudi na leto kupi Disneyjeve filme na DVD in več kot 50 milijonov na leto jih obiše katerega od njegovih tematskih parkov (ibid.). ZDA in z njimi tudi Walt Disney Corporation tako igrajo ključno vlogo v tem, kakšni programi so ljudem na voljo po vsem svetu (Calvert 2001).

Disney svoje potrošniške kapitalistične interese vpenja v vsa področja svoje množično kulturne produkcije. Vpenja jih tudi v področje reprezentacije ženskosti, saj je le-ta prav tako del kapitalistične ideologije, predvsem z vidika nadzora nad ženskami, njihovim vedenjem in navadami ter njihovega, še vedno občutnega, podrejanja zahtevam patriarhalne družbe. Da bomo bolje razumeli reproducirane podobe žensk, kakršne prikazujejo Disneyjeve risanke, si moramo najprej pogledati širši družbeni in kulturni kontekst, znotraj katerega koncept, kot je ženskost, sploh lahko obstaja.

4. DRUŽBENA KONSTRUKCIJA ŽENSKOSTI

Ena temeljnih binarnih opozicij, ki na osnovi bioloških razlik določa človekovo identiteto, je razlika po spolu. Lastnosti in vloge spolov so v družbi navadno strogo ločene na tiste, ki naj bi jih imele ženske in tiste, ki naj bi jih imeli moški. Predvsem pa le-te niso biološko, pač pa družbeno določene. Vzpostavljajo in reproducirajo se prek družine, religije, izobraževalnih sistemov, pa tudi medijev (Debeljak 2002). Še prej je treba osvetliti dva koncepta, ki imata veliko vlogo pri konstrukciji spola prek zgoraj naštetih aparatov, to sta reprezentacija in diskurz.

Stuart Hall (Hall 2004) **reprezentacijo** razume kot ključni del procesa, v katerem pripadniki določene kulture konceptom, ki nas obdajajo, s pomočjo jezika pripisujejo pomene, na podlagi katerih delujejo, se sporazumevajo in si jih izmenjujejo. Stvari same po sebi nimajo nikakršnega pomena, pač pa pomen ustvarimo sami skozi proces reprezentacije, prek katerega ga utrdimo do te mere, da se nam zdi naraven. To poteka s pomočjo okolice, izkušenj in kodov, torej družbenih konvencij, ki se določijo in utrdijo znotraj družbe ali kulture in določajo odnose med stvarmi in njihovim pomenom oziroma našim razumevanjem le-teh. Te koncepte reprezentacije, ki so v povezavi s prevladujočimi diskurzi in ideologijo široko sprejeti in samoumevni, nezavedno ponotranjimo in na podlagi njih razmišljamo in delujemo (Zei 2004: 34).

Reprezentacijo bomo torej razumeli kot proces proizvodnje pomena, v katerem ženskam pripisujemo določene pomene in vloge, ki so se v družbi utrdile do te mere, da se nam zdijo povsem naravne in jih nato tudi sami reproduciramo naprej. Ta proces proizvodnje pomena poteka ves čas in v vsaki družbeni interakciji prek označevalnih sistemov, kot so jezik, zvoki in podobe, med katere štejemo tudi medije (Hall 2004). Ti pomeni nikoli niso dokončni, pač pa se spreminjajo skozi zgodovino in se od kulture do kulture razlikujejo.

Prevladujoči način reprezentacije nečesa v družbi v določenem zgodovinskem trenutku imenujemo **diskurz**. Le-ta skozi proizvodnje pomena prek jezika in praks definira način razmišljanja in predmet oziroma koncept, o katerem naj razmišljamo in govorimo. Opredeljuje tudi način našega delovanja ter način delovanja drugih v

družbi. Ker diskurz opredeljuje naše dožemanje in delovanje, avtomatsko izključi oziroma omeji vse ostale načine dožemanja ter tako določa, kaj je družbeno sprejemljivo in kaj ne. Gre za set nenapisanih pravil, za katerega ni nujno, da se ga zavedamo. Diskurz torej določa, na kakšen način naj razmišljamo o ženskah, kakšno vedenje je zanje primerno, kako naj se oblačijo ipd. Diskurz se prav tako kot ideologija in pomen, ki ga konceptom pripisujemo, spreminja skozi čas in razlikuje znotraj njega (ibid.). Prevladujoči pomeni in naše delovanje se torej oblikujejo znotraj diskurza in so od njega v veliki meri odvisni, tako kot so odvisni tudi od prevladujočih načinov reprezentacije in ideologije, ki v določenem zgodovinskem obdobju prevladuje. Po mnenju Myre Macdonald so vsi ti koncepti »najmočnejši prav takrat, kadar se sploh ne zavedamo, da delujejo« (Macdonald 1995: 42).

4.1 DRUŽBENI SPOL IN SPOLNA IDENTITETA

Ko govorimo o vlogi spolov, moramo najprej razlikovati med biološkim in družbenim spolom. Biološki spol predstavlja anatomske razlike med spoloma, družbeni spol pa je družbena konstrukcija spola, torej spolom družbeno pripisane lastnosti. Biološki spol zelo malo ali skoraj nič ne vpliva na to, kako ljudje delujemo kot ženske ali moški. Na posameznika učinkuje tako, da skladno z njim razvije spolno identiteto in družbeni spol, le-ta pa predpisuje pravila vedenja, ki veljajo za določen spol v določenem zgodovinskem obdobju in na podlagi katerih razmišljamo in delujemo (Štular 1998). Lastnosti družbenega spola se tako naučimo prek reprezentacij spolov, ki smo jim vsakodnevno izpostavljeni.

Pri opredeljevanju spolnih vlog gre torej predvsem za pripadnost družbenemu spolu, kar pomeni, da je biološkemu spolu pripisan določen družbeni pomen. Spol je tako družbeno, kulturno in zgodovinsko konstruiran, oblikovan in ocenjevan. Proces konstruiranja pa je nenehno prisoten v družbenih procesih in v komunikacijskih dejanjih, v katerem tudi mi sami igramo pomembno vlogo (Pušnik 2000: 392). Pri družbeni konstrukciji pomena spola gre navadno za razlikovanje na izrazito »žensko« in izrazito »moško«. Teh pojmov in pomenov se naučimo že v socializaciji, ko začnemo oblikovati svojo spolno identiteto in spole povezovati z različnimi značilnostmi in vlogami v družbi.

Spolna identiteta opredeljuje naš občutek za to, ali smo moški ali ženska. Je tudi ena izmed osnovnih kategorij, prek katere razvijamo družbeno primerne vedenjske vzorce, na kateri temeljijo naša pričakovanja o življenju ter interpretira naše izkušnje. Biti ženska je, tako kot biti na primer heteroseksualec ali Slovenec, ključna identiteta, s katero ljudje razumemo sebe in svet okoli nas ter na podlagi katere tudi delujemo. Spolna identiteta je po mnenju Uletove »rezultat družbenih pogajanj, je družbeni konstrukt« (Ule 2005: 426). Ne gre le za družbeni kontekst umeščanja posameznika v družbo in njegovo delovanje v njej, pač pa tudi za navade, načine mišljenja in čustvovanja, odnos do telesa ter oblikovanje in oblačenje le-tega. Identiteta je po mnenju Uletove »institucija, ki je zavezana diskurzom in s tem tudi ideologijam, ki obvladujejo diskurze« (Ule 2005: 427). Večino značilnosti, ki jih neka identiteta poseduje, namreč pogojujejo diskurzi, ki jih ljudje nezavedno sprejemamo in na podlagi katerih delujemo.

Pridobivanje oziroma zavedanje spolne identitete je razvojni proces, ki se dogaja v otroštvu in adolescenci ter se zaključi z vstopom v odraslost, ko se naše doživljanje ženskosti in moškosti dokončno izoblikuje. Po mnenju psihologov si jo priučimo že v obdobju socializacije, ko na podlagi opazovanja okolice sprejemajo prve posplošene predstave o spolih, ki so tudi pod vplivom kasnejših izkušenj težko spremenljive. Specifične vloge spolov, ki jih ponotranjimo kot del naše identitete, se tako ponovno okrepijo in reproducirajo naprej.

K posvojitvi ženske ali moške identitete pripomore mnogo dejavnikov, kot na primer vzorniki iz resničnega življenja, izpostavljenost aktivnostim, ki vloge spolov naturalizirajo, ter podobe, ki so jim otroci pogosto izpostavljeni. Eden od dejavnikov socializacije, ki ima zelo močno ideološko vlogo ter sposobnost razlaganja in sooblikovanja družbene stvarnosti, v našem primeru predstav o ženskah, so tudi mediji in torej tudi risanke, ki so jim otroci še najbolj izpostavljeni (Verša 1996). Le-te otroku pomagajo oblikovati njegove predstave o spolih, v skladu s katerimi nato tudi živi in deluje. Številni psihologi opozarjajo, da mladostniki zelo veliko zgledov in vzorov najdejo prav v medijih, saj se prek njih naučijo, kaj pomeni biti ženska ali moški in kako se moramo temu primerno vesti (Erjavec in Volčič 1999).

Kohlberg (v Beynon 2002: 64) sicer trdi, da se mladi odrasli zelo dobro zavedajo razlike, ki obstaja med koncepti, ki jih nosijo v glavah, in med družbeno realnostjo, vendar pa tudi kadar izkušnje prevladujejo nad ideološkim pogledom, le-te ne bodo nujno prevladale v naših glavah. Mnoge raziskave namreč kažejo, da otroci raje verjamejo reprezentacijam, ki jih prejmemo iz medijev, kot pa resničnim osebam, s katerimi imajo vsakodneven stik (Beynon 2002). Mediji imajo tako tudi velik pomen pri družbenem konstruiranju spolnih vlog in posledično pri izgradnji spolne identitete posameznika, zato je pomembno, da se zavedamo, kakšno podobo žensk nam le-ti prikazujejo.

4.2 ŽENSKOST KOT DOLŽNOST

Ženskost je družbeno kulturna konstrukcija, ki vsebuje kompleksen set lastnosti, vedenja in delovanja, ki jih pripisujemo ženskam (Macdonald 1995). Ženskost torej ni biološko določena, pač pa je povezana s spolno identiteto in je nekaj, v kar se ženska spreobrne. Sestavljena je iz družbenih kodov vedenja, ki se jih naučimo reproducirati na kulturno sprejemljive načine. Gre za kolektivne reprezentacije, ki od nas zahtevajo, da se vedemo na določen način. Tako tudi naše predstave in razmišljanja temeljijo na tem, kakšno vedenje je primerno za ženske in kakšno za moške (Bourdieu 2001: 63). Vse lastnosti, ki jih pripisujemo ženskam, jemljemo kot samoumevne in naravno dane, saj so del prevladujočega ideološkega prepričanja v družbi (Radway 2001).

Nikoli ne moremo govoriti o eni sami ženskosti, pač pa o več ženskostih, saj obstaja več oblik in izraznosti spola, vseeno pa obstaja nekaj podob ženskosti, ki v določenem zgodovinskem obdobju v neki družbi prevladujejo. Temu pravimo hegemonična ženskost oziroma prevladujoča podoba ženskosti, ki se ustvari prek prevladujočih enoličnih podob ženskosti v družbi (McRobbie, 2002). Gre torej za nek sporazumen sistem pogleda na ženskost in razmišljanje o njej, ki ne nastane pod prisilo, pač pa iz nekega spontanega dogovora, da je to zdravorazumski in naraven, predvsem pa družbeno sprejemljivejši način razumevanja in izražanja ženskosti.

Ljudje koncept ženskosti gradimo s pomočjo primerjanja, ocenjevanja, predvsem pa z razlikovanjem, ki se najpogosteje vzpostavlja skozi binarne opozicije. Gre za binarna nasprotja, kot so velik-majhen, močan-šibak, dobro-zlo, ženska-moški ipd. Prav slednje, torej razlikovanje po spolu, je tisto, ki je za definiranje koncepta ženskosti morda še najbolj pomembno, saj določa mnoge neenakosti, ki se med njima pojavljajo. Govorim seveda o razlikovanju ne zgolj po bioloških, pač pa predvsem po družbenih lastnostih spola.

V večini kultur je razdelitev spolov hierarhična. Prevladuje moškosrediščnost, kar pomeni, da imajo moški prednostno mesto, ženska pa je pojmovana kot manjvredna. Ženskemu spolu so bile že od nekdaj pripisane lastnosti, ki niso imele takšne družbene veljave kot lastnosti, ki so bile pripisane moškimi. Moški spol je razumljen kot tisti, ki ima zaradi svojih fizioloških značilnosti v družbi dominanten položaj, ter tako definira in nadzoruje drugega (Švab 2002). Moški je fiziološko večji in močnejši od ženske, zato je nadrejen in aktiven. Ženska pa mu je podrejena in pasivna. Glede na lastnosti družbenega spola se torej od ženske pričakuje, da je privlačna, dostopna in uslužna (Bourdieu 2001).

»Ženskost ni univerzalna in nespremenljiva kategorija, ampak diskurzivna konstrukcija« (Švab 2002: 202), ki je odvisna od družbeno zgodovinskih dejavnikov. Prav zato, ker ženskost ne obstaja kot karakteristika neke osebe, pač pa zgolj kot družbena ideologija, moramo pogledati tudi zgodovinske pogoje, pod katerimi ženskost sploh lahko obstaja in zavzame določene oblike in prepričanja (MacInnes v Beynon 2002: 17). Naj poudarim še to, da me v pričujoči nalogi zanimajo koncepti ženskosti, kot jih pojmujejo v zahodnih družbah, in kot so umeščeni v obdobje dvajsetega stoletja.

4.2.1 DRUŽBENO OZADJE KONCEPTA ŽENSKOSTI V DVAJSETEM STOLETJU

Ključnega pomena pri razlikovanju žensk od moških je bila razdelitev na javno in zasebno sfero, ki je že od nekdaj ideološke narave. Javna sfera je bila namenjena moškimi, ki so delali izven doma in je pomenila vpliv in moč. Zasebna sfera, ki je bila nosilka moralnih vrednot, pa je bila namenjena ženskam, ki so ostajale doma in

skrbele za gospodinjska opravila in družino. Ženski je bila torej dodeljena vloga skrbnice in matere, med drugim tudi po zaslugi njihove naravne biološke funkcije rojevanja. Po mnenju Joganove (Jogan 2001: 9) je pomembno vlogo v domestificiranju žensk odigrala tudi cerkev, ki je težila k ohranjanju tovrstne delitve družbenega delovanja na javno, torej moško, in zasebno, žensko sfero. Poleg tega je od druge polovice 19. stoletja naprej kot vzor ženskih vrlin veljal krščanski lik Marije Device, katere pozitivne lastnosti, kot na primer brezpogojna ljubezen in dajanje prednosti drugim pred svojimi lastnimi užitki, so (za tiste seveda, ki so bili verni) pomenile edini pravi zgled za oblikovanje identitete in s tem tudi družbene vloge (Jogan 2001).

Pomembno vlogo v oblikovanju ženskosti ima prav gotovo vzpon ženskih gibanj za pravice žensk, ki je s pridobitvijo volilne pravice za ženske v začetku dvajsetega stoletja zamajal temelje patriarhalne družbe. Od takrat naprej si namreč moški žensk vsaj po zakonu niso smeli več lastiti in jih nadzirati. Za definiranje koncepta ženskosti je bilo pomembno tudi obdobje prve svetovne vojne, ko se je zaradi odhoda moških na fronto pojavila potreba po delovni sili. Ženske so se začele množično zaposlovati tudi na področjih, ki so prej veljala za »moška«. Tako so kar naenkrat delale kar na dveh področjih, tako doma kot v službi, vendar pa so se morale po vrnitvi moških iz vojne, in s tem tudi nazaj na delovna mesta, spet umakniti v zasebno sfero (Beynon 2002).

Obdobje med vojnama je bilo zelo težavno in mnogo ljudi je ostalo brezposelnih. Ko se je gospodarstvo spet postavilo na noge, se je hitro začela razvijati tudi tehnologija, ki je spremenila naravo dela in tako njegovo dostopnost. Težkega fizičnega dela je bilo vse manj, vse več pa prefinjenih in udobnih poklicev, ki so jih lahko opravljale tudi ženske. Poleg tega, da so še vedno skrbele za dom in družino, so se spet začele zaposlovati. Področja njihovega dela so od njih zahtevala podobne lastnosti, kakršne so se od nje pričakovale doma. Zaposlovale so se kot ročne delavke, gospodinjske pomočnice, strežnice, negovalke in učiteljice, kjer so spet igrale vlogo prijazne, skrbne in ustrezljive ženske.

Množično zaposlovanje žensk je v veliki meri pripomoglo k njihovi finančni neodvisnosti. Ženska ni bila več odvisna od moškega, kar je povečalo možnost

emancipacije. V petdesetih in šestdesetih letih dvajsetega stoletja se je pojavilo potrošništvo in oglaševanje, ki je v največji meri promoviralo materinstvo ter mnoge potrošniške izdelke v ta namen. Poleg tega se je pojavilo tudi mnogo drugih potrošniških dobrin, na podlagi katerih so si ženske lahko ustvarjale svojo identiteto. V veliki meri so k ustvarjanju ženske identitete pripomogle revije, ki so žensko učile, kako skrbeti za otroka ali pa kako usklajevati službo, dom in prosti čas. Ženska je namreč, poleg tega, da se zaposluje, še vedno tradicionalno pojmovana kot spol, ki skrbi za dom in družino (ibid.).

Novejša podoba ženskosti pa je še več kot to. Ne le, da si ženska gradi kariero v poslovnem svetu ter ob tem skrbi za otroke in opravlja hišna opravila, pač pa mora ob vsem tem skrbeti tudi sama zase, za svojo fizično kondicijo, urejenost ter lep in mladosten videz. Vse to mora ženska dopolnjevati še s številnimi potrošniškimi izdelki, brez katerih ji skorajda ni več dovoljeno živeti. Skrb za žensko telo danes tako ni več predmet izbire, pač pa družbena dolžnost, ki jo mora ženska izpolnjevati. Družbene zahteve o ženski vizualni podobi so danes zahtevnejše in za žensko napornejše kot kdajkoli prej. Res je, da so se ženske osvobodile odvisnosti od moških, začele so se zaposlovati in postajati moškimi enakovredne, vendar pa se neenakost spolov kaže v tem, da omenjene dolžnosti veljajo za ženske, ne pa tudi za moške (Macdonald, 1995).

Vzpostavljene razlike med spoloma so in še vedno v prvi vrsti služijo ohranjanju stabilnosti v družbi in so ključni dejavnik družbenega reda. Stabilnost v družbi se konstruira in ohranja z diskurzi, ki v določeni družbi veljajo ter z vsakdanjimi interakcijami med ljudmi, s čemer te diskurze aktivno reproduciramo in tako sami veliko pripomoremo k temu, da jih jemljemo kot zdravorazumske (Pušnik 2000: 393). Tudi Bartkyjeva razume reprezentacije ženskega telesa kot vpete v procese družbenega nadzora, pri čemer se opira na Foucaultovo pojmovanje »disciplinarnih praks« (Bartky 2006: 61). Oblast, ki vse te procese narekuje in nadzoruje, ni povezana z nobeno državno institucijo in z nikomer, ki bi nam dejansko ukazoval ali nad nami izvajal kazni. Oblast je nevidna in anonimna, je povsod in nikjer. Ta oblast so ljudje okoli nas, so podobe, ki jih opazujemo, smo mi sami. Del te razpršene oblasti in ustvarjanja zahtev o podobi in vlogi ženske pa so prav gotovo tudi mediji.

Preden pogledamo, kakšno vlogo imajo pri konstrukciji ženskosti mediji, moramo najprej na kratko orisati, na kakšen način le-ti na občinstvo sploh lahko vplivajo.

4.3 MEDIJI IN KONSTRUKCIJA DRUŽBENE REALNOSTI

V dvajsetih letih prejšnjega stoletja je mnogo teoretikov začel zanimati vpliv medijskih vsebin. Ob množici teorij, ki na to temo obstajajo, se moramo predvsem zavedati, da raziskav, ki bi dajale enake rezultate, ni, in da se tudi teoretiki o vplivu medijev niso in se najverjetneje nikoli ne bodo zedinili. Poleg tega pa je treba poudariti tudi, da vplivov medijev na občinstvo nikakor ne moremo posplošiti (Katz 2001: 9472). Povezavo med množičnimi mediji in občinstvom proučuje pet glavnih tradicij, in sicer *raziskovanje učinkov*, *raziskovanje 'Uses and gratification'* oziroma raziskovanje uporabe in zadovoljitve, *literarno kritiko*, *kulturne študije* ter *analizo recepcije*. Tradicije se v mnogih pogledih in metodah razlikujejo, skupno pa jim je opazovanje sporočila oziroma diskurza, občinstva ter družbenega sistema oziroma konteksta, v katerem se vse to povezuje.

Tradicija raziskovanja učinkov množičnih medijev je v najzgodnejših letih medijska sporočila razumela kot izolirane dražljaje s kratkotrajnim in neposrednim vplivom na posameznika kot njihovega pasivnega prejemnika. V kasnejših obdobjih so vpliv medijev že začeli pojmovati kot dolgoročnega in posrednega, vlogo posameznika v procesu prejemanja medijskih sporočil pa kot aktivno in selektivno naravnano. Medije so začeli razumevati kot dražljaj, ki v medsebojni povezavi z družbenim kontekstom, v katerem se komunikacijski proces odvija, na posameznika lahko vpliva le v odvisnosti od njegovih družbenih in osebnostnih značilnosti. Za raziskovanje učinkov bi lahko rekli, da se ukvarja predvsem z iskanjem odgovora na vprašanje o tem, kaj mediji počnejo s posameznikom (Jensen in Rosengren 1996: 315).

Z nasprotnim vprašanjem se je ukvarjalo raziskovanje uporabe in zadovoljitve, čigar glavni namen je ugotavljati, kaj posamezniki počnejo z mediji oziroma kakšno zadovoljstvo jim daje prejemanje medijskih vsebin. Veliko poudarka je tradicija posvetila prav aktivnosti občinstva in potrebam posameznika glede na njegove družbene in osebnostne značilnosti. Omenjeni tradiciji temeljita na kvantitativnih

družboslovnih praksah in teorije oblikujeta kot modele, ki se jih da preverjati s formaliziranimi postopki, tradiciji, ki ju bom na kratko predstavila v nadaljevanju, pa temeljita na humanističnih praksah, ki so navadno kvalitativne in jih ni mogoče zlahka formalizirati. Njuno raziskovanje temelji na opisovanju vsebine medijskih tekstov in načina medijske reprezentacije pomena, pri čemer tako medijske diskurze kot tudi občinstvo postavijo v širši družbeno kulturni okvir.

Področje raziskovanja tradicije literarne kritike sicer zajema predvsem visoko umetniško kulturo, vseeno pa so njena raziskovalna vprašanja, ki se navezujejo na strukturo literarnih tekstov kot na obliko komunikacije, ki bralce nagovarja kot zasebnike v njihovem prostem času, podala pomembna izhodišča tudi za raziskovanje množične kulture in njenih tekstov. Da popularno množično kulturo obravnavamo kot sestavni del vsakodnevnih aktivnosti, in tako diskurz, ki ga je vredno proučevati, je v veliki meri zaslužna tradicija kulturnih študij. Le-te posamezniku priznavajo možnost oblikovanja pomena, pomenu pa pripisujejo tudi možnost vplivanja na delovanje družbenih praks. Raziskovanje kulturnih študij tako temelji na dejanskem sporočilu in diskurzu medijskega teksta, ki ga opazujejo v povezavi s hkratnim družbenim in zgodovinskim kontekstom (Jensen in Rosengren 1996).

Najnovejša tradicija v raziskovanju občinstva je analiza recepcije, ki temelji na različnih teoretskih okvirih in praksah, ter kombinira tako kvalitativne kot kvantitativne oblike raziskovanja. Analizo recepcije zanima zveza med medijskim diskurzom in diskurzom občinstva ter proces recepcije in njegovi učinki na uporabo in vpliv medijskih sporočil. Občinstvo razume kot aktivne posameznike z zmožnostjo proizvodnje pomena, ki nastaja v odvisnosti od družbeno-kulturnega sistema in praks.

Občinstvo torej vedno bolj razumemo kot aktivno pri konstrukciji pomena medijskih tekstov in selektivno pri njihovi uporabi. Vse večji pomen dajejo tradicije tudi na družbeni kontekst posameznika, torej na okolje, v katerem se giblje, družinske okoliščine, osebna izkustva in še na mnoge druge družbene dejavnike. Vse to namreč vpliva ne le na bralčevo percepcijo in uporabo sporočila, pač pa tudi na

oblikovanje medijskih vsebin samih, torej tudi na podobo ženske, ki nam jo le-ti ponujajo (ibid.).

4.3.1 VLOGA MEDIJEV PRI KONSTRUKCIJI ŽENSKOSTI

Mediji ne le odsevajo realnost, pač pa jo tudi interpretirajo in oblikujejo. Služijo predvsem kot simbol za realnost ter za njeno konstrukcijo in prezentacijo. Medijsko realnost pogosto pojmuje kot nekaj normalnega in sprejemljivega tudi izven njih, torej tudi v naših življenjskih nazorih. Zato lahko rečemo, da imajo mediji s prikazovanjem mnogih predstav o ženskosti veliko vlogo pri razvijanju spolnih vlog in našega razumevanja le-teh. Vsakodnevno namreč prikazujejo stereotipne podobe žensk, na podlagi katerih si oblikujemo svoja stališča in na podlagi katerih delujemo (Macdonald 2003).

Stereotipi so posploševanja nepreverjenih lastnosti neke osebe ali družbene skupine, v našem primeru žensk, ki so močno vpeti v sistem družbenih vrednot in delujejo tako, da nas prepričajo, da niso popolnoma napačni, da delujejo vsaj malo verjetni in da vsebujejo vsaj kanček resnice (Perkins v Macdonald 2003: 13). Po mnenju Uletove »stereotipi služijo političnim, družbenim in ideološkim namenom, izvirajo iz družbene moči ter nosijo ideološko funkcijo opravičevanja družbenega statusa quo« (Ule 2005: 230) oziroma obstoječega stanja v družbi. Tovrstni prikazi spolov se prek medijev v naše misli projicirajo zelo počasi in prikrito, vendar učinkovito. Mediji namreč v okviru ideologije in diskurzov določene koncepte legitimirajo in jih ustvarjajo družbeno sprejemljive (Caputi 1999).

Prikazi spolov v medijih so v veliki meri odvisni od družbenega spola in vzorcev, ki so določenemu spolu pripisani in jih od njega pričakujemo. Vloge spolov so v medijih predstavljene kot polarna nasprotja, torej so izrazito 'ženske' ali izrazito 'moške', pa naj gre za način vedenja, govorjenja, oblačenja ali vloge v družini in družbi. Predvsem je, kot trdi Verša (Verša 1996: 11), opazna prisotnost patriarhalne delitve vlog, torej prevlade moškega spola. Nasprotja med spoloma so navadno predstavljena kot razlike med značilnostmi v znanju, ugledu, dosežkih, dominantnosti, agresiji, skrbnosti ter verbalnih sposobnostih (Beynon 2002: 56).

Ženske so mnogokrat prikazane kot nižje na hierarhični lestvici in z lastnostmi, ki naj bi naravno veljale za ženske.

Način, kako spoli funkcionirajo v družbi, so v medijih navadno razloženi kot naravno dejstvo. Pravzaprav niti niso nikoli razloženi, temveč jih kot take preprosto jemljemo. Tako se nam zdi popolnoma normalno, da so ženske prikazane kot gospodinje, medicinske sestre ali tajnice ter da so po svoji naravi pasivne, nežne, ranljive, čustvene in podrejene. Patriarhalni družbeni vzorci so tako v medijih še vedno močno prisotni in v zadnjih obdobjih se še najbolj kažejo v poudarjanju dolžnosti ženske, da izpolnjuje lepotne ideale trenutnega obdobja. Prav skozi medije namreč dobivamo največ nasvetov, kako in na kakšen način naj se ženska uredi, naliči, obleče in vede, da bo moškemu privlačna in ravno prav erotična. Način, na katerega je ženska v medijih predstavljena, tako še naprej reproducira vlogo ženske kot podrejene moškemu.

5. PODOBA ŽENSKE IN USTVARJANJE POMENA

Namen pričujočega poglavja je osvetlitev konceptov, ki jih bom potrebovala v procesu iskanja odgovorov na svoja raziskovalna vprašanja. Opirala se bom predvsem na teorijo mita, katerega prisotnost v risanih filmih je tudi naše glavno zanimanje. Če želimo razumeti, kako mit deluje, je treba najprej opredeliti nekatere koncepte semiotike, iz katere mit v osnovi tudi izhaja. Najpomembnejša trditev konstruktivizma, znotraj katerega uvrščamo tudi semiotiko, je, da stvari same po sebi ne pomenijo nič in da smo mi tisti, ki z uporabo reprezentacijskih sistemov, torej konceptov in znakov, konstruiramo pomen (Hall 1994). Prav zato je pomembno, da razumemo, kako in na kakšen način to ustvarjanje pomena deluje, torej kako na podlagi omenjenega konstruiramo pomen sveta okoli nas.

5.1 USTVARJANJE POMENA

Osnovni element, na katerem temelji semiotika, je znak. Razumeli ga bomo kot vsako stvar, ki jo zaznavajo naši čuti, torej objekti, podobe, zvoki, kulturni teksti. Znak je po de Saussureju razdeljen na dva dela, in sicer na označevalca in označenca. Pod označevalcem bomo razumeli dejansko, fizično obliko znaka oziroma podobo, kakršno zaznamo z našimi čuti. Označenec pa je koncept oz. miselna predstava, na katero se ta oblika nanaša, torej predstava o tem, kaj znak pomeni.

Pomen, ki ta dva koncepta povezuje, je stvar kodov oziroma konvencij, ki so družbeno dogovorjena in utrjena pravila in nam omogočajo, da sporočila in znake dekodiramo tako, da v določeni družbi dobijo pomen (Fiske 1990). Med označevalcem in označencem namreč ni naravne povezave, niti ta ni utrjena za vedno, pač pa se v času spreminja. Odvisna je namreč od družbenih in zgodovinskih dejavnikov oziroma sprememb, poleg tega pa je lahko v istem času različna tudi od kulture do kulture (Hall 1994). Roland Barthes (v Fiske 1990) je razmišljal o načinu signifikacije oziroma označevanja kot načinu, na katerega znaki v določeni kulturi dobijo pomen, in razvil idejo o dveh ravneh signifikacije.

Prva raven signifikacije je **denotacija**, ki jo je razumel kot opisno raven, kjer se interpretacija znaka, sestavljenega iz označevalca in označenca, nanaša na njegov očitni pomen, o katerem obstaja širok konsenz, v katerem se večina ljudi strinja (ibid.). Na drugi ravni signifikacije delovanje znaka opisuje kot raven **konotacije**, ki se nanaša na globlji pomen znaka, ki ni očitni na prvi pogled, pač pa pomen dobi šele v povezavi s konvencijami in kodi določene kulture in družbe (Hall 1994). Znak, tvorjen na denotativni ravni, se na konotativni ravni pretvori v označevalca. Ta označuje novega označenca, s katerim tvori nov znak. Konotacija je torej drugovrstni pomen označevalca. Za lažje razumevanje podajam primer ženske, oblečene v predpasnik, s kuhalnico v roki in z otrokom ob njej, ki jo drži za krilo. Na ravni denotacije bomo videli točno to, kar sem pravkar opisala. Na konotativni ravni pa bomo sklepali, da gre za mati in gospodinjo, ki kuha in hkrati pazi na otroka.

5.2 USTVARJANJE POMENA NA RAVNI MITA KOT IDEOLOŠKEGA SPOROČILA

Barthes (v Hall 1994) nadalje razvije še en način druge ravni signifikacije, in sicer raven mita. Ta način nam pomaga razumeti, kako reprezentacija deluje na še širši ravni, kot le na podlagi razdelitve znaka na označevalca in označenca. Gre za semiološki sistem drugega reda. Če hočemo razkriti globlji pomen, moramo najprej označevalca, torej dejansko podobo, odkodirati na raven označenca, torej koncepta, s čimer dobimo vrsto znakov s preprostim denotativnim pomenom. Označevalec in označenec sta se torej združila v enoten znak, ki na drugi stopnji reprezentacije nastopi v vlogi označevalca, ki je povezan z drugo vrsto označencev. Ta druga vrsta označencev pa je raven širšega, ideološkega konteksta. Druga raven, torej ideološki pomen znaka, Barthes definira kot raven mita (ibid.).

Vzorec je enak de Saussurjevemu, torej znak, označevalec in označenec, le da gre za širši pomen znaka. Kar je v prvem semiološkem sistemu znak, torej celota dejanske podobe in koncepta, v drugem redu postane označevalec. Mit je torej drugovrstni pomen označenca. Vrnimo se k primeru ženske, za katero smo zdaj že ugotovili, da je mati in gospodinja, ki kuha in pazi na otroka. Na ravni mita bomo to žensko postavili v širši kontekst. Označili jo bomo kot skrbno in pridno žensko,

postavljeno v domačo sfero, kjer igra vlogo matere in gospodinje ter tako skrbi za dom in družino.

Barthes (Barthes 1984) definira mit kot sistem komuniciranja. Razume ga kot sporočilo, ki ustvarja pomene in oblike predmetov, subjektov in konceptov, ki so širše sprejeti znotraj določene družbe in zgodovinskega okolja ter ni v nobeni večji povezavi z resničnostjo. Če poenostavimo, gre za "zgodbo, s katero kultura razloži ali razume določen vidik stvarnosti ali narave" (Fiske 2005: 97). Mit nam predstavlja način, na katerega naj razmišljamo, delujemo in način, na katerega naj se odzivamo na določeno družbeno situacijo. Mit nam brez potrebe po razlagi razlaga, zakaj so stvari take kot so in kompleksne procese spreobrne v preproste in navidezno utemeljene pojave. Mit torej deluje tako, da nek predmet, subjekt ali pojem označi za naravnega in samoumevnega ter ga tako vpne v šablonske načine razmišljanja in govorjenja (Fjellman 1992).

Miti so predvsem zgodovinski koncepti, ki odražajo razmerja moči v določenem zgodovinskem obdobju. So produkti družbenega razreda, ki so dosegli nadvlado v določenem zgodovinskem obdobju, vendar pa jim z naturaliziranjem zgodovine uspe spretno zakriti svoj izvor in svoje pomene predstaviti kot naravne, nespremenljive in celo pravične. Ravno ta naturalizacija zgodovine mitov skrije njihov družbeni in politični učinek, saj so se razvili zato, da bi služili interesom vladajočega razreda, torej buržoaznemu moškemu v kapitalizmu. Po mnenju Fiskeja (Fiske 2005) so se oblikovali zato, da bi pojasnjevali družbene okoliščine.

V primeru pričujoče naloge gre za proces izgradnje likov ženske, kar vključuje konstrukcijo mita, reprezentacijo in reprodukcijo. Raznolikost resnične ženske je v tem procesu spremenjena v vodljive in prilagodljive mite o ženskosti. Ko govorimo o reprodukciji mitov, se moramo zavedati, da niso le mediji tisti, ki jih ohranjajo pri življenju, vendar tudi mi sami kot bralci tekstov pri tem igramo veliko vlogo. »Pomeni so namreč ustvarjeni v interakcijah med tekstom in občinstvom, kjer pri ustvarjanju pomena obe prvini enako prispevata« (Fiske 2005: 170). Vsakič, ko je nek znak uporabljen, to okrepi njegov obstoj. Vedeti pa moramo tudi to, da miti nastajajo dolgo časa, se na svoji poti spreminjajo in zato se jih tudi ne moremo tako enostavno znebiti (Barthes 1984).

5.3 MITI O ŽENSKOSTI PO MYRI MACDONALD

Na podlagi Barthesove definicije mita je Myra Macdonald preučevala vlogo mitov o ženskosti v medijskih reprezentacijah. Po njenem mnenju imajo miti »pomembno ideološko vlogo pri konstrukciji našega razumevanja realnosti« (Pušnik 2000: 394), saj na podlagi le-teh realnost razumemo kot nekaj samoumevnega in zdravorazumskega. V zahodnih kulturah obstaja mnogo mitov o ženskosti, vendar pa se bom v tem delu osredotočila predvsem na tiste ključne štiri, ki jih je opredelila Myra Macdonald.

5.3.1 ŽENSKA KOT ENIGMA IN GROŽNJA

Mit ženske kot enigme in grožnje, ki se v medijih kontinuirano ponavlja, ima korenine že v antični Grčiji. Sirene so kot skrivnostne lepotice brez besed, samo s petjem in svojo lepoto moške zvale v smrt. Svoja lepa telesa so skozi igrice nemoralno uporabile za pot do njihovega cilja. Spomnimo se tudi meduze s kačjimi glavami, ki je vsakega, ki jo je pogledal, spremenila v kamen. V antični Grčiji, pa tudi kasneje v medijih, lahko zasledimo ženske, katerih glavna lastnost je bila nemoralna.

Ženska kot enigma in grožnja ima v medijih dve podobi. Ali je upodobljena kot lepa in erotična boginja ali pa kot pošast. V obeh primerih deluje skrivnostno, in nerazumljeno, mnogokrat celo nevarno. Ženska enigma v nasprotju s prevladujočimi značilnostmi ženske navadno ni prikazana v vlogi matere. Ni postavljena v domače okolje oziroma je iz njega izključena. Če pa že, se tam prav gotovo ne počuti udobno, je drugačna od ostalih, saj je nepredvidljiva, skrivnostna, iracionalna, posesivna in mnogokrat predstavlja grožnjo okolju. Je svobodna in prav zato deluje nevarna. Od osemdesetih let naprej tako žensko imenujejo tudi *femme fatale*, ali usodna ženska, kjer se hkrati pojavljata krhkost in moč, ranljivost in samozavest ter je zato tudi zaželena, hkrati pa odbijajoča.

Tudi usoda ženske kot enigme je drugačna, ali je moralno kaznovana ali pa nekomu s trdom uspe, da jo ukomponira v družinsko življenje oz. domače okolje. Macdonaldova tudi to kazen povezuje z zgodovinskimi liki. Ko je Eva, lik iz

krščanstva, odtrgala prepovedano jabolko, ni bila kaznovana le ona sama, pač pa mora zaradi njene radovednosti trpeti celotno človeštvo (Macdonald 1995).

5.3.2 ŽENSKA KOT SKRBNA IN LJUBEČA OSEBA

Mit ženske kot skrbne, razumevajoče in ljubeče osebe, je morda v medijih še najbolj prisoten in v svojem bistvu najmanj spremenljiv. Pojavil se je z ločitvijo javne in zasebne sfere, ki je bila rezervirana za ženske. Ženske so ostajale doma in skrbele za dom in družino ter bile odgovorne za moralno vodstvo družine. Ženske so bile cenjene zaradi svoje fiziološke značilnosti materinstva in zmožnosti skrbeti za druge, kar naj bi jim bilo zaradi materinstva tudi prirojeno. Osrednja podoba mita o ženski kot skrbni in ljubeči osebi je namreč prav mati in gospodinja, ki se nesebično in požrtvovalno razdaja za vse okoli sebe ter daje ljubezni in skrbi za druge prednost pred užitkom.

Tudi ta mit lahko povežemo z likom iz krščanstva. Vzor ženske kot skrbne in ljubeče je prav gotovo Marija Devica, katere lastnosti so brezmadežno spočetje, aseksualnost in potrpežljivost. Tako kot Marija se tudi takšna ženska v medijih pojavlja kot vzornica, ki je vredna občudovanja. Omenjeni mit se je skozi zgodovino spreminjal v mnoge različice, vendar pa je v svojem bistvu ostal enak. Mediji od devetdesetih let naprej namreč prikazujejo materinstvo tudi v povezavi s seksualnostjo in kariero. Ne samo, da zmore »super ženska« vse to dobro povezovati, temveč ji poleg tega uspe skrbeti še za svoje zdravje, prosti čas in zunanji izgled (ibid.).

5.3.3 ŽENSKA KOT SEKSUALNI OBJEKT

Mit o ženski kot seksualnem objektu je skozi zgodovino doživel ogromne spremembe. Seksualnost je namreč včasih veljala za nekaj, kar je lahko le zasebno, kar je skrivnostno, nevarno in vznemirljivo. Največje spremembe je mit, skladno s prevladujočimi diskurzi o ženski seksualnosti, doživel v dvajsetih letih prejšnjega stoletja, ko so ljudje na seksualnost začeli gledati malce bolj odprto in začeli spolni užitek priznavati tudi ženskam. Odnos do ženske seksualnosti je postal bolj odprt tudi s pojavom potrošniške družbe, ko so se pojavili prvi piročniki o spolnosti. Od

šestdesetih let naprej, ko so odkrili kontracepcijske tabletko, ženski užitek ni več veljal kot nekaj prepovedanega in skritega, še vedno pa je glavna naloga ženske, poleg zadovoljevanja svojih, predvsem zadovoljevanje moških poželenj.

Ženska kot seksualni objekt je na prvem mestu lepa, je pa tudi samozavestna, vplivna in erotična. Predvsem je predstavljena kot objekt, ki je ustvarjen izključno za zadovoljstvo moškega. Je svobodna, odločna in sprejema svoje lastne odločitve. Ker je ženska kot seksualni objekt povezana predvsem z mladostjo in lepim telesom, se v medijih kot taka tudi pojavlja, kar pomeni, da so starejše ženske iz tega mita izključene.

Z reprezentacijo ženske seksualnosti se dnevno srečujemo prek medijev. Zato je treba poudariti tudi to, da se pojavlja prepad med žensko osebno izkušnjo, torej njenim zavedanjem same sebe ter med medijsko konstrukcijo ženske, ki je morda še bolj kot pri mitu ženske kot seksualnem objektu opazen pri mitu o ženski kot telesu, saj je prezentacija telesa vendarle veliko bolj javno izpostavljena kot pa seksualnost (ibid.).

5.3.4 ŽENSKA KOT TELO

Mit ženske kot telesa je eno izmed ključnih področij za definiranje ženskosti. Ta mit od ženske zahteva, da je urejena skladno z diskurzi trenutnega časa, da skrbi za svojo zunanjo lepoto, si na ta način ustvari identiteto in je, kot cilj vsega tega, privlačna moškemu. Njena zunanja podoba je namreč definirana z moškim pogledom. Ker velja prepričanje, da je mlado lepo, mora ženska z različnimi prijemi preprečevati staranje. Starejša ženska se tako v medijih nikakor ne more pojaviti kot lepa.

Ta mit je skozi zgodovino v zelo kratkem času prešel mnoge spremembe. V začetku dvajsetega stoletja je kot ideal veljal deški videz mladega nedoraslega dekleta. V obdobju po vojni je ta ideal nadomestila podoba ženske s polnimi obljinami, torej širokimi boki in velikim oprsjem, a ozkim pasom. V šestdesetih letih se je idealno žensko telo spet spremenilo in je moralo biti zelo suho, skorajda shirano.

Zanimivo je, da, ko se je enkrat vzpostavil ideal suhega ženskega telesa, se le-ta do danes ni spremenil. Bordojeva meni, da je ta fenomen, torej ideal suhega telesa, povezan s tistim trenutkom v zgodovini, ko so ženske nehali pojmovati kot neseksualne matere in je vitko, lepo telo moškim enostavno postalo všeč. Med ženskami je bilo vitko telo po mnenju Naomi Wolf sprejeto zato, ker je bilo v popolnem nasprotju s takratno materinsko podobo. Ženska kot telo je torej v medijih vitka, popolno naličena in oblečena po zadnji modi, kar spodbuja tudi potrošniški diskurz, predvsem pa mora dajati občutek, da se v svoji koži dobro počuti (ibid.).

Pregled štirih mitov o ženskosti po Myri Macdonald nam pokaže, da so se sicer pogledi na ženskost skozi čas spreminjali, vendar pa v svojem bistvu še vedno ostajajo. Glede na to, da že toliko časa v svojih osnovnih tirnicah vztrajajo v družbi, je zelo verjetno, da se še zelo dolgo ne bodo spremenili.

6. ANALIZA MITOV O ŽENSKOSTI V DISNEYJEVIH CELOVEČERNIH RISANKAH

Navedla sem teoretske koncepte, ki razlagajo, kako na podlagi znakov, ki jih prejmemo iz okolice, ustvarjamo pomen. Povedala sem, da imajo medijske reprezentacije veliko vlogo pri razumevanju spolov, njihovih značilnosti in družbenih vlog. Prikazala sem tudi, da smo v medijskih reprezentacijah priča nekaterim prevladujočim podobam ženskosti, kjer sem se osredotočila na štiri ključne mite o ženskosti in njihove značilnosti. Namen pričujoče naloge je ugotoviti prisotnost teh mitov v Disneyjevih celovečernih risankah, spremembe mitov skozi dvajseto stoletje ter morebiten nastanek novih mitov o ženskosti. Najprej moram torej natančno opredeliti raziskovalna vprašanja, na katera bom iskala odgovore. Nato bom določila predmet analize ter opredelila področja, ki jih bom opazovala. Z analizo bom na koncu skušala pridobiti odgovore na raziskovalna vprašanja.

Zanima me, v kolikšni meri, če sploh, so v Disneyjevih risankah *Sneguljčica in sedem palčkov* (1937), *Trnuljčica* (1959), *Mala morska deklica* (1989) in *Mulan* (1998) prisotni štiri ključni miti o ženskosti, kot jih je opredelila Myra Macdonald, torej *mit ženske kot enigme in grožnje*, *mit ženske kot skrbne in ljubeče osebe*, *mit ženske kot seksualnega objekta* ter *mit ženske kot telesa*.

Zanima me tudi, ali so se, in v kakšni smeri, omenjeni miti razvijali in spreminjali skozi dvajseto stoletje ter ali so njihove spremembe potekale vzporedno z družbeno kulturnimi spremembami, ki so vplivale na vlogo ženske v družbi. Zanima me torej, ali so miti ostali enaki, se spreminjali, so morda začeli izginjati ali pa celo v celoti izginili. Ugotoviti želimo tudi to, če so tekom dvajsetega stoletja morda nastali novi miti o ženskosti.

6.1 PREDMET IN PODROČJE OPAZOVANJA

Predmet moje analize bodo štiri Disneyjeve celovečerne risanke, ki sem jih izbrala na podlagi Disneyjeve opredelitve njegovih »princes«. V skupino Disneyjevih »princes«

spada osem risank, kjer imajo glavno ali pa vsaj zelo pomembno vlogo ženske. Te risanke so Sneguljčica in sedem palčkov (Snow White and the Seven Dwarfs, 1937), Pepelka (Cinderella, 1950), Trnuljčica (Sleeping Beauty, 1959), Mala morska deklica (The Little Mermaid, 1989), Lepotica in zver (Beauty and the Beast, 1991), Aladdin (1992), Pocahontas (1995) in Mulan (1998).

Ker me zanimajo spremembe mitov ženskosti skozi dvajseto stoletje, sem si tudi štiri risanke za analizo izbrala v približno enakih razmikih. Enaki seveda ne morejo biti, saj smo odvisni od produkcije oziroma časa nastanka le-teh. Tako bom kot prvo analizirala risanko Sneguljčica in sedem palčkov iz leta 1937, kot drugo pa risanko Trnuljčica iz leta 1959. Nato bom analizirala risanko Mala morska deklica iz leta 1989, kot zadnjo pa še Disneyjevo klasično dvodimenzionalno risanko Mulan iz leta 1998.

Področja opazovanja sem povzela iz Macdonaldine opredelitve štirih ključnih mitov o ženskosti, pri njihovi razdelitvi pa sem si pomagala tudi s Proppovim delom *Mofrologija pravljice* (1925/2005), kjer je pri analizi pravljic izhajal prav iz strukturalizma in semiotike. Disnejeve risanke namreč prav lahko razumemo kot pravljice, saj so zasnovane po predlogi le-teh. Propp (Propp 1925/2005: 8) trdi, da so pravljice sestavljene iz spremenljivk in stalnic. Spremenljivke so »liki«, ki v zgodbi nastopajo, ter njihove zunanje značilnosti, kot so starost, spol, zunanji videz, ime, bivališče ipd. Stalnice v pravljicah pa so »funkcije« oziroma dejanja likov ter lastnosti likov, ki se v vseh pravljicah ponavljajo. Ponavljanje določenih prvin v risankah posledično ustvarja določen način reprezentacije in razumevanja ženskosti, torej mite o ženskosti.

V navedenih risankah bom opazovala ženske like, pri katerih bom področja opazovanja razdelila na štiri sklope: *fizične značilnosti likov*; *osebne oziroma značajske lastnosti*; *družbeno vlogo in kontekst, v katerem se liki pojavljajo ter njihovo usodo*. Zanimalo me bo, v kolikšni meri so značilnosti posameznega sklopa prisotne pri posameznih likih v analiziranih risankah. Za lažjo predstavo naj še enkrat strnjeno povzamem ključne značilnosti, ki jih vsebujejo štirje ključni miti o ženskosti.

Tabela 6. 1: Ženska kot enigma in grožnja

Fizične značilnosti	Lepa, mlada in erotična ali grda, stara in pošastna.
Značajske lastnosti	Skrivnostna, nerazumljiva, nemoralna, hladnokrvna, nepredvidljiva, iracionalna, posesivna, odločna. Mnogokrat se hkrati pojavljajo nasprotne si lastnosti, kot so krhkost in moč, ranljivost in samozavest.
Družbena vloga in kontekst	Postavljena izven domačega okolja in zasebne sfere. Če se pojavi v domačem okolju, se tam počuti neprijetno.
Usoda	Kaznovana. Ali pa nekomu z muko uspe, da jo spremeni in vključi v domače okolje. Okolici predstavlja avtoriteto in grožnjo. Zaradi hkratnih značilnosti, ki se pri njej pojavljajo, je mnogokrat zaželena in hkrati odbijajoča.

Tabela 6. 2: Ženska kot skrbna in ljubeča oseba

Fizične značilnosti	Do devetdesetih let 20. stoletja aseksualna, od devetdesetih let dalje lahko tudi privlačna in erotična.
Značajske lastnosti	Skrbna, ljubeča, čustvena, materinska, nesebična, požrtvovalna, potrpežljiva, razumevajoča. Razdaja se za vse okoli sebe in daje drugim vedno prednost.
Družbena vloga in kontekst	Postavljena v domače okolje, kjer opravlja hišna opravila in skrbi za otroke in moža. Predstavljena je kot vzornica, ki je vredna občudovanja. Od devetdesetih let 20. stoletja dalje opazimo tudi 'super žensko', ki zmore povezovati materinstvo, kariero, prosti čas in zunanji izgled.
Usoda	Ostane v zasebni sferi, kjer skrbi za dom in družino. Od devetdesetih let 20. stoletja dalje je lahko tudi zaposlena ter poleg vsega skrbi še zase in za svoj zunanji izgled.

Tabela 6. 3: Ženska kot seksualni objekt

Fizične značilnosti	Lepa, mlada in erotična.
Značajske lastnosti	Samozavestna, vplivna, svobodna in odločna.
Družbena vloga in kontekst	Sprva je skrita v zasebni sferi, v petdesetih letih dvajsetega stoletja seksualnost postane tudi javnega značaja. Njen namen je zadovoljevanje moškega poželenja.
Usoda	Je objekt moškega poželenja.

Tabela 6. 4: Ženska kot telo

Fizične značilnosti	Privlačna, lepa, mlada. Ima lepo postavo, je elegantna in lepo oblečena. Mit se je skozi čas zelo spreminjal. Po drugi svetovni vojni je ideal ženskega telesa ozek pas, široki boki in veliko oprsje. V šestdesetih letih 20. stoletja postane ideal, ki se je ohranil vse do danes, vitko, skoraj že shirano telo.
Značajske lastnosti	Skrbi za svojo zunanjo podobo in je obremenjena, kadar le-ta ni v skladu z diskurzi lepote obdobja, v katerem živi.
Družbena vloga in kontekst	Pojavlja se v javni sferi in v mnogih vlogah. Kjer koli se pojavlja, je vedno urejena.
Usoda	Vedno in povsod mora biti urejena skladno z diskurzi lepote obdobja, v katerem živi. Skrbi za svojo zunanjo podobo. Njen cilj je biti privlačna moškimi.

Za analizo znakov in njihovega pomena, torej tudi za analizo risank, v katerih želimo ugotoviti prisotnost mita, je najbolj primerna semiotična analiza. Kot sem ugotovila, lahko o znaku govorimo, kadar je nek označevalec (podoba, zvok) vezan na označenca (mentalna predstava). Sistemi znakov tako tvorijo pomen, ki temelji na semiotičnem sistemu podobnosti, razlik in kombinacij, ki jih lahko s semiotično analizo opišemo (Hrženjak 2002). Risanke so sistemi znakov, ki so preneseni prek vizualnega (slike, podobe) in oralnega (govor, glasba) medija, zato bomo opazovali

vizualne in oralne znake, od katerih vsak nosi določene pomene in sporočila (Hodge 1986).

Temelj analize mi bo predstavljalo prej omenjeno dekodiranje teh znakov na ravni konotacije. Pri mitih je namreč bistveno prav to, da nam analiza znaka na konotativni ravni pomaga razumeti vsebino. Pomaga nam razumeti mite, ki se reproducirajo prek medijskih tekstov. Znak poleg svojega osnovnega pomena prek interpretacije dobi dodatni pomen, ki je družbeno konstruiran in ki ga znotraj določene kulture razumemo kot mit. Ves čas analize je namreč treba imeti v mislih konstruktivistično predpostavko, da so miti ideološko in družbeno pogojeni ter da je zato tudi koncept ženskosti družbeno, kulturno in zgodovinsko konstruirana in spremenljiva kategorija (Pušnik 2000).

Za ugotavljanje prisotnosti navedenih značilnosti bom tako pri ženskih likih v risankah opazovala naslednje lastnosti likov. Za opredelitev fizičnih značilnosti si bom pomagala z opazovanjem starosti, oblike postave, oblačenja, privlačnosti in erotičnosti ženske. Značajske lastnosti ženskih likov bom ugotavljala na podlagi njihove drže, obnašanja ter odnosa do drugih in same sebe. Družbeno vlogo in kontekst, v katerem se ženska pojavlja, bom razbrala iz družbenega okolja, v katerega je postavljena ter iz načina, na katerega v njem deluje. Kot opredelitev usode ženske mi bo služil predvsem razplet zgodbe in njen odnos do njega ter odnos okolice do opazovanega ženskega lika. Slednje mi bo v pomoč pri opazovanju vseh štirih sklopov, ugotavljala pa ga bom prek izjav in vedenja ostalih prisotnih likov v risanki.

Pri opazovanju mitov o ženskosti si bom pomagala s semiotično analizo. Opažanja na denotativni ravni mi bodo na konotativni služile kot orodje za prepoznavanje mita. Če se bodo ugotovljene značilnosti likov skladale z značilnostmi, kot sem jih opredelila za določen mit, bom sklepala, da je določen mit prisoten. Če se značilnosti likov ne bodo skladale z omenjenimi, potem bom sklepala, da določen mit ni prisoten. Pričakujem tudi, da bom pri analiziranih likih odkrila ponavljajoče se značilnosti, ki se ne skladajo z nobenim od omenjenih mitov in bom tako lahko opredelila kakega novega.

Ugotovljene značilnosti podobe ženskosti bom nato skozi diskusijo primerjala z družbeno-kulturnimi spremembami in iz tega izhajajočim družbenim položajem ženske v zgodovinskem obdobju oz. družbenih okoliščinah časa, v katerem je določena risanka nastala. Na podlagi tega bom tudi ugotovila, ali se prikazani miti skladajo s prevladujočim položajem žensk v takratnem času ter kako so se le-ti skozi dvajseto stoletje razvijali, spreminjali in morda na novo nastajali.

6.2 PREGLED ŠTIRIH DISNEYJEVIH CELOVEČERNIH RISANK

6.2.1 SNEGULJČICA IN SEDEM PALČKOV (1937)

Risanka, ki je nastala po predlogi pravljice bratov Grimm, govori o princesi po imenu Sneguljčica, ki jo njena mačeha kraljica iz ljubosumja, da bo enkrat lepša od nje, prisili v delo snažilke na gradu. Nedorasla deklica nikoli ne izgubi svoje vere v to, da ji bo vodnjak želja izpolnil željo po resnični ljubezni, po princu, ki jo bo odpeljal na svoj grad in se z njo poročil. Ko kraljica vidi princa, ki Sneguljčici poje pesem, naroči lovcu, naj jo odpelje v gozd in ubije. Lovec nima srca za to in jo prosi, naj zbeži v gozd in se nikoli ne vrne. Njena čistost očara živali, ki jo odpeljejo do koč, kjer živi sedem palčkov. Prikupi se jim in prevzame vlogo njihove matere, pospravlja jim hišo in kuha. Kraljica izkoristi deključino naivnost, se začara v ubogo staro ženico in se takrat, ko so palčki na delu v rudniku, odpravi do koč, kjer jo prepriča, naj ugrizne v zastrupljeno jabolko, ki bo povzročilo spečo smrt. Iz spanja jo lahko reši le poljub prave ljubezni. Palčki, ki jih živali opozorijo na nevarnost, odhitijo domov, a so prepozni. Sneguljčica je že ugriznila v jabolko in umrla. Položijo jo v stekleno krsto in za njo žalujejo. Princ, ki se je že davno zaljubil v Sneguljčico, slučajno pride mimo, jo poljubi, prelomi urok in zbudi iz spanca. Odvede jo proti gradu, kjer sta srečno živela do konca svojih dni.

Lik Sneguljčice v osnovi reproducira dva mita o ženskosti, in sicer mit o ženski kot skrbni in ljubeči osebi ter mit o ženski kot telesu, kjer prevladuje prvi, predvsem na podlagi njenih značajskih lastnosti, ter družbeni vlogi in kontekstu, v katerega je postavljena. Sneguljčica je prijazna do okolice in vesela, saj se veliko smeji. Iz njenega odnosa do palčkov in živali lahko razberem, da je skrbna in ljubeča, saj ves

čas skrbi za to, da imajo palčki pospravljeno hišo, čista oblačila, topel obrok in da hodijo pravočasno spat. Sneguljčica je med drugim zelo naivna, saj ne verjame, da bi ji lahko kraljica ali pa lovec storila kaj slabega. Predstavljena je tudi v vlogi mučenice, kar razberem iz tega, da se nad ničemer ne pritožuje in mirno sprejema naloge, ki jih ji naloži njena mačeha. Postavljena je v domače okolje, kjer že na gradu skrbi za čistočo. Oblečena je v razcapana oblačila, ki jih navadno pripisujemo snažilkam. Lahko torej sklepam, da igra vlogo gospodinje, saj sta njeni glavni nalogi, tudi ko stanuje pri palčkih in je oblečena v lepša oblačila, opravljanje gospodinjskih opravil in skrb za palčke (glej sliko 6.1).

Pri liku Sneguljčice opazim tudi prisotnost mita o ženski kot telesu, in sicer predvsem na podlagi njenih fizičnih značilnosti. V risanki je mnogokrat omenjeno, da je lepa in ljubka. Je mlada in vitka, ima snežno belo polt, kot vrtnica rdeče ustnice, rahlo valovite črne lase ter zelo lep glas. Vse te značilnosti konotirajo družbeno sprejete vzorce lepote. Oblečena je v prikupna oblačila svetlih barv in obuta v čevlje z visoko peto, ki jih navadno jemljemo kot predmet olepšanja ženske in njene privlačnosti. Sneguljčica se s svojim videzom načeloma sicer ne obremenjuje, vseeno pa opazim, da se ji zdi pomembno, kako bo izgledala pred princem, saj si, preden stopi predenj, popravi pričesko.

Slika 6. 1: Sneguljčica kot skrbna in ljubeča oseba



Vir: <http://course1.winona.edu/pjohnson/images/swhite2.gif>.

Lik kraljice predstavlja tipičen primer mita o ženski kot enigmi in grožnji, reproducira pa tudi mit o ženski kot telesu. Njen lik se sklada z vsemi štirimi sklopi mita o ženski kot enigmi in grožnji, ki jih opazujem. Je mlada in postavna, na podlagi česar ji lahko dodelim status lepotice, njen zunanji videz pa mi pove veliko tudi o njenih značajskih lastnostih, ki so izključno negativne. Oblečena je v oblačila temnih barv, ima močno naličen obraz, neprijazen nasmeh ter dolge in ostre nohte. Vse naštetu v zahodnih družbah običajno konotira negativnost in mračnost. Kraljica je nemoralna, ljubosumna in hladnokrvna, kar razberem iz njenega odnosa do Sneguljčice, ki jo v bojazni, da bi ta kdaj postala lepša od nje, ukaže ubiti. Kraljica je sicer postavljena v zasebno sfero, v svoj lasten grad, vendar pa v njem nikakor nima vloge, ki jo domačemu okolju pripisujemo. Nikoli je namreč ne vidimo opravljati gospodinjskih opravil ali skrbeti za karkoli. Njena usoda se sklada z mitom ženske kot enigme in grožnje. Okolici predstavlja grožnjo, kar razberem iz njene želje po smrti Sneguljčice, poleg tega pa je zato na koncu zgodbe tudi kaznovana s smrtjo.

Pri kraljici opazim tudi mit o ženskosti kot telesu, in sicer predvsem na podlagi njenih fizičnih značilnosti, ki sem jih že naštel. Je mlada in njena vizualna podoba vitkega telesa se ujema z lastnostmi, ki so v tem obdobju zaželene. Vse te lastnosti torej konotirajo lepoto. Poleg tega se lépo in privlačno počuti tudi sama, saj se mnogokrat ogleduje v ogledalo in ga zaskrbljeno sprašuje, če je še vedno najlepša v vsej deželi. Grozno jo namreč skrbi, da bi to vlogo prevzela njena pastorka.

V risanki Sneguljčica in sedem palčkov sem torej ugotovila prisotnost treh mitov o ženskosti. Mit ženske kot skrbne in ljubeče osebe, mit ženske kot enigme in grožnje ter mit o ženski kot telesu. Mit o ženskosti kot seksualnem objektu ni opazno prisoten, vendar pa sem na podlagi poželjivih pogledov palčkov Sneguljčice sklepala, da jo vidijo tudi kot seksualni objekt.

Kot sem omenila v nalogi, koncept ženskosti gradimo na podlagi razlikovanja med binarnimi opozicijami, ki jih je v risanki Sneguljčica in sedem palčkov opaziti kar precej. Predvsem gre za močno nasprotje med dvema mitoma, in sicer med podobo ženske kot žrtve in ženske kot grožnje. Govorim seveda o nasprotju med Sneguljčico in kraljico, pri čemer je Sneguljčica proti zlobni in močni kraljici zelo dobra in šibka, kar ustvarja še toliko večjo neenakost med obema podobama. Poleg prisotnosti

mitov sem v risanki opazila še nekaj zanimivih reprezentacij ženskosti. Edina želja, ki jo Sneguljčica ima, je ta, da bi se poročila s princem svojih sanj, kar kaže na to, da je to edini cilj v ženskem življenju. Poljub ljubljenega moškega je tudi edini način, da se Sneguljčica zbudi iz spanja, v katerega pade ob ugrizu v jabolko. Smiselno se mi zdi omeniti tudi način, na katerega eden od palčkov razmišlja o ženskah. Pripomnil je namreč, da so vse ženske nore in polne zvijač, s čemer še dodatno reproducira mit o ženski kot enigmi in grožnji.

6.2.2 TRNULJČICA (1959)

Zgodba o Trnuljčici je nastala po predlogi istoimenske pravljice Charlesa Perraulta. Kralju in kraljici se rodi težko pričakovana hči, princesa Aurora, ki je že ob rojstvu zaobljubljena princu Filipu. Dobri vili jo blagoslovita z darovi lepote in pesmi. Preden jo uspe obdariti še tretja dobra vila, jo nepovabljena hudobna vila uroči in ji prerokuje, da se bo, še preden bo sonce zašlo na njen 16. rojstni dan, zbodla z iglo na kolovratu in umrla. Tretja dobra vila Auroro blagoslovi z željo, da ne bi umrla, vendar le zaspala in da bi jo iz tega spanja zbudil poljub prave ljubezni, ki bi prelomil urok. Da bi preprečili princesino smrt, jo dobre vile skrijejo v osamljeno kočico v gozdu, kjer živijo 16 let. Aurora, ki ne pozna svojega resničnega porekla in uroka, postaja ljubko, a osamljeno dekle. Ko živalim v gozdu razlaga, da je sanjala o princu, le-ta resnično pride mimo. Očara ga njen čudovit glas. Ne da bi vedela, kdo v resnici sta, se zaljubita na prvi pogled. Ko pride dan njenega 16. rojstnega dne, se skupaj z dobrimi vilami vrnejo na grad k očetu. Aurora se užalosti, ko izve, da je že obljubljena drugemu moškemu. Še preden uspe ugotoviti, da je princ, ki mu je oddana, prav moški, v katerega je zaljubljena, se uresniči urok hudobne vile in Aurora umre. Princu Filipu uspe, da hudobno vilo ubije in tako reši Auroro. Poljubi jo, prelomi urok in Aurora se zbudi. Poročita se in živita srečno do konca svojih dni.

Lik Aurore v osnovi reproducira dva mita o ženskosti, in sicer mit o ženski kot telesu in mit o ženski kot skrbni in ljubeči osebi, vendar nobenega pretirano, saj v risanki mnogo pomembnejšo vlogo predstavljajo hudobna in dobre vile. Kljub vsemu lahko najdem prisotnost mita o ženski kot telesu, predvsem z vidika njenih fizičnih značilnosti. Že samo dobesedni prevod naslova risanke v slovenščino (speča lepotica) mi da vedeti, da gre za lepo dekle, kar poudarijo tudi večkrat v sami risanki.

Aurora je vitka šestnajstletnica. V pasu je zelo ozka, zato pa ima širše boke in večje oprsje. Ima dolge valovite zlate lase in lep obraz, oblečena je v prikupna oblačila. Ima tudi elegantne gibe in zelo lep glas, ki očara princa. Njena zunanja podoba se torej sklada z lepotnimi ideali obdobja po drugi svetovni vojni.

Mit o ženski kot skrbni in ljubeči osebi se kaže predvsem v njenem prijaznem odnosu do ljudi in živali ter v njeni ustrežljivosti, ko jo dobre vile prosijo za pomoč. Vse to konotira Aurorin nesebičen in prijazen značaj.

Močno prisotnost mita o ženski kot enigmi najdemo v liku hudobne vile. Lik se z mitom spet sklada v vseh štirih področjih opazovanja. Je mlada in vitka, kar konotira njeno lepoto, skladno z družbeno zaželenimi vzorci lepote obdobja, v katerem je risanka nastala in se glede na fizične značilnosti sklada tudi z mitom o ženski kot telesu. Hudobna vila ima ostre linije obraza, na pol priprte temno zasenčene oči, močno rdeče ustnice in dolge rdeče nohte (glej sliko 6.2). Njen videz in oblačila ostrih linij v črni in vijolični barvi konotirajo njeno strogost in odločnost. Je hladnokrvna in škodoželjna, kar razberem iz njenega odnosa do okolice. Aurori mirno prerokuje dan in obliko smrti, ki jo tudi željno pričakuje. Vila je ukazovalna, njen nastop pa je samozavesten, kar opazim na podlagi drže njenega telesa in odnosa do drugih. Njene posmehljive in mnogokrat ironične besede in dejanja konotiram kot lastnosti skrivnostnosti in nepredvidljivosti njenih prihodnjih dejanj. Vila ni postavljena v domače okolje, tudi njena pojavnost je nerazumljiva. V prostor pride z vetrom in se prikaže iz ognja ter na tak način tudi odide. Njen hudoben značaj nakazuje tudi njena neprijateljnost in nezaželenost med ostalimi liki v risanki, saj se je vsi bojijo in se z njo ne želijo srečati. Prerokba smrti, ki jo hudobna vila izreče nad Auroro, konotira njeno vlogo ženske kot grožnje. Kot kazen za to dejanje pa, skladno z usodo, kakršno predlaga mit o ženski kot enigmi in grožnji, na koncu zgodbe umre.

Slika 6. 2: Hudobna vila kot enigma in grožnja



Vir: <http://upload.wikimedia.org/wikipedia/en/2/2a/Maleficent.jpg>.

Liki dobrih vil reproducirajo mit o ženski kot skrbni in ljubeči osebi, predvsem glede na fizične in osebnostne značilnosti, ne pa tudi glede na družbeno vlogo in usodo. Dobre vile so predstavljene kot starejše, malce bolj okrogle gospe, ki v času po drugi svetovni vojni konotirajo aseksualno ženskost. Gospe, kadar so v vlogi dobrih vil, so oblečene v gosposka oblačila, ki nakazujejo na višjo stopnjo na družbeni hierarhični lestvici. Kadar pa so vile v vlogi skrbnic princese Aurore, so oblečene v preprosta oblačila s predpasnikom, ki konotirajo status gospodinje. Vile so postavljene v domače okolje, vendar pa se v vlogah gospodinj nikakor ne znajdejo, saj ne znajo kuhati in šivati. Njihova vloga je skrb za Auroro, ne pa tudi skrb za dom. Po značaju so vile dobrosrčne in ljubeče, kar razberem iz njihovega pozitivnega odnosa do plemstva in Aurore ter negativnega odnosa do hudobne vile. Njihova dobronamerni značaj se kaže tudi v njihovi osnovni nalogi, ki je predvsem poklanjanje dobrih darov otrokom ob rojstvu. Odločitev vil, da se bodo za šestnajst let odpovedale čarovniškim sposobnostim z namenom varovanja princese, konotirajo njihovo nesebično in požrtvovalno naravo.

V risanki Trnuljčica lahko tako potrdim prisotnost mita o ženski kot enigmi in grožnji, mita o ženski kot skrbni in ljubeči osebi ter mita o ženski kot telesu. Mit o ženski kot telesu se prikazuje že na začetku risanke, ko vile deklico blagoslavljujejo z darovi. Prvi dar, ki ga Aurora dobi, je prav dar lepote, drugi pa dar pesmi. Iz tega sklepam, da je

za žensko najbolj pomembno prav to, da je lepa in da lepo poje. Nikjer pa nisem opazila prisotnosti mita o ženski kot seksualnem objektu.

Tudi v tej risanki so močno opazna binarna nasprotja med različnimi reprezentacijami ženskosti. Prav tako kot v prejšnji, je tudi v tej risanki najbolj vidno razlikovanje med dobroto ženske kot skrbne in ljubeče osebe, kot jo reproducirajo dobre vile, ter zlobo ženske kot enigme in grožnje. Opazim tudi veliko razliko med močjo hudobne vile in šibkostjo princese Aurore, ki je predstavljena kot njena žrtev, saj se na noben način ni sposobna obvarovati pred njenim urokom. Močno prisoten je spet tudi cilj ženske, da bi našla ljubezen svojega življenja, torej moškega, ki se bo z njo poročil. Iz spanja, v katerega Aurora pade, ko se zbode ob kolovrat, jo lahko zbudi le poljub prave ljubezni. Poleg tega tudi sama sanjari o tem, da bi srečala nekoga, ki jo bo ljubil. Ko le-tega končno najde in jo zbudi iz spanca, so vsi ljudje srečni in zadovoljni.

6.2.3 MALA MORSKA DEKLICA (1989)

Risanka, ki je nastala po predlogi pravljice Hansa Christiana Andersena, govori o šestnajstletni morski deklici Arieli, ki je prepričana, da je življenje na kopnem mnogo lepše in boljše kot življenje v morju. Čeprav jo oče prepričuje v nasprotno in ji ne dovoli izhoda iz morskih globin, trmasta Ariela mnogokrat odplava na površje, saj jo zanima vse, kar je povezano s kopnim in z ljudmi. Ko nekega dne v nevihti iz morja reši princa Erika, se vanj nesmrtno zaljubi. Morska čarovnica Ursula skuje načrt, kako bo uresničila njeno željo in ji omogočila, da bo lahko odšla k moškemu, ki ga ljubi. V zameno za to, da Ariela postane človeško dekle, ji vzame njen čudovit glas. Na kopnem bo ostala le v primeru, da jo princ poljubi, dokler sonce trikrat ne zaide, v nasprotnem primeru bo pripadala Ursuli. Eriku je punca Ariela kljub temu, da nima glasu, všeč, vendar pa ga Ursula uroči in prepreči poljub. Končno Arieli in Eriku uspe porušiti Ursuline plane, rešiti morsko kraljestvo in prejeti blagoslov Arielinega očeta. Poljubita se, poročita in srečno živita do konca svojih dni.

Pri liku Ariele lahko najdem prepletanje mitov o ženski kot telesu ter ženski kot seksualnem objektu. Ariela je namreč mlada in vitka morska deklica z ozkim pasom, širokimi boki in večjim oprsjem. S svojim telesom, obrazom in dolgimi valovitimi lasmi predstavlja ideal lepega ženskega telesa obdobja, v katerem je risanka nastala (glej

sliko 6.3). To, da je Ariela lepa, lahko večkrat zasledim tudi kot mnenje drugih likov, ki pravijo, da je čudovita in ljubka. Tudi njen glas, glede na to, da princa popolnoma očara, razumem kot izjemno lepega. Ko živi na kopnem, je tudi gosposko oblečena in obuta v čevlje s peto, ki glede na družbeno sprejete vzorce veljajo za nekaj, kar žensko še polepša. Ariela se sicer zaveda svojih vizualnih prednosti, ki jih skozi celotno risanko ostali liki poudarjajo, vendar pa je vseeno mnogokrat zaskrbljena, kako izgleda v očeh princa. Njen cilj je prav gotovo ta, da bo princu privlačna, kar razberem iz tega, da si vsakokrat, ko ga zagleda, popravi pričesko.

Slika 6. 3: Ariela kot telo in kot seksualni objekt



Vir: <http://disney-clipart.com/Little-Mermaid/Ariel/ariel-fish-friends.jpg>.

Ariela s svojo zunanjo podobo, načinom gibanja in pomanjkljivimi oblačili (na sebi ima namreč poleg morski deklici pripadajočega repa zgolj nedrček, sestavljen iz dveh školjk, ki komajda pokrivajo njeno bujno oprsje) konotira privlačnost in erotičnost ter tako reproducira mit o ženski kot seksualnem objektu (glej sliko 6.3). Tudi njene značajske lastnosti, kot so samozavest, svoboda in odločnost, ki jih opazim v njenem odnosu do očeta in kljubovanju njegovim ukazom, se skladajo s tistimi, ki jih predlaga omenjeni mit. Lahko bi rekla tudi, da je objekt prinčevega poželenja, na kar nakazuje način, kako si jo le-ta ogleduje. Poleg tega je njen zunanji videz tudi osnova, na podlagi katere se Erik vanjo zaljubi, saj na kopnem ne govori, ker nima več glasu. Na podoben način mit o ženski kot seksualnem objektu opazim tudi v likih Arielinih sester.

Lik morske čarovnice Ursule reproducira dva mita o ženskosti. Najbolj opazen je mit o ženski kot enigmi in grožnji, ki ga razberem na podlagi vseh štirih področij opazovanja. Ursula je sicer hobotnica, vendar pa ima fizične in značajske lastnosti človeka. Ursula je starejša in precej debela gospa, močno naličena in z gubasto kožo, sivkaste barve. Vse te lastnosti v družbi časa, v katerem je risanka nastala, nikakor ne konotirajo privlačnosti in lepote. Zato lahko tudi njeno pojavo v okviru fizičnih lastnosti mita o ženski kot enigmi in grožnji tretiram kot grdo in pošastno. Siva barva njenega telesa in hudobni izrazi na obrazu nakazujejo tudi na njene negativne značajske lastnosti. Svoj odnos do okolice želi prikazati kot dobronamernega, kar pa v resnici ni, zato jo lahko razumem kot zahrbtno in nemoralno žensko, na kar kaže tudi njen ironičen govor in ciničen smeh. Ursula tudi nikomur ne izda svojih namer, iz česar sklepam, da je skrivnostnega značaja. Njena prepričanost v doseg ciljev in drža telesa, ki spominja na Hollywoodske igralko, konotirata odločnost in visoko stopnjo samozavesti. Tudi Ursulina usoda se sklada z usodo mita ženske kot enigme in grožnje. Ursula svoji okolici prav gotovo predstavlja grožnjo, saj lahko s svojim žezlom kogar koli v trenutku spremeni v kar koli. Največjo grožnjo ji zaradi želje po njenem glasu seveda predstavlja Arieli, zaradi česar je na koncu zgodbe tudi kaznovana s smrtjo.

Lik Ursule reproducira tudi mit o ženski kot telesu, in sicer na ravni skrbi za svojo zunanjo podobo. Kot sem ugotovila že na ravni prejšnjega mita, se ne sklada z družbeno zaželenimi lepotnimi ideali časa, v katerem je risanka nastala, prav gotovo pa se z njim skladajo njene značajske vloge. Ne morem sicer reči, da ohranja vitko postavo, vendar pa je vedno urejena, naličena, lepo oblečena, nosi razkošen nakit in tako spominja na divo. V risanki večkrat opazim tudi njeno obremenjenost z izgledom, saj si mnogokrat popravi pričesko in naliči ustnice, poleg tega pa v pesmi, ki jo prepeva, trdi, da je lepota tudi edino, kar moške pri ženski zanima.

Lik ženske kot skrbne in ljubeče osebe se kaže le v majhni vlogi gospodinje princa Erika. Gre za starejšo, malce bolj okroglo ženico, katere videz se torej sklada z družbeno podobo asekualne ženske. Je prijazna do ljudi okoli sebe in skrbna do moških, za katere dela. Postavljena je v domače okolje, kjer kot gospodinja skrbi za dom in čistočo.

V risanki Mala morska deklica so tako v večjem ali manjšem obsegu prisotni vsi štirje iskani miti o ženskosti. Prevladujeta mit o ženskosti kot enigmi in grožnji ter mit o ženski kot telesu, omeniti pa velja, da je tudi v tej risanki močno prisoten cilj ženske po osvojitvi moškega. Ariela se namreč za to, da osvoji prinčevo srce, odreče svojemu čudovitemu glasu. Prinčev poljub pa je, tako kot v prejšnjih dveh analiziranih risankah, spet pogoj za uresničitev njenih želja. Tudi tukaj lahko vidim glavno vodilo ženske, ki je pridobitev moškega, saj brez njega ne more biti srečna.

Risanka Mala morska deklica postreže s popolnoma novo vlogo ženske, pri kateri pa moramo poudariti, da se navezuje izključno na njene značajske lastnosti. Te podobe iz prejšnjih analiziranih risank še ne poznamo in je tudi ne morem uvrstiti v nobenega izmed štirih ključnih mitov, katerih prisotnost opazujem.

Glavni lik risanke, Ariela, je namreč ženska, pri kateri lahko razberem nekaj znakov uporništva. Ariela je morska deklica, ki to ne želi biti in zato se očetovemu ukazu, naj ne hodi na površje morja, na vso moč upira. Je samozavestna in prepričana v svoj prav. Je odločna, ve, kaj hoče in vse sile usmeri v dosego cilja. Je radovedna in rada raziskuje, pri tem pa je pogumna in neustavljiva. Ne boji se niti temnih globin morja niti morske čarovnice Ursule. Ariela je tudi trmasta in svojeglava, saj ne uboga svojega očeta, ki pa ga vseeno globoko spoštuje in ji ni vseeno, kaj si misli. Ariela se skozi celotno risanko v domačem okolju počuti neprijetno in iz njega beži, kar ji na koncu s pritrditvijo očeta tudi uspe.

6.2.4 MULAN (1998)

Risanka Mulan je nastala po predlogi kitajske legende in govori o mladi kitajski deklici, ki želi ustreči svoji družini in ji s poroko prinesiti čast, vendar ji je očitno usojeno, da ji to spodleti. Ko jo družina pošlje k ženitni posredovalki, od katere naj bi dobila potrditev, da je pripravljena in dovolj dobra za poroko, se s svojo nerodnostjo ter pomanjkanjem miline in nežnosti osmeši. Na to težavo pozabi, ko se na skrivaj namesto očeta odpravi v vojsko. Njen pogum, spretnost in iznajdljivost sčasoma poveljnika vojske prepričajo, da jo jemlje z odliko. S pomočjo zmaja, svojega varuha, edina zbere dovolj poguma, da se zoperstavi nasprotnikom. Ko je v boju ranjena, ugotovijo, da je ženska. Poveljnik Shang jo kot izdajalko izključi iz vojske. Ko tako

ostane sama, opazi, da nasprotnikova vojska še ni obupala in da namerava napasti cesarstvo. Odhiti v mesto, da bi jim to sporočila, vendar pa jo zato, ker je ženska, nihče ne posluša. Ko na koncu premaga poveljnika nasprotne vojske in reši cesarstvo, prinese čast svoji družini in osvoji srce poveljnika Shanga.

Pri liku Mulan lahko najdem nekatere elemente lika o ženski kot skrbni in ljubeči osebi ter mita o ženski kot telesu, vendar pa nobeden izmed njiju ni prisoten v večji meri. Kot skrbna in ljubeča ženska se Mulan izkaže na podlagi svojih značajskih lastnosti, saj je zelo skrbna do bolnega očeta in do svojega psička. Ko bi moral oče oditi v vojsko, se takoj odloči, da bo prevzela njegovo vlogo in se v vojsko odpravila sama, kar konotira njeno požrtvovalnost. Mit o ženski kot telesu se pojavi le v Mulaninih fizičnih značilnostih, torej v podobi Mulan kot mlade in postavne ženske, kar razumem kot lepo. Vidimo jo tudi lepo oblečeno, naličeno in z urejeno pričesko, vendar pa le takrat, ko to od nje zahtevajo starši.

V tej risanki se v vlogi glavne junakinje Mulan spet pojavi podoba samozavestne ženske, ki ve, kaj hoče in vsa svoja sredstva usmeri v doseg ciljev. Tokrat se ta mit, ki ga poimenujem kar mit ženske kot bojevnice, pokaže v več opazovanih sklopih. Mulanina fizična podoba se sicer ujema z lepotnimi diskurzi časa, v katerem je risanka nastala, vendar pa se s svojim videzom ne obremenjuje. To opazim v njenem odporu do 'lepotne preobrazbe', ki jo od nje zahtevajo starši. Sicer je oblečena v preprosta oblačila, celo v hlače, ki jih do zdaj pri nobenem ženskem liku v analiziranih risankah nismo videli. To razumem kot njeno uporništvu družbenim vlogam, ki so sicer namenjene ženskam. Uporništvu proti družbeno zaželenim vlogam, namenjenim ženskam, pa se ne kaže le v njenih oblačilih, pač pa tudi v odklanjanju vloge, v kateri jo želijo videti starši. Nikakor se namreč ne more poistovetiti z delovanjem v domači sferi, kjer bi bila njena osnovna naloga skrb za dom in družino. Ne vidi se v vlogi žene in ne čuti potrebe po poroki, kar razberem iz njenih dejanj, ki govorijo v prid temu, da svojo družbeno vlogo išče zunaj doma, torej v vojski. Mulanine značajske lastnosti so prav tako lastnosti ženske, ki jo uvrščamo v modernejše obdobje. Mulan se namesto svojega očeta odpravi v vojsko, kjer se spopada z mnogimi nevarnostmi in izzivi, ki jim tudi moški niso kos, kar konotira njen pogum in samozavest (glej sliko 6.4). Je inteligentna in iznajdljiva, saj razreši

marsikatero situacijo, ki je drugim neznanka. Navedene lastnosti ji tudi omogočijo doseg cilja, torej pridobitev časti za njeno družino.

slika 6. 4: Mulan kot bojevnica



Vir: <http://www.philben.net/images/blog/mulan.jpg>.

Tako kot glavni ženski lik iz prejšnje analizirane risanke, se tudi Mulan v domačem okolju skozi risanko počuti neprijetno in se mu želi izogniti. Ko celotno dogajanje v risanki kaže na to, da bi njena usoda morda lahko bila drugačna, smo spet priča njeni domestifikaciji. Cesar ji ponudi službo svoje svetovalke, vendar pa se Mulan raje odloči, da se bo vrnila k družini. Na koncu zgodbe se Mulan še vedno vda v usodo, kakršno si je njena družina pravzaprav želela že od samega začetka. Pridobi si naklonjenost moškega, zaradi česar sta končno srečni tudi njena mama in babica. Čeprav nadaljevanja zgodbe ne poznam, lahko na podlagi njene vrnitve in simpatije do moškega predvidim, da bo Mulan nekoč vseeno prevzela vlogo ženske, kakršno opisuje mit o ženski kot skrbni in ljubeči osebi.

Reproduciranje omenjenega mita lahko vidim tudi v likih Mulanine mame in babice, katerih vloga je skrb za družino in gospodinjska opravila, na kar nakazujejo njuno početje ter njuno razočaranje ob tem, ko jima Mulan ves čas daje vedeti, da ona tega ne bi rada počela. Čeprav igra zelo majhno vlogo, je v risanki opaziti tudi prisotnost mita o ženski kot enigmi in grožnji, ki ga predstavlja ženitna posrednica. Le-ta je namreč starejša, precej debela in premočno naličena, kar bi v današnji moderni

družbi konotirali kot grdo. Je tudi škodoželjna, saj hoče Mulan na vsak način preprečiti, da bi se uspela dobro predstaviti. Ženitna posrednica je na koncu svoje zgodbe za vse slabo, kar stori Mulan, tudi moralno kaznovana z mnogimi nevšečnostmi.

Naj omenim še nekaj reprezentacij ženskosti, ki sem jih opazila v risanki Mulan. Skozi celotno risanko liki večkrat poudarijo, da je mesto ženske doma, kjer skrbi za dom in družino ter da mora biti na prvem mestu lepa in uglajena, predvsem pa mora v moški prisotnosti molčati. Ko Mulan svoje sovojščake vpraša po tem, ali ni super imeti žensko, ki ima možgane in vedno pove, kar misli, vsi v en glas odgovorijo nikalno. Ženska, po mnenju cesarjevega svetovalca, naj ne bi bila vredna ničesar, niti ji ni, za razliko od moških, ničesar verjeti.

V tej risanki sem torej našla prisotnost mita o ženski kot skrbni in ljubeči osebi ter mita o ženski kot telesu. Našla pa sem tudi nov mit, ki se v precejšnjih pogledih sklada s tistim, ki sem ga odkrila že v risanki Mala morska deklica. Gre za mit ženske kot bojevnice, ki se upira družbeno sprejetim vzorcem o fizičnih zahtevah ženske in vzorcem o njeni družbeni vlogi. Predvsem pa sem našla še nekaj diskurzov, za katere moram reči, da so me presenetili. Kljub temu, da risanka temelji na stari zgodbi nezahodne kulture, tovrstne reprezentacije prav gotovo vplivajo na diskurze o ženskosti.

6.3 OD ŽRTVE DO BOJEVNICE

Skozi pregled štirih Disneyjevih celovečernih risank sem najprej skušala najti odgovore na vprašanje o prisotnosti mitov v njih. Ponavljanje stalnic, ki sem jih opazovala, torej fizičnih značilnosti, značajskih lastnosti, družbenega konteksta in usode likov, so pokazale na določene načine reprezentacije ženskosti in s tem na obstoj mitov o ženskosti v analiziranih risankah.

Mit o ženski kot enigmati in grožnji je bil v celoti prisoten kar v treh od analiziranih risank. Opazovani ženski liki so se z mitom skladali na vseh štirih točkah opazovanja. Mit je delno prisoten tudi v zadnji risanki, Mulan, vendar pa je vloga ženske kot

enigme in grožnje precej majhna in neopazna. Močno prisoten je v analiziranih risankah prav gotovo tudi mit o ženski kot skrbni in ljubeči osebi, čeprav se je le redko pojavil skladno z vsemi štirimi področji opazovanja. V vsaki risanki je bil prav gotovo prisoten vsaj en ženski lik, katerega osebnostne lastnosti in družbena vloga so se skladale s tistimi, ki smo jih navedli v opredelitvi mita. Opazila sem zelo močno prisotnost tega mita v risanki Mulan. Glavna protagonistka se sicer v njem nikakor ne najde, vendar pa skozi celotno risanko poudarjajo prav to, da z Mulan, ki se ne vidi doma in med gospodinjskimi opravili, nekaj ni v redu.

Opazim tudi prisotnost mita o ženski kot seksualnem objektu. Sicer ni tako zelo odkrito prisoten, kar pripisujem dejstvu, da so risanke, vsaj te, ki smo jih opazovali, zvrst, ki je v prvi vrsti namenjena otrokom in zato ni primerno, da bi mit preveč opazno reproducirali. Prisotnost mita se v precejšnji meri kaže v seksualni podobi lika Ariele v risanki Mala morska deklica ter v likih žensk kot enigme in grožnje, ki s svojim nastopom izžarevajo tudi seksualnost. Tudi glavne junakinje vseh štirih risank se skladajo s fizično podobo, kakršno predlaga mit. Zasledim pa ga lahko tudi v osebnostnih značilnostih ter načinih telesne govorice nekaterih likov. Pri vseh glavnih junakinjah bi lahko tudi rekla, da so objekti moškega poželenja, saj se vsi moški vanje zaljubijo predvsem na podlagi njihove lepote. Izjema je edino najnovejša risanka, Mulan, kjer je ta mit opaziti le v enem delu risanke, pa še to s strani precej nepomembnih likov. Lahko torej rečem, da Mulan ta mit zanika. V vseh risankah je močno prisoten mit o ženski kot telesu. Večina ženskih likov je, tako glavnih kot stranskih, lepih, mladih in privlačnih. Pri mnogih tudi opazim, da jim ni vseeno, kako jih bodo videli moški, saj si, preden stopijo z njimi v stik, popravljajo pričesko. Ta mit se kaže tudi v tem, da se vsi moški v ženske zaljubijo zgolj in predvsem zaradi njihove lepote. Izjema je spet risanka Mulan, kjer mit pri glavnem liku ni prisoten. Mulan ta mit zanika, tudi njen moški se vanjo ne zaljubi na podlagi zunanje lepote. Kljub vsemu pa se mit reproducira skozi prigovarjanja ostalih, da mora, če želi dobiti moškega, predvsem dobro izgledati.

V štirih analiziranih Disneyjevih celovečernih risankah torej lahko potrdim prisotnost in s tem reproduciranje vseh štirih opazovanih mitov o ženskosti. Po večini so vsi štirje miti prisotni v vseh štirih risankah, in sicer v večjem, na redkih mestih pa tudi v manjšem obsegu, kar je bilo na podlagi teorije tudi pričakovati.

Do zelo zanimivih rezultatov sem prišla ob iskanju odgovorov na raziskovalna vprašanja o spremembah mitov skozi dvajseto stoletje ter o nastanku morebitnih novih oblik reprezentacije ženskosti. Zanimalo me je, ali so se miti ohranjali v svoji prvotni obliki, in če ne, ali so se spreminjali skladno z družbenimi spremembami dvajsetega stoletja, ki so vplivale na vlogo ženske v družbi. Skozi nalogo sem namreč pokazala, da je koncept ženskosti družbeno, kulturno pa tudi zgodovinsko spremenljiva kategorija. S primerjavo mitov, kakršni so reprezentirani v analiziranih risankah, in družbeno-zgodovinskih okoliščin, sem prišla do spoznanja, da se skladno s spremembami družbene vloge ženske spreminjajo tudi miti, in odkrila, da se je v novejšem obdobju pojavil nov mit o ženskosti, ki se je prav tako razvijal v času.

Prva analizirana risanka, Sneguljčica in sedem palčkov iz leta 1937, je nastala v obdobju med vojnama. Ženske so se med vojno že začele zaposlovati, ko pa so se moški vrnili nazaj na delovna mesta, so bile dejansko spet prisiljene k vrnitvi v zasebno sfero, torej v dom, kjer so skrbele za gospodinjska opravila in družino. Podoba ženske kot mučenice, ki mora biti po naravi poslušna in ustrezljiva, se reproducira tudi v omenjeni risanki. Ženska je prikazana kot nemočna in šibka žrtev, katere glavna naloga je skrb za dom in moškega. Skozi celotno risanko hrepeni po poroki in sreči z moškim, kar se ji na koncu tudi uresniči.

Podobno podobo ženske kot nemočne žrtve reproducira tudi risanka Trnuljčica iz leta 1959. Ženske so v teh letih že počasi postajale neodvisne od moških, vendar pa so bila prejšnja obdobja njenega zatiranja očitno še tako zelo prisotna, da so bile ženske še vedno moškimi močno podrejene. Značajske lastnosti protagonistke se tako še vedno skladajo s poslušno in ranljivo žensko, ki ustreže vsem, ki jo za to prosijo. Tudi Trnuljčičina edina želja, ki se ji na koncu uresniči, je, da bi srečno zaživela z ljubljenim moškim.

V risanki Mala morska deklica iz leta 1989 se že začne pojavljati nova oblika ženskosti. Plačano delo ženske je bilo v tem obdobju razumljeno že kot nekaj povsem normalnega in množična zaposlenost žensk je veliko pripomogla k njihovi finančni neodvisnosti od moških. To se očitno kaže tudi v značajskih značilnostih ženske iz tega obdobja, saj se, glede na opaženo vedenje protagonistke risanke,

ženska dejansko upa zoperstaviti moškemu. Ariela je namreč samozavestna ženska z jasno zastavljenimi cilji. Ve, kaj v življenju hoče in svoja dejanja k temu tudi usmeri. Vendar pa je Arielina usoda še vedno povezana z željo po moškem in po srečnem domu. Tako spet reproducira mit, da je žensko mesto kljub vsemu še vedno dom, saj na koncu doseže svoj cilj in se poroči. Vseeno pa je opaziti nekaj. Sneguljčica in Trnjulčica si nista nič kaj prizadevali za to, da bi pridobili ljubezen moškega. Princa sta bila tista, ki sta našla njiju, ju rešila prekletstva in odpeljala na svoj grad. Pri liku Ariele pa je zgodba malce drugačna. Ariela si je skozi celotno risanko prizadevala za doseg svojega cilja, ki je bil pridobitev ljubljenega moškega. Sama se je torej bojevala in trudila za njegovo ljubezen.

Ta podoba ženske kot bojevnice se še dodatno razvije v risanki Mulan iz leta 1998. V poglavju o vlogi ženske skozi dvajseto stoletje sem omenila, da je ženska še vedno razumljena kot tista, ki skrbi za dom in družino ter da mora skrbeti za svoj zunanji izgled. Mnogi liki v risanki skušajo Mulan te vrednote vsiliti, vendar pa jim nikakor ne uspe. Mulan reproducira podobo samozavestne in pogumne ženske, ki se nikakor ne more poistovetiti z zasebno sfero in skrbjo za dom in družino. Pogumno se loti naloge, ki nikoli ni bila mišljena za žensko. Odpravi se v vojsko in se tam izkaže celo za pogumnejšo in iznajdljivejšo kot moški. Na koncu jo sicer čaka enaka usoda kot poprejšnje like. Glede na to, da se, namesto, da bi vzela službo pri cesarju, vrne domov in si hkrati pridobi naklonjenost princa, sklepam, da bo v domači sferi tudi ostala. Vendar pa obstaja ključna razlika z ostalimi opazovanimi ženskimi liki. Mulan nikoli ni izrazila želje, da bi končala v objemu ljubljenega moškega. Sicer se v njenem liku vseeno opazi malce naklonjenosti do moškega, vendar pa to nikoli ni bil njen glavni življenjski cilj.

Skozi pregled risank sem kot največjo spremembo opazila glavno žensko vlogo v družbi. V začetku dvajsetega stoletja se je v liku Sneguljčice glavna vloga ženske kazala v obliki žrtve, se preko lika Ariele kot upornice v poznih petdesetih letih spreminjala in ob koncu dvajsetega stoletja dobila (zaenkrat) končno podobo bojevnice v liku Mulan. Pri novo odkritem mitu ženske kot bojevnice, ki ga najdem v risankah Mala morska deklica in Mulan, lahko tako opredelim štiri sklope, ki sem jih opazovala tudi pri ostalih risankah. Za svoje fizične značilnosti mit povzame kar tiste iz mita o ženski kot telesu. Med značajske lastnosti bi lahko uvrstila uporništvo, trmo,

samozavest in pogum ter globoko spoštovanje do soljudi. Družbeni kontekst, v katerem se ženska kot bojevnica pojavlja, je predvsem nevarno okolje, v katerem je odvisna sama od sebe in od svojih sposobnosti. Usoda ženske kot bojevnice pa je kljub njeni bojeviti in samozavestni naravi vseeno zožena na zasebno sfero in pridobitev naklonjenosti ljubljenega moškega.

Poglejmo si še spremembe štirih ključnih mitov o ženskosti, katerih razvoj sem opazovala. Mit ženske kot enigme in grožnje je skozi dvajseto stoletje iz risank očitno začel počasi izginjati, saj je izginilo tudi njegovo bipolarno nasprotje ženske kot nemočne žrtve. Mit o ženski kot skrbni in ljubeči osebi pa se je spremenil le do te mere, da skrb za dom in družino ni več ključna ženska vloga v družbi. Mit je še vedno močno prisoten, vendar pa ga poosebljajo manj pomembne osebe v risankah. Skladno z družbenimi spremembami se je razvijal tudi mit o ženski kot telesu, ki je močno prisoten v vseh opazovanih risankah. Ženska telesa so prikazana skladno z ideali lepote takratnega obdobja ali pa so le-te, kot na primer v risanki Mulan, zaradi njihove odsotnosti glavne protagonistke, močno poudarjene s strani ostalih. Tudi mit o ženski kot seksualnem objektu se je prilagajal družbenim spremembam. V risankah je sicer prisoten, vendar precej prikrito. V začetku dvajsetega stoletja ga skorajda ni opaziti. Njegovo prisotnost močneje opazim v poznih osemdesetih letih v risanki Mala morská deklica, v risanki Mulan pa je spet odsoten. Kot sem že enkrat povedala, precejšnji odsotnosti omenjenega mita najverjetneje botruje dejstvo, da gre v osnovi za žanr, ki je namenjen predvsem otrokom.

V risankah sem našla tudi nekatere ponavljajoče se elemente, ki bi jih prav tako lahko označila kot mit. Močno prevladujoče prepričanje v risankah je namreč podoba ženske, ki je lahko popolna in srečna le, če si pridobi moškega in se z njim poroči. Prav tako pa tudi ta mit preide nekatere spremembe. Kot sem že omenila, si protagonistki dveh risank zgodnejšega datuma kljub svoji neizmerni želji po ljubezni nič kaj ne prizadevata, da bi svoj cilj dosegli. Prizadevanje ženske, da bi dobila moškega, opazim v risanki Mala morská deklica iz poznih osemdesetih let. Glavni ženski lik risanke iz poznih devetdesetih let dvajsetega stoletja si za moškega ne prizadeva čisto nič, vendar pa je kljub temu to želja vseh ostalih likov. Tudi Mulan na koncu vseeno konča v družbi priljubljenega moškega.

7. SKLEP

Risanke so v svoji osnovi namenjene otrokom, ki v obdobju socializacije oblikujejo svoje poglede na svet in tako poglede na vloge spolov v družbi. Svoje predstave si izoblikujejo na podlagi opazovanja okolice. Gre za opazovanje vzorcev vedenja ljudi okoli njih, seveda pa tudi za opazovanje podob, ki so jim vsakodnevno izpostavljeni prek medijev. Vloge spolov, kakršne so v risankah prikazane, tako vplivajo na izgradnjo otrokove spolne identitete, njegovega občutka za to, ali je moški ali ženska. Na podlagi vlog, ki jih opažajo, otroci razumejo sami sebe, oblikujejo svoje vedenje ter tako delujejo kot moški ali ženske. Mediji namreč določene podobe naturalizirajo in jih predstavijo kot zdravorazumske, predvsem pa kot družbeno sprejemljive in zaželene. Zato je seveda pomembno, kakšne vloge spolov risanke prikazujejo.

Raziskovala sem, kakšne podobe ženskosti reproducirajo Disneyjeve celovečerne risanke. Skušala sem ugotoviti, ali so v njih prisotni miti o ženskosti, kako so se le-ti spreminjali skozi dvajseto stoletje, ter ali je njihova sprememba potekala skladno z družbenimi spremembami, ki so vplivale na splošno podobo ženske v družbi.

Miti o ženskosti so v Disneyjevih celovečernih risankah vsekakor prisotni. Prevladuje neka splošna podoba ženske, ki se skozi risanke ponavlja in tako prek njih reproducira. Ta podoba se skozi čas seveda skladno z družbenimi spremembami v zgodovini tudi spreminja. Vloga ženske v začetku dvajsetega stoletja je bila, kot smo videli tudi v naših risankah, predvsem skrb za dom, družino in moškega, njene ključne značilnosti pa so obsegale poslušnost in ustrežljivost. Lahko bi rekla, da je bila ženska takratnega časa mučenica, saj je vse naložene obveznosti izpolnila brez pritoževanja in nejevolje. Sneguljčici se je zdelo popolnoma normalno, da sedem palčkov vsakodnevno dela, medtem ko jim ona kuha in pospravlja. Predstavljena je kot žrtev kraljice in ujetnica hišice, kjer dobesedno služi palčkom. Njen edini življenjski cilj je pridobitev moškega.

Podoba ženske je bila v poznih petdesetih letih dvajsetega stoletja še vedno podobna. Glavna protagonistka je bila namreč prav tako prikazana kot ustrežljiva in nemočna, predvsem pa je hrepenela po ljubezni. Povsem novo podobo ženske pa

sem odkrila v poznih osemdesetih letih. Vlogo nemočne žrtve zamenja samozavestna uporniška ženska, ki ve, kaj hoče, in si prizadeva to tudi uresničiti. Zaupa v svoje sposobnosti, bori se zase in za svoje pravice ter si upa moškemu postaviti po robu. Skozi nalogo sem tako odkrila nov mit, ki se je prek podobe uporniške Ariele v risanki Mala morska deklica, katere glavni cilj je še vedno bil pridobitev moškega, razvil v podobo bojevnice Mulan, ki se upira vsem zahtevam, kakršne od nje pričakuje družba.

Kljub spremembam na področju ženskih osebnostnih lastnosti in njene družbene vloge pa ženska usoda ostaja enaka usodi ostalih junakinj. Mulan je sicer odklanjala zahteve družbe po njeni domestifikaciji, vendar pa njena usoda na koncu s pridobitvijo moškega in odločitvijo, da bo namesto v službo k cesarju raje odšla nazaj domov, reproducira podobo ženske kot skrbne in ljubeče osebe. Mit se kaže tudi v opozarjanju okolice na to, da njeno bojevniško početje v resnici ni njena 'prava' vloga ter da je kot taka deviantna in med moškimi zato tudi nezaželena. Poleg tega se podoba ženske kot bojevnice kaže le v liku glavne protagonistke, v ostalih pa se še vedno pojavljajo klasične mitizirane podobe ženskosti.

Na tej točki se je treba dotakniti tudi vpliva potrošniške ideologije, ki smo jo omenjali v povezavi s korporacijo Walt Disney. Novodobna ženska je ujeta v lepotni diskurz in nenehno obremenjena s svojim zunanjim videzom in vedenjem. Tudi v Disneyjevih celovečernih risankah sem ugotovila prisotnost mita o ženski kot telesu in potrebo in prizadevanje ženske po tem, da je všeč moškim. Vse te potrebe pa se močno povezujejo s potrošništvom in porabo mnogih nujnih kozmetičnih izdelkov. To sicer v risankah ni tako močno opazno, saj deklice v letih, ko gledajo risanke, še niso tovrstne potrošnice. Vsekakor pa to enkrat bodo in prisotnost lepotnega diskurza k temu prav gotovo nekaj pripomore.

Miti vsekakor doživljajo spremembe, odkrivamo tudi nastanek novih, vendar pa smo še vedno močno vpeti v tradicionalne vaje patriarhalne družbe, pa tudi lepotnega diskurza. Skozi diplomsko nalogo sem spoznala, da razlike med spoloma služijo predvsem ohranjanju družbenega reda in s prikazovanjem ženske na določene načine služijo interesom vladajočega razreda. Konstruirajo in ohranjajo se z diskurzi in ideologijo, ki v določenem zgodovinskem obdobju prevladujejo. Ta družbeni red se

predvsem ne ohranja s pomočjo neke institucionalizirane oblasti, pač pa s pomočjo nevidne oblasti, ki jo predstavljajo tako mediji in interesi njihovih lastnikov kot tudi mi sami. Res pa je, da se tega navadno niti ne zavedamo. Vsi smo namreč del ideologije, katere ideje se nam zdijo povsem naravne in samoumevne. Predstave o vlogah ženske v družbi jemljemo kot naravne in jih zato kot take tudi nadalje reproduciramo. Tako lahko rečem, da smo postavljeni v začaran krog reprezentacij ženskih vlog, iz katerega bomo le stežka našli pot.

8. LITERATURA

Bahovec, D. Eva (2002): *With Your Brain and My Looks: Telo v kulturnih študijah*. V Aleš Debeljak, Peter Stankovič, Gregor Tomc in Mitja Velikonja (ur.): *Cooltura: uvod v kulturne študije*, 175-194. Ljubljana: Študentska založba.

Bartky, Sandra Lee (2006): Foucault, ženskost in modernizacija patriarhalne oblasti. *Delta* 12 (1-2), 59-86.

Barthes, Roland (1984): *Mythologies*. New York: Hill and Wang.

Bašić-Hrvatín, Sandra (2005): *Monopoli: družabna igra trgovanja z mediji*. Ljubljana: Maska.

Bašić-Hrvatín, Sandra (2007): Enajsti september. V Ariel Dorfman in Armand Mattelart (ur.): *Kako brati Jaka Racmana: imperialistična ideologija v Disneyjevih stripih*, 179-200. Ljubljana: Maska.

Beauvoir, Simone de (1999-2000): *Drugi spol*. Ljubljana: Delta.

Begovič, Lenca (1996): *Spol: Ž.* Ljubljana: KUD France Prešeren: Institutum Studiorum Humanitatis – ISH.

Beynon, John (2002): *Masculinities and Culture*. Buckingham, Philadelphia: Open University Press.

Bourdieu, Pierre (2001): *Masculine Domination*. Stanford: Stanford University Press.

Bulc, Gregor (2004): *Proizvodnja kulture: vloga in pomen kulturnih posrednikov*. Maribor: Subkulturni azil.

Calvert, S. L. (2001): Media Effects on Children. V Neil J. Smelser in Paul B. Baltes (ur.): *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 9479-9483. Amsterdam [etc.]: Elsevier.

Caputi, Jane (1999): The Pornography of Everyday Life. V Marian Meyers (ur.): *Mediated Women: Representations in Popular Culture*, 57-79. Cresskill (N. J.): Hampton.

Debeljak, Aleš, Peter Stanković, Gregor Tomc in Mitja Velikonja (2002): *Cooltura: uvod v kulturne študije*. Ljubljana: Študentska založba.

Disney Archives (2008): *Ariel Character History*. Dostopno na <http://disney.go.com/vault/archives/characters/ariel/ariel.html> (25. julij 2008).

Disney Archives (2008): *Mulan Character History*. Dostopno na <http://disney.go.com/vault/archives/characters/mulan/mulan.html> (25. julij 2008).

Disney Archives (2008): *Sleeping Beauty Character History*. Dostopno na <http://disney.go.com/vault/archives/characters/sleeping/sleeping.html> (25. julij 2008).

Disney Archives (2008): *Snow White Character History*. Dostopno na <http://disney.go.com/vault/archives/characters/snow/snow.html> (25. julij 2008).

Disney ClipArt (2008): *Ariel Fish Friends*. Dostopno na <http://disney-clipart.com/Little-Mermaid/Ariel/ariel-fish-friends.jpg> (15. september 2008).

Disney Princess (2008): *Princess*. Dostopno na http://disney.go.com/princess/html/main_iframe.html (20. julij 2008).

Dorfman, Ariel in Armand Mattelart (2007): *Kako brati Jaka Racmana: imperialistična ideologija v Disneyjevih stripih*. Ljubljana: Maska.

Erjavec, Karmen in Zala Volčič (1998): *Mladi in mediji: [učbenik]*. Ljubljana: Zveza prijateljev mladine Slovenije.

Erjavec, Karmen in Zala Volčič (1999): *Odraščanje z mediji: rezultati raziskave Mladi in mediji*. Ljubljana: Zveza prijateljev mladine Slovenije.

Finch, Christopher (1999): *The Art of Walt Disney: From Mickey Mouse to the Magic Kingdoms*. London; Virgin Books, New York: H. N. Abrams.

Fiske, John (2005): *Uvod v komunikacijske študije*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Fjellman, Stephen M. (1992): *Vinyl Leaves: Walt Disney World in America*. Boulder: Westview Press.

Hall, Stuart (2004): Delo reprezentacije. V Breda Luthar, Vida Zei in Hanno Hardt (ur.): *Medijska kultura: kako brati medijske tekste*, 33-96. Ljubljana: Študentska založba.

Hodge, Bob (1986/2005): *Children and Television: a Semiotic Approach*. Cambridge, Malden (MA): Polity.

Hrženjak, Majda (2002): Biopolitika teles v ženskih revijah. V Majda Hrženjak (ur.): *Njena (re)kreacija: ženske revije v Sloveniji, 14-29*. Ljubljana: Mirovni inštitut.

Hrženjak, Majda (2002): *Simbolno: izbrana poglavja iz francoskega strukturalizma*. Ljubljana: Študentska založba.

Jensen, Klaus Bruhn in Karl Eric Rosengren (1996): Pet tradicij iskanja občinstva. V *Teorija in praksa* 30 (2), 308-331.

Jogan, Maca (1991): *Družbena konstrukcija hierarhije med spoloma*. Ljubljana: Fakulteta za sociologijo, politične vede in novinarstvo.

Jogan, Maca (2001): *Seksizem v vsakdanjem življenju*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Johnson, Paul (1993): *Walt Disney and his Influence on the Mass Media*. Chicago: University of Chicago Laboratory Schools. Dostopno na <http://www.lib.niu.edu/1993/ihy930354.html> (6. junij 2008).

Katz, Elihu (2001): Media Effects. V Nail J. Smelser in Paul B. Baltes (ur.): *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 9472-9479. Amsterdam [etc.]: Elsevier.

Košir, Manca (1995): *Otrok in mediji: zbornik*. Ljubljana: Zveza prijateljev mladine Slovenije.

Lacey, Nick (1998): *Image and Representation: Key Concepts in Media Studies*. Houndmills, London: Macmillan.

Luthar, Breda, Vida Zei in Hanno Hardt (2004): *Medijska kultura: kako brati medijske tekste*. Ljubljana: Študentska založba.

Macdonald, Myra (1995): *Representing Women; Myths of Femininity in the Popular Media*. London [etc.]: E. Arnold.

Macdonald, Myra (2003): *Exploring Media Discourse*. London: Arnold.

McQueen, David (1998): *Television; a Media Student's Guide*. London [etc.]: Arnold.

Mills, Sara (1997): *Discourse*. London, New York; Routledge.

Mittell, Jason (2004): *Genre and Television: From Cop Shows to Cartoons in American Culture*. New York, London: Routledge.

Mullan, Bob (1997): *Consuming Television: Television and its Audience*. Oxford, Cambridge (Mass.).

Philben Family Website (2008): *Mulan*. Dostopno na <http://www.philben.net/images/blog/mulan.jpg> (15. september 2008).

Propp, Vladimir Jakovlevič (1925/2005): *Morfologija pravljice*. Ljubljana: Studia humanitatis.

Pušnik, Maruša, Gregor Bulc, Andrej Pinter, Darja Rogelj, Alenka Kermelj in Darja Ivanuša (2000): Vkoreninjenost političark v mitih o ženskah. *Časopis za kritiko znanosti* 28 (200-201), 391-407.

Radway, Janice (2001): Branje romanc kot dejanje. Pobeg in pouk. V Ksenija H. Vidmar (ur.): *Ženski žanri: spol in množično občinstvo v sodobni kulturi: zbornik besedil medijskih študijev in feministične teorije*, 427-473. Ljubljana: ISH – Fakulteta za podiplomski humanistični študij.

Reitberger, Reinhold (1989): *Walt Disney*. Maribor: Obzorja.

Schneider, Cy (1987): *Children's Television: The Art, the Business, and How it Works*. Chicago: NTC Business Books.

Smoodin, Eric (1994): *Disney Discourse: Producing the Magic Kingdom*. New York, London: Routledge.

Sturken, Marita in Lisa Cartwright (2001): *Practices of Looking: an Introduction to Visual Culture*. Oxford, New York: Oxford University Press.

Štular, Suzana (1998): Družbena konstrukcija spolne identitete. V *Teorija in praksa* 35 (3), 441-454.

Švab, Alenka (2002): »Divided We Stand«: teme in dileme študij spolov. V Aleš Debeljak, Peter Stankovič, Gregor Tomc in Mitja Velikonja (ur.): *Cooltura: uvod v kulturne študije*, 195-210. Ljubljana: Študentska založba.

Ule, Mirjana (2005): *Socialna psihologija*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

The Walt Disney Company and Affiliated Companies (2008): *Company History*. Dostopno na http://corporate.disney.go.com/corporate/complete_history_1.html (6. junij 2008).

Valetič, Žiga in Uroš Šetina (2002): *Lili in Žverca: vroči časi celovečernih risank*. Ljubljana: UMco.

Verša, Dorotea (1996): *Medijska podoba spolov*. Ljubljana: Vlada Republike Slovenije, Urad za žensko politiko.

Vidmar, Ksenija H. (2001): *Ženski žanri: spol in množično občinstvo v sodobni kulturi: zbornik besedil medijskih študijev in feministične teorije*. Ljubljana: ISH – Fakulteta za podiplomski humanistični študij.

Vidmar, Ksenija H. (2002): Naša žena in podoba matere: navzkrižja in nasprotja, 1991-2001. V Majda Hrženjak (2002): *Njena (re)kreacija: ženske revije v Sloveniji*, 31-53. Ljubljana: Mirovni inštitut.

Wikipedia (2008): *Maleficent*. Dostopno na <http://upload.wikimedia.org/wikipedia/en/2/2a/Maleficent.jpg> (15. september 2008).

You asked for it (2008): *Swhite2*. Dostopno na <http://course1.winona.edu/pjohnson/images/swhite2.gif> (15. september 2008).

Zeji, Vida (2004): Uvod. V Breda Luthar, Vida Zeji in Hanno Hardt (ur.): *Medijska kultura: kako brati medijske tekste*, 34. Ljubljana: Študentska založba.

Zoonen, Liesbet van (1994): *Feminist Media Studies*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.