

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

LEA PRIJON

HVALA BOGU, DA SEM ŽENSKA!

KULTURNE PRAKSE NEGOVANJA ŽENSKÉ IN ŽENSKÉGA TELESÁ

DIPLOMSKO DELO

Ljubljana 2008

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

LEA PRIJON

Mentor: asist. dr. Tomaž Krpič

HVALA BOGU, DA SEM ŽENSKA!

KULTURNE PRAKSE NEGOVANJA ŽENSKÉ IN ŽENSKÉGA TELESÁ

DIPLOMSKO DELO

Ljubljana 2008

Kako ugoditi ženski? Nemogoče.

*Če naporno delaš, nikoli nimaš časa zanjo.
Če nič ne delaš, si ničvredna lenoba.*

*

*Če jočeš, si slabič.
Če ne jočeš, si neobčutljiva baraba.*

*

*Če ti je vseč seksi žensko spodnje perilo, si perverzen.
Če ti ni, si gej.*

*

*Če si prizadevaš ostati v formi, si samovšečen.
Če ne, si nemaren.*

*

*Če ji kupiš rože, gotovo nekaj hočeš.
Če ji ne, si neobziren.*

*

*Če ima ona glavobol, potem je utrujena.
Če ga imaš ti, je nimaš več rad.*

*

*Če hočeš pogosto imeti spolne odnose, si prepotenten.
Če ne, imaš gotovo drugo.*

Iskreno se zahvaljujem svojemu mentorju dr. Tomažu Krpiču, ki mi je z vsemi svojimi nasveti in usmeritvami pomagal do tega izdelka in nenazadnje do naziva.

“Hvala za vašo pomoč in nasvete!”

Posebno zahvalo namenjam svojim staršema, ki sta mi vedno stala ob strani ter mi, neglede na vse, nudila največ, kar sta mogla – vse.

“Mama, tata, brez vaju ne bi nikoli prišla do tukaj, kjer sem... Spodbujala sta me od prvega do zadnjega dne študija in za vaju bom vztrajala naprej. Hvala, ker verjameta vame!”

Zahvaljujem se tudi svoji babici Pavli, ki me je med šolanjem vselej spremljala v mislih in me nosila v srcu.

“Babi, hvala za tvojo podporo in zaupanje!”

Hvala tudi Luki, ki me je v vseh letih, v dobrih in slabih trenutkih, bodril, poslušal in razumel.

“Luka, stal si mi ob strani in mi pomagal v dobrem in slabem, ko sem te najbolj potrebovala. Hvala!”

Nenazadnje pa se zahvaljujem tudi vsem parom, ki so privolili v intervju in mi tako pomagali, da je naloga dobila “dušo”.

“Iskrena hvala vsem, ki ste si vzeli čas zame in z vso resnostjo odgovarjali na vprašanja!”

HVALA BOGU, DA SEM ŽENSKA!

Problematika sodobnih žensk je precej drugačna, kot je bila nekoč, ko je ženska imela predvsem vlogo matere in gospodinje, danes pa se je njen repertoar močno povečal. Modni trendi in družbeni standardi se pomikajo v smeri, ki od žensk zahteva popolnost na vseh področjih. Rdeča nit moje diplomske naloge je ženska in ženski način življenja z vsakdanjimi rituali, ki zajemajo lepotičenje, v smislu skrbi za telo, oblačenje, ličenje, hkrati pa tudi emotivno sfero, poklic, družino... skratka želela sem zajeti ženski vsakdan. S takim pristopom sem želela raziskati kulturne prakse ženskega življenja, saj je bil ženski spol leta poniževan in označen kot manjvreden, mogoče prav zaradi izražanja čustev. Tudi ženski boji in gibanja za pravice so bili videni kot manjvredni in kot taki zasmehovani. Ker je literatura na to temo precej stereotipna, sem se odločila stanje preveriti tudi v praksi s poglobljenimi intervjuji z devetimi pari. Nekateri stereotipi o moških in ženskah, ki so že stari in zelo priljubljeni, so se izkazali za napačne, veliko pa sem jih lahko, vsaj v svojem intervjuju, potrdila.

Ključne besede: ženska, biološki/družbeni spol, prosti čas, žensko telo, moda.

THANK GOD I AM A WOMAN!

The array of problems modern women are faced with today is quite different from that of the past when a woman had primarily the role of a mother and a housekeeper. Today, a woman covers a much wider set of roles. Fashion trends and social standards are moving in the direction of demanding perfection from women in all fields of life. The main theme of my thesis is the woman and her way of life, with all her rituals including the embellishment in the sense of caring for her body, dressing up and making up, and on the other hand, her emotional life, career, family... I wanted to include woman's everyday life. With this approach I wanted to investigate the cultural practices of female way of life, since this is the gender that has been degraded and marked as inferior for many years, perhaps because of its emotional nature. Women struggling and movements for rights were labeled as inferior and mocked. The literature on this topic is rather stereotypical, for this reason I decided to verify the issue in practice by having in-depth interviews with nine couples. Some old and very popular stereotypes on men and women were proven wrong, but I was also able to confirm quite a number of them in my interviews.

Keywords: woman, sex/gender, spare time, female body, fashion.

KAZALO

1. UVOD.....	8
2. ZA USPEŠNIM MOŠKIM STOJI USPEŠNA ŽENSKA: DRUŽINA IN/ALI KARIERA?.....	10
2.1 Ženska, mati, gospodinja	10
2.2 Kariera pred gospodinjstvom in materinstvom.....	14
3. NASPROTJA SE PRIVLAČIJO: ŽENSKÉ IN MOŠKI.....	19
3.1 Družbeni in biološki spol – identiteta posameznika	19
3.2 Razlike med spoloma	22
3.2.1 Delitev dela in vlog ter neenakost med spoloma	24
3.3 Začetki ženskega osvobajanja in ženska gibanja na Slovenskem.....	25
4. NEKAJ JE V ZRAKU: OBČUTENJA MOŠKIH IN ŽENSK.....	29
4.1 Ko se pogovarjata gluhi in slepi: čustva in občutki moških in žensk	29
4.2 “Ženske se ljubijo, moški seksajo!”	32
4.3 “Moški – plenilci, ženske – plen” ali “Ženske se kažejo, moški lovijo”	35
5. OD PRINCA V BELEM DO SEKSA V MESTU: PREŽIVLJANJE PROSTEGA ČASA.....	37
5.1 Knjige (romani).....	37
5.2 Serije, fimi, telenovele	38
5.3 Revije	42
6. NADZORUJEMO TELO, VODIMO MOŠKE: ŽENSKO TELO	44
6.1 Družbeni standardi in pričakovanja telesa	44
6.2 “Ženska mora skrbeti zase!”	47
6.2.1 Skrb za zunanji videz	50
6.2.2 Skrb za telo	51
6.3 Skrb za telo in refleksivne telesne tehnike (RTT)	53
6.3.1 Lepotna kirurgija kot primer RTT	54

7. LEPA ŽENSKA DOBREGA MOŠKEGA NAJDE: ŽENSKE IN MODA	58
7.1 Moda in modni trendi ter družba in družbene vloge.....	58
7.1.1 Moda in obleka kot samopredstavitev, imitacija, integracija in diferenciacija....	60
7.2 “Videz je pogoj za ljubezen moškega!”	62
7.2.1 Obleka in zapeljevanje	63
8. EMPIRIČNI DEL: POGLOBLJENI INTERVJUJI S PARI.....	67
9. ZAKLJUČEK.....	77
10. VIRI IN LITERATURA	79
11. PRILOGE	85
PRILOGA A: Intervju.....	85
PRILOGA B: Tabela 11.1: Podatki intervjuvanih parov.....	88
PRILOGA C: Razlike med moškimi in ženskami v doživljanju in odzivanju	89
PRILOGA D: Zapeljevanje (erotične poze) skozi zgodovino	90

1. UVOD

Pomlad je že tu in poletje skoraj trka na vrata, veselimo se počitnic, nebeških plaž in kopanja. Vidimo se, kako nam ravno strežejo priljubljeni ženski koktajl *sex on the beach*. Iz vode nam mežika privlačen tip, me smo na udobnem ležalniku, na sebi imamo prekrasne bikinke, prelepe smo in naše telo je popolno... Naenkrat se zdrznemo in ugotovimo, da je poletje res že pred vrati, vse druge sanje o dobrih tipih, ki nas občudujejo, fantastični postavi in koži, pa še zdaleč niso resnične, saj smo se pozimi zapustile. Čas je za drastične ukrepe, kot so dragi posegi odpravljanja celulita, naporna vadba v fitnessu, stresne sadne in zelenjavne diete... Kljub še tolikšni količini denarja in truda pa še vedno ne bomo popolne, saj nikoli ne bomo kot fotomodeli iz revij, da bi ustrezale standardom in pričakovanjem družbe. Veliko lažje bi bilo, če bi se sprejele takšne, kot smo. Težava je le v tem, da nam modni in družbeni standardi ter pričakovanja tega ne dovolijo, saj dopuščajo prostor le za popolnost, mladost in vitkost.

Lepotni standardi in pričakovanja se skozi čas spreminjajo. Zgodovina je ženski ideal vodila od obilnejših postav, ki so predstavljale plodnost in bogastvo, do vitkejših telesc, ki so simbol za disciplino, organiziranost, uspešnost in odgovornost. Ženske so tako prisiljene, da skrbijo zase in za svoje telo, ker se to pričakuje oz. zahteva. Vse to je pripeljalo do vizualizacije in seksualizacije ženskega telesa in ženske nasploh. Moški jih želijo v vlogi matere, gospodinje, žene, ljubice, prijateljice, zaupnice... poleg vsega tega pa pričakujejo, da bodo tudi lepo izgledale ter uskladile skrb zase in lepoticenje z družinskim in gospodinjskim delom ter kariero. *Super ženska* je torej idealni model ženske, ki bo nasledil današnjo vitko in urejeno žensko. Bombardirane so s slikami vitkih in lepih mladih deklet ter z nasveti, kako biti lepe, zapeljive, urejene in zdrave. Te modele so ženske tako ponotranjile, da se sploh ne zavedajo več, koliko časa porabijo za lepoticenje. Velikokrat se potožijo, da vse to počnejo za partnerje, ki pa sploh ne opazijo, novega spodnjega perila ali nove pričeske. Kar pa je še bolj hudo je, da ne opazijo tistih nekaj kilogramov, ki so jih s trdom in odrekani izgubile samo zanje, da bodo nočne aktivnosti toliko prijetnejše.

Ko partner ne opazi vsega vloženega truda so ženske prizadete. Razlike v mišljenju, čutenju in delovanju, so med spoloma velike, saj ženska vidi in čuti popolnoma drugače kot moški, zaradi česar se vnamejo prepiri, ki nam lahko zagrenijo veliko trenutkov ali celo partnerskih

zvez. Sicer se vedno več žensk pritožuje nad dejstvom, da so nadvladane s strani moških, da so seksualizirane, objektivizirane in podrejene, ker morajo izgledati popolno, saj to od njih zahtevajo tako moški kot družbeni standardi. A veliko je žensk, ki takoj ko utegnejo, stečejo v kopalnico in se ure in ure lepotičijo, da bodo ugajale. Logični zaključek tega bi potem bil, da ženske moško nadvlado izkoriščajo, da se lahko lepotičijo in ukvarjajo same s seboj. Dejansko pa so ženske zunanjo prisilo, da morajo biti vedno urejene, lepe in paziti na zunanji videz in težo, tako ponotranjile, da je ta zanje postala samoumevna. In kljub temu, da v lepotičenju in skrbi zase neizmerno uživajo, to še vedno ostaja neka prisila in zahteva družbe, ki ne tolerira pomanjkljivosti.

V diplomsko nalogo sem poleg strokovne literature vključila še nekaj priročnikov o ženskah in moških, zaradi česar so mogoče določeni deli nekoliko stereotipizirani. Da vključim tudi to literaturo sem se odločila zato, da bi bila diplomatska naloga zanimiva tudi za nekoga, ki nima poglobljenega in strokovnega znanja na področju študij spolov in telesa. Želela pa sem tudi, da moja diplomatska naloga dobi praktično vrednost, zato sem se odločila, da bom teorijo preverila v praksi z intervjuvanjem parov. Izbrala sem devet parov, starih med 21 in 74 let, ki prihajajo z goriške in ljubljanske regije. Za tak izbor sem se odločila, da bi bil intervju zanesljivejši in relevantnejši, saj se pričakovanja žensk in moških ter same partnerske zveze z leti in generacijami spreminjajo. Osredotočila sem se predvsem na stereotipne trditve o ženskah in moških, rezultati pa so bili zanimivi.

2. ZA USPEŠNIM MOŠKIM STOJI USPEŠNA ŽENSKA: DRUŽINA IN/ALI KARIERA?

Že v času šolanja se pričakovanja med spoloma razlikujejo, od deklic se pričakuje, da so bolj pridne, skrbne, natančne, zanesljive, njihova pisava lepša, zvezki lično urejeni, naloga pa vedno dobro in brezhibno opravljena. Hkrati pa se na dečke gleda kot na tiste, ki bodo bolj šolani in bodo zasedali višje položaje na delovnih mestih. Nekateri menijo, da je to posledica biologije, ker so se ženski in moški možgani razvijali za sprejemanje drugačnih informacij. Deklice naj bi bile boljše v branju, dečki pa v matematiki. Nekateri novejši študije so pokazale, da v državah, kjer obstaja enakost med spoloma, razlike v matematiki izginjajo, medtem ko razlike v branju še vedno obstajajo. A obstajajo tudi študije, ki ugotavljajo, da so deklice, če jih učijo ločeno od dečkov, celo boljše v matematiki. (The Economist 2008: 91).

Stereotipi, da je ženska ustvarjena le za mater in gospodinjo so torej krivični in neresnični. Podjetnice ali poslovne magnatke, ki so brez moža in otrok so bile nekoč videne kot pokvarjenke, ki so se zaradi lastnih sanj odrekle primarnemu in vrhovnemu zakonu in zahtevi narave: prokreaciji človeštva. Danes se mišljenje spreminja, poslovne ženske so bolj cenjene in spoštovane, kot nekoč, a še vedno ne v tolikšni meri kot njihovi moški kolegi.

2.1 Ženska, mati, gospodinja

Življenje žensk, ki se odločijo, da bodo le matere, žene in gospodinje, je lažje, ugotavlja Markhamova, saj se morajo tiste, ki se odločijo za kariero, nenehno prilagajati ali celo odločati med službo in možem, kaj šele otrokom (Markham 1990: 35). Tako se jih večina odloči za t.i. srednjo pot, saj lahko živijo normalno, mirno življenje, so osem ur v službi, popoldne pa lahko skrbijo za otroke in moža ter opravijo gospodinjska dela. Ni jih malo, ki pridejo utrujene iz službe in doživljajo podoben scenarij: razmetano stanovanje, lačni otroci, kupi perila, mož, ki bi se rad pogovoril o težavah na delu. A vendar sta gospodinjstvo in materinstvo, poleg plačanega dela v službi, nujni opravili, ki se mu večina žensk ne more izmakniti, saj je že stoletja, nujna sestavina ženskega vsakdanjika.

Po mnenju Parsonsa ima ženska v družini eksplicitno vlogo, ustvarjala naj bi toplino, varnost in čustveno podporo, ki je nujno potrebna za učinkovito socializacijo (Parsons v Haralambos

in Holborn 1999: 595). Nosilci moči – moški, pa bi žensko radi videli “priklenjeno” na dom, ker naj bi taka ženska delovala kot blažilka napetosti v družbi. Parsons položaj žensk in samo hierarhijo med spoloma razlaga na androcentričen način, vir njegovega “analitičnega” pojasnjevanja pa je obstoječa seksistična¹ diferenciacija vlog, ki jo pojasnjuje kot univerzalno in naravno dejstvo (Parsons v Jogan 1990: 7, 66). V idealnih predstavah je bila gospodinja vedno tudi mati in poročena žena in le ženska, ki je bila sposobna roditi, je bila lahko “prava” žena in gospodinja (Žnidaršič-Žagar 2005: 104). Dobra mati in gospodinja pa ugotovi družinskih zahtevam in vzdržuje družinsko fizično existenco, s tem ko čisti, nabavlja, kuha, pere, lika... Poleg tega mora še mojstrsko prepoznavati in zadovoljevati emocionalne potrebe individualnih družinskih članov. Tu velja prepričanje, da ko zadovolji potrebe svoje družine, hkrati zadovolji tudi svoje lastne, saj se te ujemajo in pokrivajo s potrebami njenega moža in otrok (Radway 2001: 339–440).

Oakleyjeva govori o dveh mitih, ki se glede tega oblikujejo (Oakley 2000: 171–200):

1. *Mit o delitvi dela po spolu*, ki pravi, da so le ženske gospodinjice, so vselej bile gospodinjice ali to zmorejo biti. Ženskam je ta naloga v družinski skupnosti dokazana kot nekaj naravnega, univerzalnega in s tem neizogibnega, kajti v kolikor družba želi preživeti, morajo ženske, hočeš-nočeš prevzeti to vlogo. Antropologi to trditve podpirajo, seveda pa je verodostojnost tega in vseh drugih mitov le navidezna in vprašljiva.
2. *Mit o materinstvu* pa pravi, da so le ženske lahko matere, so vselej bile matere in so edine primerne za vzgojo otrok. Četudi gre za mit, je ta zaradi svoje biološke narave oz. predpostavke najmanj vprašljiv in najbolj prepričljiv. “Potrjuje” se skozi tri splošno sprejete trditve: 1. otrok potrebuje mater, 2. mati potrebuje otroka in 3. materinstvo je največ, kar lahko ženska doseže v življenju (samo z materinstvom se lahko res potrdi kot ženska). Glede tega pa Ušeničnik dodaja, da je materinstvo ženska primarna obveza in da je to najpomembnejše za splošno blaginjo (Ušeničnik v Jogan 190: 154).

Gospodinja² je ženska, ki opravlja gospodinjsko delo, je gospodarica družine in gospodarjeva

¹ Seksizem je celota prepričanj, stališč, vzorcev delovanj... ki temeljijo na strogem ločevanju dejavnosti po spolu in posameznikom glede na spol podeljujejo neenake lastnosti (Jogan 2001: 1).

² Izraz gospodinja vzpostavlja povezavo med položajem ženske, zakonom in bivališčem družinskih skupnosti. Še bolj nazorno je to izraženo v angl. izrazu “housewife”, ki združuje izraz “house” (hiša) in “wife” (žena). Gospodinja združuje dvojno osebnost: opravlja žensko vlogo in je delavka v poklicu, le da njeno delo ni plačano (Oakley 2000: 11, 106).

žena, ki opravlja družinsko, delovno vlogo. Večinoma se ta izraz uporablja za ženske, ki so poročene, zato Oakleyjeva pravi, da je vloga gospodinje družbeno konstruirana. Ker je gospodinjenje neplačano delo, je to ekonomsko odvisna zaposlitev, gospodinje pa so videne kot “ekonomsko nedejavne”, saj gospodinjskega dela ne motivira noben dejavnik in kot tako ne omogoča finančnega priznanja (Oakley 2000: 12–13, 238–239). Gospodinjsko delo je postalo niz domačih opravil, ki jih je mogoče razstaviti na najmanjše enote. Le-te so ohranjale nedotakljivo kvaliteto romantičnosti, ki so jo podpirali umetno ustvarjeni standard (na primer odlično kuhanje, oblačenje, vzgoja otrok...). Za ženske se je izoblikoval izraz “angel doma”, ki je predstavljal žensko kot razpoljeno (deseksualizirano), nedolžno, pasivno in odvisno bitje, podeljena pa ji je bila naloga ohranjanja obstoječe družbe. Tako je bila njena funkcija le še prokreacija in gospodinjenje in do konca 18. stoletja je bila ekonomska odvisnost žensk sprejeta kot naravno stanje. Da pa se je podrejenost žensk (na vseh področjih) lahko ohranjevala, se je morala skozi generacije vsakokrat znova razumeti kot nekaj samoumevnega in naravnega in kot taka edina normalna in moralna (Jogan 1990: 19–20, 77). Moškosrediščna kultura in patriarhalizem pa sta se ohranjala tudi s pomočjo zanemarjanja in spregledanja neenakih možnosti obeh spolov za udeležbo v političnem delovanju. Tudi v vsakdanjem dogajanju so ženske postajale moteč dejavnik, začelo se je izjemno poudarjanje “naravne” vloge ženske kot matere in gospodinje s posebnimi osebnostnimi značilnostmi: ubogljivost, čutnost, trpljenje... Ženskam je bilo javno delovanje dovoljeno le, če so bile pripravljene sprejeti svojo primarno “naravno” vlogo – prokreacija (Jogan 2001: 57). Nekateri teoretiki so mnenja, da so ženske prav zaradi tega, ker so bile pripravljene rojevati, same sprejele podrejeni položaj (Bordo 2003: 262). Zato se je materialno in moralno nadobremenjevanje žensk, ki delujejo tudi zunaj doma, utrjevalo kot samoumevno dejstvo, ki pa predstavlja temeljni vir za reprodukcijo neenakosti po spolu v sodobni družbi. Nekatere ženske na delovnih mestih so moški spolno nadlegovali, ker naj bi te “pozabile” na svojo primarno, naravno vlogo (materinstvo, skrb za dom...) s tem, ko so stopile v svet, ki je namenjen moškim – poslovni svet, v katerem ženske nimajo mesta (Jogan 2001: 57, 131–132, 162).

Tako je ideologija zasebnosti, svet žensk še naprej vzdrževala v trdni distanci od produktivnega dela. Gospodinja je bila pasivni subjekt, ki se je morala v času kapitalizma spremeniti v aktivni subjekt, ta vloga pa jo je čakala tudi v sferi potrošnje. Še eno preobrazbo oz. dopolnilo so gospodinje dočakale v prvi polovici 20. stoletja, ko je ta postala še privilegirani subjekt nacionalne ekonomije (Vidmar 2003: 41–42). Verjetno so ženske zaradi

dolgoletne tradicije, gospodinjstvo začele sprejmati kot samo po sebi umevno. V različnih revijah, ki so oblikovane kot priročniki za gospodinje, lahko najdejo številne namige, recepte, navodila in nasvete, kakšna naj bo *dobra gospodinja*, da bo hiša brezhibna, otroci pridni in preskrbljeni, mož zadovoljen, gospodinja pa tudi lepo oblečena, brez navijalk v laseh, ko bo on prišel iz službe... A težko je biti mati, gospodinja in seksi mačka hkrati, saj so to stvari, ki nikakor ne gredo skupaj. Zvečer, ko so ženske utrujene in bi se rade nekomu potožile, ker so poleg osmih ur v službi, še doma postorile tudi drugo delo, pa naletijo na gluha ušesa. Bo že res, kar pravi pregovor: “*Sita vrana lačni ne verjame!*”, saj moški sicer razumejo to utrujenost, a vseeno raje vidijo, da ženske molčijo, medtem ko gledajo poročila, tekmo ali končujejo delo iz službe.

Irigarayjeva kritično izpostavlja in zavrača Freudovo mnenje, da materinstvo zapolni razpoko zatrite ženske seksualnosti, zlasti če je njen otrok deček, ženska in moški pa se zblížata zaradi otroka, ker se preko njega identificirata. Moški pri tem ponovno odkriva užitek navezanosti na mater, ženska pa, ki moškemu zavida penis, substitucijo le-tega najde v otrokovem (dečkovem) penisu (Irigaray 1999: 356). V 19. stoletju je patriarhalna moč domačega okolja počasi pojemala, ker je prišlo do ločitve doma in delovnega okolja. Tako je totalna vladavina moškega nad gospodinjstvom pojenjala, saj se je v družbi začelo propagirati pomen čustvene topline med starši in otroki. Tako se je središče gospodinjstva premaknilo od patriarhalne avtoritete k materinski naklonjenosti. V moderni konstrukciji materinstva je tako prišlo do idealizacije matere, ki so jo povezovali z vrednotami romantične ljubezni. Podoba *žene* in *matere* oz. povezava *materinstva* z *ženskostjo* je postala pomemben element, ki pa je dopolnil splošno razširjene pojme o ženski seksualnosti. Ob tem so moški spoznali, da so ženske drugačne, nespoznavne in da se ukvarjajo s področji, ki so njim tuja (Giddens 2000: 49).

Vsebina materinstva in gospodinjstva se v 20. stoletju tako zelo razlikuje od prejšnjih obdobj, da sta se začela uporabljati nova pojma: *materinjenje* in *sodobno gospodinjstvo*. Ti sta od žensk zahtevali vedno več časa in napora zaradi sprememb v načinu preživljanja in vedno novih zahtev, ki izhajajo iz novih znanstvenih spoznanj, novega občutenja otroštva in družine ter samih pričakovanj nacionalnih držav. Tako se ti dejavnosti vedno bolj kažeta kot neplačano prostovoljno delo, ki zahteva nenehno pripravljenost žensk, izpopolnjevanje, spremljanje tehnoloških inovacij in dogajanj (Žnidaršič-Žagar 2005: 103).

2.2 Kariera pred gospodinjstvom in materinstvom

“S poroko si moški vse žensko delo prisvajajo kot naravni dar in kot nujnost njihovega vsakdanjika, samo poklicno delo žensk pa je zanje manjvredno” (Nastran-Ule et al. 1990: 16). Moški je določen kot oblastnik, sam si osnuje družino in razpolaga z njo, hkrati pa mora biti odgovoren za materialni obstoj. Nekoč se je družbeni položaj žensk determiniral in pojasnjeval na podlagi patriarhalne družine, zato je (bila) družina opredeljena kot “njegova” (moževa) družina in kot naravno in samoumevno dejstvo. Ženska identiteta je bila definirana s pripadnostjo moškemu, in obravnavana kot objekt kar vključuje odnose moči. Družina je bil edini in poslednji prostor, kjer se je lahko uresničevala, a le kot žena, mati in gospodinja (Jogan 1990: 51, 176). A, če so ženske nekoč ostajale doma, je sedaj pomembno, da hodijo v službo, da se realizirajo kot ženske, žene, matere, gospodinje, predvsem pa kot poslovne ženske. Nujno pa je, da je poleg menedžerke tudi dobra mati in gospodinja, saj je le tako lahko pohvaljena in obravnavana kot ženska. Kljub temu, da so si ženske kmalu po vojni izborile pravico do plačane zaposlitve, vseeno niso bile takoj sprejete na pomembnejša in bolje plačana delovna mesta. Tudi glede napredovanja so bile bolj omejene od moških, saj slednje praviloma ni bilo tako hitro kot pri moških. Predvsem v času ekonomske krize konec dvajsetih in na začetku tridesetih let 20. stoletja, se je pojavila dilema in od žensk se je zahtevala izbira: poklic ali zakon (Vode 1998: 154 in Jogan 2001: 14), ker so bili zagovorniki androarhata in androcentrizma mnenja, da ženska ne more dobro opravljati obeh vlog in tako ena od njiju trpi (Jogan 2001: 14). Kasneje, ko so se začele množično zaposlovati pa so ženske morale sprejeti dvojno vlogo: zaposlene so bile zunaj doma in gospodinje oz. glavne nosilke odgovornosti in dela v družini. Dvojna volga je bila ženskam vsiljena od nosilcev moči v družbi, v tem primeru moških zato, da še dodatno povečujejo svoje ekonomsko uspešnost in politično moč (Jogan 1990: 9). A tu moram omeniti in izpostaviti, da tudi moški počnejo v službi garajo, da sicer res zasedajo višja in bolje plačana delovna mesta, imajo pa zato večje odgovornosti. Tudi moški imajo svoje težave, čustvene, fizične in psihične probleme. Pregledana feministična literatura pa izpostavlja in poudarja le težaven položaj žensk, moški je le neki dopolnilni oz. nujni člen, ki pač spada k ženski in družbi. Zanimarjena so njegova čustva, občutki, mišljenje, počutje... Mislim, da avtorji in avtorice take literature žensko postavljajo v enak položaj in ji dodeljujejo enako vlogo, kot so jo prej imeli moški. Pri tem je prišlo do višjega vrednotenja žensk in zapostavljanja moških ter zavračanje podobe moškega kot čutnega in čustvenega bitja.

Prav množično zaposlovanje žensk, ki se je med 1. in 2. svetovno vojno naglo zviševalo³ (Jogan 2001: 12), je pripeljalo do feminizacije poklicev in do oblikovanja novih delovnih mest, ki so jih že prej pretežno opravljale one. To so poklici, kjer se zahteva potrpežljivost, natančnost, skrbnost in nenazadnje nekreativnost, monotonost... Gre za podobne zahteve, kot naj bi jih imela gospodinjska opravila, prav zato naj bi postala ta dela manj cenjena in slabše plačana. Kolikor bolj cenjeno in zahtevno je delovno mesto, toliko manj verjetno je, da ga bodo opravljale ženske (Nastran-Ule et al. 1990: 17). Cowardova še dodaja, da velja zadnje dve stoletji prepričanje, da je moško delo tisto, ki producira vrednost in je nujno za življenje družbe, medtem ko naj bi bilo žensko delo pomembno samo za reprodukcijo (Coward 1989:76). Markhamova pa pravi, da so ženske običajno zaposlene kot tajnice ali osebne pomočnice in morajo delati dvakrat več, da nekoč zasedejo položaje, ki običajno pripadajo moškim (Markham 1990: 46).

Seveda pa je to precej stereotipizirano, kajti ženske prav tako kot moški lahko zasedajo pomembne in vodilne položaje na delovnih mestih ali celo vodijo lastna (večja) podjetja. Hertzova v svojih študijah o poslovnih ženskah ugotavlja, da obstaja več razlogov, da se ženske zaposlijo ali postanejo uspešne menedžerke ali lastnice podjetij. Seveda je najpomembnejši in ničkolikokrat odločilni razlog potreba po denarju, ki hkrati pomeni osvoboditev izpod nadvlade družine, staršev in moških. Ta razlog hkrati vključuje osvoboditev od gospodinjskih del, lastno preživljanje in preživetje v velikem slogu, kar je lepši izraz za bogastvo, moč in oblast, ki so jo takšne ženske nemalokrat željne. Sicer pa je prav neodvisnost največkrat razlog, da se ženske spustijo v poslovne vode, pri tem pa ni nujno pomembno, ali je bila prej gospodinja ali brezposelna. Če izjavi, da vstopa v poslovni svet ali na višje delovno mesto zaradi denarja oz. bogastva in moči, ima to precej negativno konotacijo, saj je takoj označena za povzpetnico. Čisto drugače zveni, ko tak razlog navede moški, saj so ti že po "naravi" bolj tekmovalni. Tudi neodvisnost je zelo zmuzljiv razlog, saj je za moške sam po sebi umeven, ker se tako realizira in polno izrazi. Nasprotno to za žensko pomeni, da ne bo več sama čepela doma, težava je le, da se ob tem lahko zdi sama sebi neznansko pokvarjena (Hertz 1994: 778–7), saj se še vedno smatra, da je njeno mesto doma za kuhalnikom. V ženski zavesti se kopičijo "zaloge vedenja" in ustvarja se stalen občutek

³ Leta 1910 je bilo na Slovenskem med vsemi zaposlenimi v industriji in obrti več kot 27,2% žensk (Fischer v Jogan 2001: 12). Po statističnih podatkih Okrožnega urada za delavsko zavarovanje za leto 1934 so ženske prevladovale med zaposlenimi v tekstilni industriji, v gostinstvu, v svobodnih poklicih in med služničadjo (Vode v Jogan 2001: 12). Kljub zavračanju in celo zaničevanju žensk ob vstopu v plačano delo, so se te v prvih dveh desetletjih 20. stoletja intenzivno zaposlovale in ukvarjale s trgovino in obrtjo (Jogan 2001: 12).

krivde, ki ženski na nek način narekuje sprejemanje kakršnihkoli pogojev dela in življenja ter sprijaznjenje z podrejenim položajem v družbenem delovnem procesu. S tem pa se identiteta žensk ohranja v neravnovesju, ki hkrati pripomore k večji prilagodljivosti in neodločnosti žensk ter njihovi vdanosti v usodo (Jogan 1990: 5).

Kanjuo-Mrčela ugotavlja, da so ženske na vodilnih položajih bolj utrujene od moških na istem delovnem mestu, to pa zaradi samega dela, ki je kulturno definirano tako, da bolj ustreza moškemu načinu zasebnega življenja in dela. Spet ne moremo mimo stereotipov in prepričanja, da če je ženska v poslovni sferi uspešna, je njeno zasebno življenje neuspešno in nezadovoljno (Kanjuo-Mrčela 1996: 98). Seveda gre za neutemeljene predpostavke in nepoznavanje življenja in dela menedžerk in žensk na splošno.

Če je danes ženska doma in se posveča le svojemu možu, otrokom in gospodinjskim opravilom ni tako cenjena, kot če je zaposlena in tudi sama prispeva v skupno blagajno. Zato so gospodinje videne kot nemočne, podrejene, neaktivne... Hkrati pa se zdijo zaposlene ženske in menedžerke, ki prevzemajo moške lastnosti (odločnost, hladnost, racionalnost...) kot "grebatorke", egoistične in samovšečne. Od žensk se še vedno pričakuje, da bodo prevzemale poklice in se vedle skladno s stereotipi, ki zanje veljajo (Victor 1993: 35). A, ker je težko usklajevati dom in kariero, zato se veliko žensk odpove družini in partnerju, saj dajejo prednost karieri. Veliko uspešnih podjetnic pa vseeno meni, da so njihovi možje neločljiva sestavina njihovega življenja in uspeha. Tiste, ki može imajo, si jih nadvse želijo obdržati, tiste pa, ki jih še nimajo, bi jih rade našle. Sicer je v družinah, kjer sta oba polno zaposlena, mogoče celo oba na vodilnih položajih, težje usklajevati skupno privatno življenje, ker sta oba odvisna od lastnih obveznosti. A veliko je zakonov, kjer so ženske polno zaposlene s pomembnim položajem na delovnem mestu, pa zakon zaradi tega ne trpi in prav tako uspeva brez pretiranega prilagajanja ali odrekanja bodisi s strani moža ali s strani žene (Hertz 1994: 133).

Neglede na to ali je ženska zaposlena ali ostaja doma kot gospodinja menim, da je pomembno, da lahko vsaka ženska presoja in se odloča po svoje. Tistim, ki več pomeni delo, kariera in uspeh, bodo kljub vsem nasprotovanjem nadaljevale v tej smeri, mogoče bodo celo pustile ob strani svoja čustva in nemalokrat celo partnerja. A sreča, zadovoljstvo in veselje ob sklenjenem poslu in vidnih uspehih na delu ji bodo (mogoče) poplačali vsa odrekanja in žrtvovanje, nemalokrat celo same sebe. Drugim pa, ki se vidijo kot gospodinje, žene, matere,

pa ne more nič nadomestiti veselja in zadovoljstva ob pogledu na srečne otroke in moža ob dobrem kosilu ali pospravljenem stanovanju. Verjetno pa jih večina spada v tisto skupino, ki se nahaja med tema skrajnostima, to so ženske, ki z lahkoto usklajujejo delo z družino in so relativno uspešne na obeh področjih. Sicer ni nobena sfera, ne poslovna ne zasebna, tako intenzivna, a vendar je prav zadovoljstvo in misel na dobro opravljeno delo tisto, ki na koncu šteje in nudi užitek, da so naredile nekaj zase in za svojo družino oz. partnerja.

Ženska je lahko prav tako uspešna na vseh področjih, ne samo doma kot gospodinja. Dejstvo, da jih večina raje dela v službah, ki so manj zahtevne, da ne zasedajo pomembnejših položajev ali da kariere ne uspejo združiti z družino, še ne pomeni, da kaj takega ni mogoče ali da se ne dogaja. Smo v 21. stoletju in čas je, da opustimo konzervativno razmišljanje, da ženske sodijo le v kuhinjo. Vsekakor se strinjam z dejstvom, da še vedno obstajajo in bodo vedno obstajala področja in poklici, ki so namenjeni predvsem moškim (npr. vojak, gasilec...), in tisti, ki so namenjeni predvsem oz. izključno ženskam (materinstvo, gospodinjstvo...), čeprav so vloge med spoloma vedno bolj zabrisane.

Gray v svojih knjigah in seminarjih pojasni situacijo današnje ženske in moškega in pravi, da sta oba (pre)obremenjena, saj se od njiju v službi veliko zahteva. Ko pride ženska domov, mora še skuhati, pospraviti, oprati in zlikati perilo, se posvetiti otrokom in možu in tako se počuti preobremenjeno in razklano. Tudi moški so nesrečni, saj pridejo po službi domov, a namesto vesele, srečne in spočite žene, pripravljene na razvajanje in romantiko, najdejo besno in utrujeno gospodinjjo, ki se še vedno bori z gospodinjskim delom (Gray 1997: 18–19). Zaposlene ženske prevzemajo tradicionalne moške vloge, zato je razumljivo, da težka ohranijo žensko mehko, saj poslovni svet zanemarja ženski vidik in poslabša kakovost intimnih odnosov. Ko pride iz službe utrujena domov, jo čaka še kup gospodinjskih opravil, neglede na utrujenost jo nagon vodi v pospravljanje, kuhanje, likanje, pranje ter negovanje družinskih odnosov (Gray 1994: 20–21). Za ženske je pomembno razbremenjevanje od gospodinjskih del in drugih družinskih obveznosti, pri tem ne gre za to, da bi se ženska popolnoma osvobodila teh del, a za bolj simetrično razporejanje odgovornosti in vlog (Jogan 2001: 187). Neglede na to, ali je ta nagon biološki ali pridobljen v socializaciji, ko je opazovala mater, je zelo močan. Pomembno je, da te nagone obvladuje, pri tem pa ji vsekakor mora pomagati tudi moški (Gray 1994: 20–21). Mogoče Gray premalo kritično razpravlja o razmerah med spoloma in o vlogah, ki jih prevzemajo ženske, a vseeno menim,

da se je približal realnemu stanju, saj je težko doseči harmonijo in sožitje, če ti partner ne stoji ob strani. S tem, ko si partnerja delita delo in eden drugemu priznavata enakovreden položaj v partnerstvu (in nenazadnje družini) se negujejo in poglobljajo intimni odnosi in povezanost.

3. NASPROTJA SE PRIVLAČIJO: ŽENSKE IN MOŠKI

Že od malega se deklice uči, kako naj se vedejo, govorijo, oblačijo, mislijo, delajo, s kom naj se družijo... Starši, učitelji, vrstniki in drugi socializacijski mediji neposredno učijo otroke (spolnega) obnašanja. Obstajajo jasni kazalci, ki dokazujejo, da socializacijski vplivi naredijo otroke stereotipne in hkrati ustvarjajo okolje, ki spodbuja in vzdržuje (spolno) tipizirano obnašanje (Černigoj-Sadar 1991: 30). Hkrati se s tem spodbuja in izpostavlja tudi telesne razlike med spoloma, kar se začne že v zgodnjih otroških letih (Shilling 1999: 83). Tako se za deklice pričakuje, da nosijo roza krilca, imajo dolge skodrane lase, bele nogavičke in punčko v rokah, saj je tako poudarjena njihova milina in toplina. Paradoks pa se pokaže, ko odrastejo, saj moški od njih zahtevajo oz. želijo, da so ženske mile, nežne in tople, obenem pa strastne, drzne in v postelji nenasitne. Ženska mora biti žena, ljubica, prijateljica, zaupnica, mama, gospodinja... Skratka željam in zahtevam ni konca. V otroštvu nas usmerjajo starši, v puberteti prijatelji, v razmerju moški, v zakonu tašče... *Ali je ženska sploh lahko tisto, kar želi biti sama?*

“Biti ženska pomeni biti nenehno nagovarjana in skrbno preiskovana” (Coward 1989: 1). Ženska je falično zaznamovana od svojega očeta, moža ali posrednika, kar determinira njeno vrednost na trgu seksualnosti, zato je ženska vedno prostor bolj ali manj tekmovalnih odnosov med moškimi (Irigaray 1999: 359).

3.1 Družbeni in biološki spol – identiteta posameznika

Antropološka raziskovanja so pokazala in opozorila na kulturno variabilnost spola, ker imajo različne družbe zelo raznolike organizacije spolnih razmerij (Švab 2002: 203). V naravi in družbi ločimo dva spola, biološki (*sex*) in družbeni (*gender*). Za prvega velja, da je stalen oz. praktično nezamenljiv, medtem ko je drugi kulturno konstruiran in ne izhaja iz biološkega spola na en sam način (Butler 1990: 18). Družbeni spol označuje psihološke in emocionalne značilnosti posameznika, zajema obnašanje, prepričanja, vrednote, seksualno usmerjenost in spolno identiteto. Tu ima kultura moč, da vpliva na percepcijo družbenega spola zaradi vseh pravil, navad in pričakovanj, ki zadevajo vedenje posameznika. Biološki spol predstavlja anatomske razlike med spoloma (Švab 2002: 203) in (je do nedavnega) implicira(l) le dve

možnosti: ženski/moški, pri družbenem spolu pa je (bila) izbira večja, gre pa za vprašanje ženskosti/moškosti (Ivy in Backlund 2004: 32–33). Pri poskusu razumevanja spolnih razmerij pride do problema razumevanja razmerja med družbenim in biološkim spolom. Ni samo družbeni spol konstruiran, tako je tudi z biološkim, čeprav zanj velja, da je naraven, ker spolna identiteta ni odraz naravnega stanja biti (kar imamo za samoumevno), ampak je to stvar reprezentacije (Švab 2002: 204).

Money pravi, da se družbeni spol izoblikuje v prvih treh letih otroka, nasprotno pa Imperato-McGuineleyeva pravi, da ta kategorija ostaja fleksibilna celotno otroštvo in se dokončno izoblikuje šele v puberteti, ko se hormoni “ustalijo” (Money in Imperato-McGuineley v Pearson in Davilla 1993: 3). Moški in ženske začnejo oblikovati svojo identiteto (v smislu biološkega spola) že zelo hitro, začeni z interakcijami z družinskimi člani, kasneje pa z drugimi odraslimi v družbi, ki jim podajajo sporočila in namige *kdo so* (Costigan-Lederman 1993: 41). Hkrati pa tudi socialna interakcija in način komunikacije z okolico vplivajo na družbeni spol in na prevzemanje bolj moških ali ženskih lastnosti (Pearson in Davilla 1993: 4) ter osvojitve vzorcev pravega obnašanja in hierarhične pozicije v družbi za določen spol (Treichler in Kramarae v Costigan-Lederman 1993: 42). Pri tem pa ženske, v primerjavi z moškimi, svojo osebnost bolj definirajo preko interakcije z ostalimi (Gilligan 1993: 7). Ker pa biološki in družbeni spol nista identična konstrukta imajo lahko moški in ženske, v smislu biološkega spola, lastnosti tako žensk (nežnost) kot moških (možatost) ali lastnosti obeh spolov (Bem v Pearson in Davilla 1993: 3). Iz tega sledi, da ni mogoče spoznati biološke “resnice”, ki bi bila izven kulturnih diskurzov, tako tudi ni biološkega spola, ki ne bi bil družbeni, zato (radikalno) razlikovanje med družbenim in biološkim spolom ni mogoče. K tej nejasnosti in kompleksnosti zameglitve oz. distinkcije med spoloma še dodatno pripomore dvoumna in dvojna seksualnost, kot je na primer biseksualnost (Švab 2002: 204).

Drugi element, ki to razlikovanje zavrača in prerašča, pa je napredek tehnologije in medicine. Čeprav so bili radikalni sociologi in teoretiki stoletja mnenja, da je biološki spol nespremenljiv in nezamenljiv, je prav zaradi napredka danes tudi to mogoče. Obstajajo ljudje, ki se rodijo kot en spol, čutijo, razmišljajo, želijo in ljubijo pa kot drugi in se zaradi tega počutijo ujete v (napačnem) telesu. To lahko privede do zaničevanja samega sebe in do osovražanja lastnega telesa, posledično pa do psihičnih motenj. Taki posamezniki imajo možnost izbire oz. zamenjave spola, prav to pa je dokaz, da je tudi biološki spol konstruiran.

Nekatere feministične teoretičarke menijo, da je družbeni spol le sklop razmerij in ne posamezni atribut (Butler 1990: 21).

Spolna delitev je le biološka danost, saj se družba nikoli ne more razcepiti po spolih in znotraj te totalitete je ženska *Drugi*, kjer sta oba člena drug drugemu nujno potrebna. Vsako bitje ženskega spola še ni ženska, saj mora za to najprej imeti *ženskost*⁴. Skozi zgodovino si ženske in moški niso delili enakovrednega odnosa in zato se ženska ne potrjuje kakor subjekt, saj za to nima konkretnih možnosti. Tako občuti povezavo oz. navezavo na moškega in ga ne postavi kot sebi recipročnega, ker ji ta vloga *Drugega* mnogokrat ugaja (De Beauvoir 1998: 11, 18–19). Z zadnjim se strinjam z De Beauvoirjevo, saj se ženske mnogokrat poslužujemo te vloge, ko hlinimo užaljenost, krhkost in nežnost, da dosežemo svoje, ker se s tem zasmilimo svojemu partnerju in izognemo marsikateremu prepiru, nemalokrat pa celo opravilu. Omeniti je potrebno še izjemo, ki zadeva vprašanje spolov. Obstajajo namreč ljudje, ki imajo biološke karakteristike enega od bioloških spolov in se skladno s tem tudi identificirajo, hkrati pa imajo tudi kompleksno mešanico karakteristik obeh standardnih spolnih vlog. To Devoir imenuje “*gender blenders*”⁵, taki primeri dokazujejo, da ima družbeni spol v družbi večjo vlogo, kot smo prvotno (napačno) mislili za biološkega (Devoir v Štular 1998: 442–443). *Ženskost* in *moškost* nista univerzalni in nespremenljivi kategoriji, ampak diskurzivne konstrukcije, ki se razlikujejo glede na čas in prostor (Švab 2002: 202), sta le stereotipa, ki se ju posamezniki naučimo skozi socializacijo. Medkulturne raziskave so ugotovile, da ne obstajajo absolutne razlike v karakteristikah moških in žensk, ker se razlikujejo le v različnih kulturah (Štular 1998: 442–443), hkrati pa tudi znotraj konkretne družbe obstajajo različne konstrukcije moškosti in ženskosti (Švab 2002: 202), saj je prav kultura tista, ki oblikuje značilne moške in značilne ženske vzorce obnašanja (Mead v Victor 1993: 32). Sicer pa ima Freeman s kolegi nekaj pomislekov na Meadovo teorijo in dodaja, da imajo poleg kulture tudi biološki in sociološki faktorji nekaj vpliva na oblikovanje in razlike družbenega spola (Freeman v Victor 1993: 32).

Družbeni in politični ustroj je dolga leta omejeval možnost izbire spola, kakor si se rodil si

⁴ Ženskost zajema osebnost v celoti, ne zajema spolnosti, čeprav gre za občutenje sebe na najintimnejši način je rahločutno in obenem mogočno občutenje sebe kot skladne, spolno zaznamovane osebnosti (Rebula-Tuta 2007: 28, 41). H konstrukciji sodobne ženskosti vplivajo: oblikovanje idealnih telesnih oblik (diete, vadba...), učenje pravih gest (hoja, sedenje, vedenje...) in lepoticenje (krašenje telesa s kozmetičnimi izdelki in oblačili) (Bratky v Kuhar 2003: 860). Moderna ženska pa mora poleg vseh ženskih atributov (nežnost, materinski nagon, čutnost...) imeti tudi “moškost”, da se lahko kosa z moškimi (Bordo 2003: 171, 173).

⁵ Medseksualci, transeksualci

tudi umrl. Danes napredek tehnologije, medicine, nenazadnje pa tudi kulture, družbe, politike in ekonomije, omogoča spremembo spola, tako biološkega kot družbenega. Učimo se biti tolerantnejši in sprejemati drugačnosti, s tem želimo posameznikom, ki se počutijo ujete v napačnem telesu, olajšati bivanje v kulturi in družbi, ki sta na določenih področjih še precej rigidni in radikalni.

3.2 Razlike med spoloma

Moški in ženske se razlikujemo tako po telesni strukturi, kot po vedenjskih značilnostih in vlogah, ki jih kasneje prevzemamo. Dolga leta je veljalo prepričanje, da so za to odgovorne biološke razlike (Haralambos in Holborn 1999: 589). Napredek medicine in s tem možnost zamenjave spola pa to tezo očitno zanikata in jo izničujeta. Oba spola sta družbeno konstruirana, njune značilnosti pa kulturno determinirane. Preko socializacije in moralnega razvoja moški svojo spolno (biološki spol) in osebno (družbeni spol) identiteto razvija na podlagi ločitve od matere in nadaljne individualizacije, ženska pa preko zblíževanja. V prvih treh letih za otroka skrbi mama, pri tem na deklice prenaša lastne vzorce vedenja zato deklice že od malega prevzemajo bolj ženske vzorce obnašanja (čut za odgovornost, skrb za ostale, čutnost, gospodinjenje). Dečke pa matere učijo "neenakega" vedenja oz. drugačnosti od njih samih in zato so vezi med materami in sinovi bolj empatične. Dečki se torej že od malega identificirajo tako, da se dojemajo kot nasprotnike ženskega spola. Moški naj bi zato imeli težave z zvezami, ženske pa z individualnostjo (Chodorov v Gilligan 1993: 7–8). Prav zato imajo moški in ženske različne lastnosti, mišljenje, čustva, občutenja... Tako za stereotipno žensko velja, da malo in potihó govori, je čustvena, subjektivna, negotova, ponižna, skromna... Stereotipni moški pa je dober poslušalec, čustveno neekspresiven, vasegotov, oblasten, odločen... (Ivy in Backlund 2004: 59–60). Za moške velja prepričanje, da morajo biti močni, sposobni, učinkoviti, tekmovalni, spretni, nagnjeni k doseganju ciljev, ker naj bi se tako najbolj dokazali pred ostalimi moškimi in pred ženskami. Njihova samozavest se najlažje okrepi in raste, če nudi pomoč ali oporo nežnejšemu spolu. Ženske pa imajo popolnoma drugačne odlike in vrednote, saj so zanje pomembnejša čustva, pristni medsebojni stiki, prijateljstvo, izmenjava nasvetov, problemov... (Gray 1994: 6–9).

Zaradi različne vzgoje deklic in dečkov je med njimi prišlo do različnih pričakovanj in želja. Tem željam se poskuša dvoriti in jim na vsak način ustreči, pa naj bo to v trgovinah, kuhinji,

revijah, filmih. Te želje so posledica njenega neprestanega nezadovoljstva in prizadeva si, da bi jih uresničila zato, da bi dosegla nek ideal. Seveda ko poteši svoje želje, še zdaleč ni dosegla tega ideala, saj se takoj pojavi nova želja, a vendar ji začasna uresničitev nudi občutek, čeprav kratkotrajen, veselosti, radosti, popolnosti in užitka. Stalen spremljevalec užitka pa je slaba vest, ki se je nikoli ne moremo otresti (Coward 1989: 1–2). Irigarayjeva se na tej točki sprašuje ali je takšna raznolikost želja mogoče posledica oz. ostanek takega pogleda na oskrunjeno žensko seksualnost (Irigaray 1999: 358) saj je Krščanstvo (skupaj z Aristotlom, Akvinskim in ostalimi misleci) žensko in spolnost označilo kot nekaj slabega, da bi ju lažje nadzorovali. Spolnost so razglasili kot neurejeno, uničujočo in neobzdržano. Ženska je (po naravi) veljala za spolno “razjarmljeno” in povezano s hudičem, zato je bilo potrebno vso zlo v njej ujeti, jo udomačiti in jo narediti za nedivjo. Ozadje tega pa je bila želja po kontroli ženske, da ne bi razpolagala s svojimi reproduktivnimi možnostmi. Ženske se je zato označilo kot nevarne, kot čarovnice... in se s tem prikrilo tudi pravi vzrok kontrole nad njimi in njihovo domestifikacijo in priklenitev ženske na dom (Jogan 1990: 18). Sicer pa je imelo Krščanstvo (konkretno katoliška cerkev) velik vpliv za utrjevanje in reproduciranje hierarhije med spoloma, bila je ključna institucija, ki je določala temeljne vzorce medsebojnih odnosov, pri čemer se je opirala na krščanske religijske razlage. Prihaja do krčenja ali odpravljanja negativnih vidikov in sestavin ženskih dejavnosti, na drugi strani pa se poudarja in razširja pozitivne dejavnosti, olepšuje se položaj poročene ženske in družine (Jogan 2001: 125–126).

Spol je kot analitična kategorija in družbeni proces soodnosni, zato so spolna razmerja kompleksni in nestabilni procesi (spreminjajo se skozi zgodovino), ne morejo obstajati posamezno in izolirano od drugih razmerij, so diferencirani, ustvarjajo asimetrične delitve in oblikujejo *moške* in *ženske*. Za sodobna spolna razmerja je v zahodnih družbah značilno razmerje dominacije, torej bolj jih definira ali celo nadzoruje eden od spolov (Švab 2002: 202–203). Med ženskami in moškimi tako obstaja prepada, ki nas ločuje, a hkrati povezuje, saj se medsebojno dopolnjujejo, kar manjka moškimi, dobijo od žensk in obratno, posebno v partnerskih odnosih oz. zvezah. Predvsem ženske izoblikujejo svojo identiteto preko intimne zveze in skrbi za druge. Priznavanje pravic ženskam je privedlo do sprememb pri njihovem moralnem presojanju, hkrati pa so jih prepričali, da ni moralna le skrb za druge ampak tudi skrb za njih same. Ko so ženske to spoznale, je ta ideja prerasla v ideal odgovornosti v družbenih zvezah in takrat so spoznale, da takšno dožemanje zvez pomeni moč (zanje). Koncept pravic pa je spremenil tudi njihovo moralno presojanje in jim odprlo drugačno

perspektivo pri dojemljanju moralnih težav zato ženske presojuje bolj tolerantno in manj absolutno, torej bolj kompleksno kot moški (Gilligan: 1993: 149, 164).

3.2.1 Delitev dela in vlog ter neenakost med spoloma

Živimo v kulturi, kjer obstaja delitev družbenih in bioloških vlog, ki so dodeljene in določene za oba spola posebej (Hertz 1994: 116). Osnovni izvori neenakosti in delitev dela med moškimi in ženskami so biološkega izvora in to je še danes, za mnoge, najbolj prepričljiv argument za tako razlikovanje. Biološka razlaga utemeljuje spolno delitev dela in vlog v reprodukciji človeka oz. v bioevolucijskem procesu (Černigoj-Sadar 1991: 49). Od tod torej sledi delitev na ženske in moške vloge. Sicer pa je neenakost med spoloma družbeno konstruirana, saj je to družbeni problem, vendar po tej logiki potem ni ontološke razlike med spoloma (Turner 1993: 111). Vse družbe alocirajo vloge odraslih na osnovi spola in to tudi anticipirajo v socializaciji njihovih otrok, tako je obseg in način spolne diferenciacije biološko, kulturno in zgodovinsko pogojen (Černigoj-Sadar 1991: 30). Razlike med spoloma so pridobljene in odvisne od časa, družbe in seveda kultur, v katerih živimo (Montagu 1968: 19–20). Te razlike pa se je začelo pretirano poudarjati in izpostavljati, razvila so se (jasna) pravila pravilnega moškega in ženskega obnašanja, govorenja, barv, stilov oblačenja... S tem se je vse povprečne razlike prelilo v absolutne razlike med spoloma, zato so te bolj proizvedene in pretirane, kot pa naravne (Shilling 1999: 84). Nekateri psihologi so za normo postavili moško vedenje, žensko pa opredelili kot deviacijo te (moške) norme (Gilligan 1993: 14). Nekatero radikalne feministke trdijo, da obstajajo razlike med spoloma v osebnosti, vrednotah, navadah in življenjskem stilu. Ena od razlag za tako temeljne razlike je različnost moških in ženskih teles ter različnost odnosa do sveta (Turner 1993: 111). Prav biološke razlike med moškimi in ženskami pa so temelj za delitev dela med spoloma v družbi, a gensko utemeljene predispozicije same po sebi še ne določajo konkretne vloge. Biološke razlike le vodijo do spolno pogojenih vlog iz praktičnosti: moški, ki je fizično močnejši, lažje opravlja težaška dela, kot ženska, ki je telesno šibkejša (Haralambos in Holborn 1999: 594). Sicer je možno doseči večjo stopnjo enakosti med spoloma zaradi različnih teles, a težko je pričakovati, da se bi to zgodilo (Turner 1993: 111).

Peaseova razlagata razlike med ženskami in moškimi na primeru moškega kot lovca, ženske pa kot matere, ki je ostajala doma in pazila na dom, ogenj in otroke, nabirala sadje... Ženske

in moški so si že v pradavnini delili naloge in delo, kar je pripomoglo k razvoju sposobnosti in do neke mere tudi značajev, občutkov, navad, ki jih oboji imamo še danes (Pease in Pease 2003). Morda Peasov priročnik res ni najboljši za razlaganje od kje in zakaj razlike med moškimi in ženskami, a se mi njuna “teorija” vseeno ne zdi popolnoma neresnična oz. nemogoča. Seveda pa je potrebna kritična distanca in premislek koliko bomo tem razlagam verjeli ali ne.

3.3 Začetki ženskega osvobajanja in ženska gibanja na Slovenskem

Povsod naj bi obstajala moškosrediščna kultura, piše Joganova, kjer naj bi bilo mesto žensk označeno kot drugorazredno oz. celo manjvredno, ki se v vsaki kulturi kaže na svojski način. Skupni imenovalec teh je dopolnjevanje bioloških razlik z natančnimi in strogimi družbenimi in kulturnimi zapovedmi o mejah dopustnega obnašanja, ki je značilno za vsak spol in kot tako hierarhizirano (Jogan 1990: 14). Beerova pa dodaja, da je spol skonstruirana kategorija in da obstaja družbena prisila, ki se izraža v seksističnem določanju obveznosti in pravic. Hkrati pa tudi meni, da obstajajo meje svobodnega odločanja o bistvenih življenjskih vprašanjih ter da so te za ženske zožene v primerjavi s tistimi, ki veljajo za moške (Beer v Jogan 1990: 96). Tukaj pa naletimo na dostojanstvo ženske pri tem pa ne moremo mimo seksističnih vzorcev obnašanja in nenehnega reproduciranja patriarhalizma kot celostnega sistema družbenih odnosov (Jogan 1990: 97).

Leta 1848 sta E. Cody in L. Matt na konferenci v New Yorku predstavili t.i. Deklaracijo čustev (*Declaration of Sentiments*), ki je bila osnovana na podlagi Deklaracije o neodvisnosti. V tej deklaraciji sta za vse ženske zahtevali splošne pravice, katere bi morale biti neodtujljive. Izhajata pa iz dejstva, da so ženske in moški enaki. Kar so ženske v bistvu zahtevale je bila odgovornost in možnost, da so “gospodarice same sebe”. Seveda pa so bili številni (moški) proti temu, saj so bili mnenja, da bi ženske, če bi se jim priznalo svobodo, pozabile na odgovornost v (partnerskih) zvezah (Gilligan 1993: 128–130).

Miti, stereotipi in vrednotenja ženske so prodrli na vsa področja in so aktualni še danes. Lik samozavestne, poklicno uspešne in ekonomsko neodvisne ženske se je naselil tudi v javni medijski prostor konec 70-ih let (Vidmar 2003: 51). Slogani *Bodi radikalna, Ker se cenim, Lepota je samozavest...* so se začeli propagirati in nas bombardirati že v reklamnih oglasih,

revijah in na jumbo plakatih. Vse več je raznih konferenc, člankov in reportaž, ki ženske še dodatno spodbujajo k emancipaciji in mogoče celo feminizmu. Boji žensk za enakost in pravice so bili na začetku zasmehovani, podcenjevani, stigmatizirani in celo razlagani kot najhujše zlo, saj naj bi bile njihove zahteve “protinaravne” (Jogan 1990: 30, 230). Montagu nenehno namiguje, da moški podcenjujejo ženske in se jih celo bojijo, ker naj bi se počutili negotovi v družbi, bali naj bi se za svoje mesto in ugled. Vendar nikoli v celoti in natančno ne pojasni, zakaj naj bi se moški tako bali, od kod njihov strah sploh izvira. Navaja sicer dejstvo, da sta moška dejavnost in junaštvo posledica moškega spoznanja oz. zavedanja, da je v primerjavi z žensko, biološko manjvreden oz. pomanjkljiv (Montagu 1968: 35). Tako naj bi moški zaradi kompleksa manjvrednosti poniževali ženske, ker jim zavidajo njihovo biološkost, njihove družbene vloge in zmožnost rojevanja in materinstva.

Socialna podlaga za politične boje za enakopravnost žensk je bilo delo in zaposlovanje zunaj doma, ki pa je hkrati pomenilo tudi nevarnost za odpravo patriarhalne družine. Hkrati pa je to bil temelj za odpravljanje zožene družbenosti in podrejenosti žensk tudi na področju zasebnosti. Na Slovenskem so se ženske začele politično organizirati v sedemdesetih letih 19. stoletja, kljub temu so bile pred 2. svetovno vojno še vedno brez popolne volilne pravice, ki bi jim omogočala popolno politično angažiranje. Leta 1901 je bilo ustanovljeno *Splošno žensko društvo*, ki se je borilo proti unitarizaciji v normativnem določanju položaja žensk. Leta 1924 pa je bila ustanovljena *Zveza delavskih žen in deklet*, ki so zahtevale odločne in celovite zahteve po emancipaciji žensk⁶ (Jogan 2001: 17, 123). Prav enakostna usmeritev ženskega gibanja v celoti pa je imela ključno vlogo za odpravljanje podrejenega položaja žensk. Zaradi razcepljenosti te struje se je do zadnjih desetletji 20. stoletja razlikovalo označevanje ženskega gibanja: radikalno usmerjeno žensko gibanje so označevali kot “osvobajanje žensk”, “emancipacija žensk”... bolj ozko reformistično usmerjeno krilo pa je bilo označeno kot “feministično” (Jogan 2001: 230). Čeprav gre pri feminizmu bolj ali manj za boj ženskih pravic, sem vsekakor spada vprašanje analitičnega in političnega statusa človekovega telesa (Suleiman v Turner 1993: 110).

Posledica spreminjajočih se odnosov med spoloma, je vedno bolj naraščujoče zanimanje za

⁶ Žensko gibanje je kolektivno organizirano delovanje za spreminjanje položaja žensk, ideja izhaja že iz razsvetljenstva, praktično pa ga je spodbudila francoska revolucija. Pogosto so bila gibanja povezana z gibanji in boji proti raznim oblikam ženske neenakosti in zatiranja, predvsem rasnega, razrednega in nacionalnega. Obstajale so številne organizacije, združenja, komiteji... ki so se borili za enake možnosti žensk, za odpravo hierarhije med spoloma, zapostavljenost in diskriminacijo (Jogan 2001: 23).

telo. Emancipirane ženske bi rade postale enakovredne moškim po mišljenju in občutenju, želijo si doseči moško duševno moč, moralno svobodo, ustvarjalno silo... Ženska si emancipacije želi in jo je sposobna le v toliko, kolikor ima moškega v sebi, torej bi se rad emancipiral le moški v njej. Weininger pravi, da emancipacije danes ne zahteva več prava ženska, ampak si jo želijo bolj moške ženske, ki napačno tolmačijo svojo naturo in ne vejo za motive svojih dejanj, ko so prepričane, da govorijo v imenu ženske. Tako je edini in največji sovražnik emancipacije ženska sama. Sicer pa prihaja Weininger do precej posplošenih in stereotipnih zaključkov, ko pravi, da je pri vseh ženskah, ki težijo po emancipaciji, mogoče zaznati številne moške poteze in da je možno zaznati celo anatomske moške znake (Weininger 1993: 58–61, 636–5). Montagu je zapisal: “*Vreščече feministke⁷ malokdo jemlje za kaj drugega kot so: za ljudi z manjvrednostnim kompleksom, ki se hočejo za vsako ceno oddolžiti za svojo manjvrednost*” (Montagu 1968: 173). Vidmarjeva pravi, da je “*nemoč spola mogoče preseči z gesto poudarjanja njegove performativne moči*” (Vidmar 2003: 51–52). Verjetno si zato ženske vedno bolj prizadevajo, da bi res bile ženske, da bi ohranile svoje ženske vrline in značilnosti.

Tudi naloge, ki jih imajo moški in ženske so razporejene glede na telesne značilnosti spolov. Mogoče težje najdemo žensko, ki bi opravljala težka fizična dela, kot je na primer gradnja cest, ni pa nemogoče. Nasprotno je družbena vloga, ki je in bo moškim vedno nedosegljiva, vloga matere, zaradi nezmožnosti rojevanja, ženska pa na drugi strani lažje nadomesti oz. zapolni praznino očeta. Sicer pa so vloge danes že tako zabrisane, da stroge hierarhije ni več. Dela, ki so jih prej opravljale le ženske, kot na primer kuhanje, pranje in likanje, danes lahko opravlja tudi moški in se pri tem ne počuti manjvrednega. Vloge so družbeno konstruirane in zato tudi fleksibilne, spremenljive in prenosljive. Danes smo priča novemu pojavu v tej sferi in sicer “novemu očetovstvu”, pod tem pojmom razumemo celoto vseh vlog, s katerimi se moški (oče) neposredno vključuje v vsa dela, kot so gospodinjstvo, vzgoja, emocionalno življenje... ki so nujna sestavina vsakega družinskega življenja. A ponotranjanje pravil novega očetovstva je odvisno od institucionalne urejenosti, saj lahko morala in institucije ta nov model zavirajo ali ga spodbujajo. Zaenkrat ga večina ureditev še vedno zavira, saj se pri

⁷ Bojevnica za žensko enakopravnost, emancipacijo (v kapitalističnih deželah) (Verbinc 1976: 208 in Leksikon 1976: 246). Besedo feminizem uvede Charles Fourier v zgodnjem 19. stoletju (Švab 2002: 199). To je gibanje proti patriarhalno družbeni urejenosti, kjer so (bile) ženske v podrejenem položaju v javni sferi in s tem potisnjene v območje zasebnosti (družine). Obstaja več smeri feminizma, skupni imenovalac vseh pa je boj za temeljne pravice žensk ali za njihovo ohranitev (Leksikon 1998: 265). žensk... (Npr. Svetovalni komite ustanovljen pri Komisiji EU, Prvi, drugi in tretji srednjeročni načrti Komisije EU...) (Jogan 2001: 229, 52).

moškemu še vedno poudarja razum, racionalnost, praktičnost... torej atributi značilni za bolj androcentrično kulturo⁸ (Jogan 2001: 183–184).

V ZDA so se, vzporedno z nastajanjem ženskih gibanj, pojavila števila različno usmerjena organizirana gibanja moških za odpravo krize moških. Ta gibanja so bila konzervativna, ženskam neprijazna ali celo sovražna. Eno takih je na primer mitopoetsko gibanje, ki se je začelo že v 80-ih letih, izhaja pa iz predpostavke, da sta oba spola v seksistični ureditvi enako zatirana in, da se morajo moški boriti za ozdravitev “moških ran”. V devetdesetih letih pa je postala močna tudi krščanska moška organizacija *Promise Keepers*, ki izhajajo iz predpostavke, da sta moški in ženska po naravi neenaka ter da je bog moškemu določil vladajoči položaj v družbi. Pomembno je tudi gibanje za moške pravice, ki deluje znotraj organizacije *National Congress for Men*, saj si prizadeva za ponovno vzpostavitev hierarhije med spoloma (Jogan 2001: 195–196).

⁸ Ključna značilnost androcentrizma (in tudi seksizma) je strogo ločevanje dela na javno in zasebno območje ter po spolu tako, da so družbeno nujne in neprekinjene dejavnosti pri zagotavljanju obstoja posameznika in vrste, določene kot ženska dela. Ženske so definirane (in zato tudi omejevane) primarno kot matere in gospodinje in zato odgovorne za negovalne, skrbniške, vzgojne, gospodinjske... dejavnosti. Ženski je torej določena vloga podrejenega (u)domače(ne)ga bitja (Jogan 2001: 199).

4. NEKAJ JE V ZRAKU: OBČUTENJA MOŠKIH IN ŽENSK

Videli smo že, da smo moški in ženske različni, tako po telesni konstituciji, kot tudi v vzgoji, vedenju, nalogah, ki jih opravljamo, razmišljanju... Tako obstajajo tudi razlike v občutenju, doživljanju in čustvovanju. Moške se je vedno učilo, da svojih čustev ne sme (pretirano) izkazovati in da se morajo nadzorovati, medtem ko se je od žensk pričakovalo popolnoma ekspresivno čustveno vedenje. Čustev niso smele skrivati, nasprotno pokazale so jih, ko so bile vesele, žalostne, (ne)srečne... Pogosti so spori med spoloma prav glede čustev, saj ženske rade očitajo moškim, da so brezčutni, oni pa ženskam, da so cmerave in preveč sentimentalne.

Težko je zadrževati čustva, predvsem ko se zgodi kaj žalostnega ali tragičnega, a izgleda, da to moškim uspeva brez težav, saj le redko vidimo moškega, ki joče, pa čeprav ga je doletela še takšna tragedija. Nasprotno pa je veliko pripadnic nežnejšega spola, ki jih hitro preplavijo čustva, in zdi se, da jih ne morejo zatajiti, še manj pa obvladati. Vprašanje, ki se samo postavlja, pa je: *Ali moški namerno zatajijo čustva, ženske pa se namerno trudijo, da jih ne bi zatajile? Ali je to le posledica njihove tisočletne vzgoje?* Nekateri avtorji kot sta Peasova, ki v svojem priročniku za ženske in moške namigujeta oz. polemizirata, da se vse to skriva tudi v biološkem ustroju spolov, ker naj bi se nam tudi čustva prilagodila glede na naloge, ki smo jih tisočletja opravljali: moški – lovec, ženska – varuhinja doma (Pease in Pease 2003).

4.1 Ko se pogovarjata gluhi in slepi: čustva in občutki moških in žensk

Že Decartes je bil mnenja, da med razumom in čustvi obstaja polarnost nasprotij⁹, tako razmišljanje je značilno za kartezijsko revolucijo, ki je v 17. stoletju dosegla zmago razuma in zavrgla vse, kar mu je nasprotovalo. Podcenjevanje in preziranje čustev je posledica tako

⁹ Razsvetljenski misleci so bili prepričani, da čustvo frustrira in uničuje dejavnost Razuma, zato je ključno, da mu zaupamo in ga spodbujamo, čustva pa moramo zatreti (Toulmin v Šadl 1993: 635). Čustva so razlagana na različne načine, saj obstaja več teorij, kaj naj bi ta bila. Ena od pozitivističnih razlag in pretekle razlage v SI vidi čustva kot neorganiziran odziv, ki moti gladko delovanje razuma, razumejo se kot nenaden "avtomatični sindrom", kot nekognitivno izkustvo. To pomeni, da so emocionalni odzivi neposredni, brez posredovanja reflektiranja, ki omogoča inteligentno razumevanje in odzivanje na situacijo. Tako so čustveni in kognitivni procesi medsebojno neodvisni in ločeni procesi. Nova teorija čustev v SI pa pravi, da čustva niso goli izbruhi, neodvisni od akterjevih ocen, idej in presojanj, prepričanij in konceptualizacij, zato so čustva odvisna od kognitivnih procesov. Čustvovanje je skupno delovanje telesa, predstave, mišljenja, spomina... čustva pa so vključena v emocionalno izkustvo posameznika, tako ločevanje čustev in kognitivnih procesov pomeni ignoriranje dejstva, da emocionalna izkustva ne obstajajo kot golo stanje, ampak so prepletena s kognitivnimi elementi. A emocionalna izkustva niso povsem instiktivno, biloško določena, ampak družbeno konstruirana tudi na fiziološki ravni (Šadl 1993: 642–643).

teoretskih struktur, ideologije in prepričanj 19. stoletja, ki so opravičevala družbeno neenakopravnost in hierarhijo spolov, kjer se je moškimi priznavalo nadvladje in premoč nad žensko. Takrat se je oblikovala teza "čustveno – žensko", zato se je ženske povezovalo s čustvi, moške pa z razumom. Tako podcenjevanje in nezanimanje za čustva je izhajalo iz stališča, da zasebna sfera, ki jo je predstavljala ženska s čustvi, ni relevantno področje uporabe pojma objektivnosti, zato pa je bila ta vloga dodeljena javni sferi, ki so jo predstavljali moški z razumom (Decartes v Šadl 1993: 635). Ženskemu spolu so bile dodeljene lastnosti, ki družbeno niso imele enake veljave kot tiste, ki so se pripisovale moškimi, tako so bile ženske določene in definirane kot drugorazredna bitja (Jogan 1990: 47).

Obstaja razlika v načinu razmišljanja in čustvovanja o vsem, kar moški in ženske delajo, čutijo in kar jih obkroža. Kramarae to argumentira oz. utemeljuje s t.i. teorijo tihe skupine (*Muted group theory*), ki v svetu oz. prostoru, kjer vladajo močnejši, v tem primeru moški, oblikujejo sistem komunikacije z lastnimi pravili, podrejena skupina, v tem primeru ženske, pa nimajo besede. Lastnosti te teorije so (Kramarae v Pearson in Davilla 1993: 7):

1. Ženske dojemajo svet in stvari v njem drugače kot moški zaradi različnih izkušenj in dejavnosti.
2. Zaradi stoletne dominacije moškega je njihov sistem percepcije dominanten in onemogoča ženskam njihovo lastno interpretacijo sveta.
3. Zaradi tega so ženske prisiljene spremeniti svoje vzorce obnašanja in način razmišljanja.

Sicer pa Kramarae tej teoriji dodaja oz. jo nadgrajuje s t.i. metodo načina govora (*Speech styles approach*), za katero meni, da je bolj fluidna in dinamična. Ta metoda ali pristop namiguje, da način komunikacije moških in žensk temelji na percepciji njihove socialne skupine (Kramarae v Pearson in Davilla 1993: 8). Ostali, ki tudi pristopajo k tej temi pa pravijo, da pride pri komuniciranju moških in žensk do konvergence, ko ti komunicirajo z nasprotnim spolom. Ta pristop namiguje, da konvergenca obnašanja temelji na stereotipih značilnih za spolne vloge, ki obstajajo v interakciji z nasprotnim spolom (Mulac, Wiemann, Widenmann in Gibson v Pearson in Davilla 1993: 9). Gilliganova pojasnjuje razlike med žensko in moško percepcijo, razmišljanjem, moralo... z razlikami v temah pogovora in področjih zanimanja med spoloma. Moški in ženske imajo različne interese in razmišljanje, te razlike pa nastanejo v družbenem kontekstu kjer se dejavniki socialnega statusa in moči

kombinirajo z reproduktivno biologijo, to pa skupaj definira zvezo (s tem tudi razlike) med ženskami in moškimi (Gilligan 1993: 2).

Prevladuje mnenje, da moškega vodi glava oz. logika, žensko pa srce oz. intuicija (Beers 1973: 25). Moralna presoja žensk je drugačna od moških in odvisna od čustev empatije in sočutja (Haan v Gilligan 1993: 69). Ženske lažje razkrijejo svoja čustva in strahove kot moški, pa tudi drugi se lažje razkrijejo njim, saj vzorci obnašanja moške učijo, da čustva ne spadajo v njihov repertoar (Rubin v Borisoff 1993: 21). Gilliganova pa replicira, da vse razlike obstajajo le na način kot moški in ženske interpretirajo (ne)personalne situacije (Gilligan v Borisoff 1993: 21). Ženske zato niso nič bolj intuitivne ali inteligentne od moških, saj je to v renici le sposobnost zaznavanja podrobnosti in sprememb v vedenju drugih (Pease in Pease 2003: 35). Njihova različnost v dojemanju, mišljenju in čustvovanju izhaja iz njihovega dolgoletnega podrejenega položaja in morale. Njihova občutljivost in pozornost na potrebe drugih in čut za odgovornost, so prispevali k temu, da upoštevajo tudi mnenja drugih. Zato tudi bolj kontekstualno presojajo in z drugačno moralno razumejo stvari, ko pa "stopajo v akcijo" najprej presodijo ali jim je situacija že znana (ali so jo že kdaj same doživele ali vsaj slišale zanjo). Pri odločanju in presojanju se ženske soočajo z dilemami, ki vplivajo na njihovo percepcijo in kasnejšem sprejemanju odgovornosti (Gilligan 1993: 16, 22, 49).

Oba spola sta se naučila in prilagodila na različne kulturne vzorce in pričakovanja družbe, zato pa tudi različnega vrednotenja le-teh (Costigan-Lederman 1993: 48). To, da lažje in hitreje dojemajo položaj, ki ga imajo, ali nalogo, ki jo opravljajo, je zato, ker so bile na to vedno navajane in naučene. Ker so ženske velikokrat odvisne od tega, kako se bodo v raznih situacijah in odnosih znašle (zaradi dolgoletne delitve dela in podrejanja), so postale posebej spretni v osebni diplomaciji, bolj občutljive in prilagodljive. To pa ni izključno lastnost žensk, saj je veliko moških z istimi lastnostmi. Vsak posameznik se torej prilagodi okolju, njegovim nalogam in zahtevam (Beers 1973: 25). Že igra deklic in dečkov v zgodnjih letih je pomembna pri kasnejšem prevzemanju vlog in življenju vanje. Pri fantih so pogostejše organizirane igre, kjer razvijajo sposobnost za prevzemanje stališč in položajev posplošenega drugega, oblikujejo vodstvene in organizacijske sposobnosti, tekmovalnost... Pri dekletih je tovrstnih iger manj, pogostejše pa so tiste, ki implicirajo medosebne odnose in pogovore (igranje z barbikami, prirejanje otroških čajank, trgovine...), torej igre kjer se razvija čut in sposobnost za sodelovanje zato se tukaj oblikujejo empatične sposobnosti, torej življenje v

vlogo partikularnega drugega, s tem pa razvijanje senzitivnosti do drugih konkretnih oseb (Lever v Pearson in Davilla 1993: 5 in Šadl 1993: 641).

Družba uči dečke, da se ne spodobi, da kažejo svoja čustva in da se morajo v vseh situacijah obvladovati, saj se ne spodobi, da bi jokali, bili žalostni ali celo pretirano veseli in nasmejani. Nasprotno so ženske, ki imajo sebe in svoja čustva v oblasti, čudne in nič kaj privlačne. Omedlevanja, joka, zardevanja... so se ženske posluževale že v srednjeveških romanih, sicer je to že izven mode, a nikakor ne prepovedano ali sramotno. Razlike v občutenju, čustvih in reagiranju moških in žensk se kažejo tudi v položajih, ko pride do problemov ali preprirov. Ko so ženske pod stresom, bi se najraje pogovorile s prijateljico, še raje pa s svojim možem, nasprotno se moški v takih situacijah zaprejo vase¹⁰. Če svoji partnerki ne prisluhnejo oz. če one menijo, da jih ne poslušajo, je ogenj v strehi, začnejo se očitki in prepiri. Vendar je *umik v votlino*, kot mu pravi Gray, moški obrambni mehanizem, tako kot je pogovor za žensko. Tudi občutenje problemov se razlikuje, medtem ko se moški osredotoča le na rešitev enega problema, se ženska ob pogovoru o trenutnih skrbih, spomni še na vse druge in rešuje vse težave hkrati (Gray 1994: 17–23). Tako obstajajo specifične razlike pri oblikovanju ženske in moške identitete v odnosu do emocij in do instrumentalne racionalnosti. Ženske se lažje in z manj zadržki zatečejo k neposrednim emocionalnim odzivom na razne situacije, moški pa poskušajo svoja čustva zadržati in raje sledijo razmisleku. Glede tega nastajajo številni predsodki, da je čustvovanje manj vredno, razumsko vrednotenje in dojemanje pa se postavlja nad čustva (Nastran-Ule 1993: 220).

Družba je moške in ženske razdelila na močnejši in šibkejši spol, določili so se standardi vedenja, občutkov in čustev, s tem so se vzpostavile nepremostljive razlike med spoloma, ljudje pa so jih skozi zgodovino le še okrepili.

4.2 “Ženske se ljubijo, moški seksajo!”

Klišé, ki že stoletja vlada v glavah ljudi, predvsem moških, je prerasel v stereotip, ki ga ti precej radi uporabljajo oz. koristijo, ko grejo v petek zvečer “na lov”. Res pa je, da tudi ta stereotip ni čisto iz trte izvit in tako kot vsi drugi nosi v sebi nekaj resnice. Preprosto bi bilo, če bi v družbi vsi delovali na podlagi stereotipov, toda vedno obstajajo odkloni, pozitivni in

¹⁰ Zabaven prikaz razlike med moškim in ženskim doživljanjem in odzivanjem v napetih situacijah v prilogi C, na strani 84.

negativni. Razumevanje, doživljanje in občutenje seksualnosti se pri spolih razlikuje. Splošno prepričanje je, da je spolnost za ženske nekaj najbolj intimnega in lepega, kar se ji lahko zgodi s partnerjem. Intimnost je *“kvaliteta zveze, subjektivna ocena, ki temelji na interakcijskem vedenju in vodi do določenih pričakovanj v zvezi”* (Chelunev v Borisoff 1993: 16), intimna zveza pa je *“proces v zvezi, ko spoznamo najgloblja in subjektivna pričakovanja drugega, ki so enaka našim lastnim”* (Chelunev v Borisoff 1993: 16). Zanimivo pa je, da kljub vsej intimnosti in pomenu spolnosti, ženske telo nenehno izkoriščajo, le-to je vedno bolj osrednjega pomena za občutek sebstva, hkrati pa je seksualni objekt, ki hrani moške fantazije in stimulira njihove spolne želje (Kuhar 2004: 11). Prijateljstva in navezanost na nasprotni spol omogočajo posameznikom možnost razkrivanja samega sebe in svojih občutkov, čustev in intimnosti, kar pa moški težko izrazijo, saj to ne sovпада z vzorci katere so ponotranjali ves čas odraščanja in razvoja. Ker se moški svojim prijateljem navadno ne zaupajo, vidijo ženske kot lojalne in ljubeče partnerice in zato tudi prijateljsko zvezo vidijo kot potencialni intimen odnos. Ženske pa znajo bolje ločiti med prijateljstvom in intimno zvezo in ne delajo razlik med moškimi in ženskimi prijateljstvi vsekakor pa razlikujejo med moškimi prijatelji in partnerji. Ker pa svoje moške prijatelje vidijo kot lahkomišelnih in s smislom za humor, prijateljske zveze ne vidijo in ne poskušajo spremeniti v intimen odnos (Rawlins 1993: 59).

Seksualno dejanje pri ljudeh vključuje užitke čutenja, ni pa to le gola izkušnja, je dejavnost, ki vključuje namenski užitek. Ko nas nekdo vzburi, se ne odzovemo le na njegovo telo, temveč tudi nanj ali nanjo kot osebo. Tako je telo drugega gorišče vzburjenja, gre za utelešenje osebe, kar on ali ona je. Seksualno vzburjenje zato ni prenosljivo na drugega (Primorac 2002: 38–39). Oz. kot pravi Weininger, spolna privlačnost je več kot le pot do spolnih odnosov, ker ima vsak človek neke določene lastnosti, ki so lastne njemu samemu in zato ni povsem vseeno, kateri drugospolni posameznik se bo z njim združil, saj se pri vsakem nadaljnjem spolnem partnerju čutijo določene razlike oz. spremembe (Weininger 1993: 33). Seks in ljubezen sta različni stvari, poznamo naključni seks, nikakor pa ne naključne ljubezni. Seksualna želja je želja po stiku s telesom drugega in po užitku, ki ga ta stik proizvede, seksualna dejavnost pa to željo poteši (Primorac 2002: 48, 59–60).

Popolna postava in lepa obleka nas neizogibno pripeljejo do videnja ženske in njenega telesa kot seksualni objekt in fantaziranja o njem. Včasih so bile videne kot pasivne žrtve moških ponudb, danes pa se jim priznava seksualnost in dovoljeno je celo, da se jih vpraša kaj želijo,

hkrati pa lahko ženske na to vprašanje tudi same odgovorijo (Gilligan 1993: 70). Tako pa se jim hkrati nalaga odgovornost, da je njihovo seksualno sporočilo *“oddano samo v razmerah, v katerih bo sprejeto z odgovornostjo, to je v heteroseksualnih in potencialno trajnih razmerjih”*¹¹ (Coward 1989: 30). Deklice se vzgaja v prepričanju, da je nedolžnost neka vrlina, medtem ko pri dečkih ta ni tako nujna niti ne posebej zaželena (Beers 1973: 40). Mogoče so ženske zato manj sposobne pustiti prosto pot erotičnim impulzom in uživati v spolnosti brez čustvene navezanosti (Štular 1998: 444). Pogovor o tem s partnerjem v postelji je težak, kaj šele javno razpravljati s prijateljicami v baru. Moški pa najprej stečejo v gostilno in o tem polemizirajo s prijatelji ob pivu in čipsu. Toda zanimiv je paradoks, povezan z ugledom in vedenjem žensk oz. najstnic. Raziskava o spolnem življenju posameznikov¹² je pokazala, da je pri prejšnjih generacijah spolno dejavna najstnica igrala vlogo nedolžnega dekleta, saj so bili spolni odnosi pred poroko sramotni. Danes je slika obratna, nedolžna dekleta, device, kot jih fantje radi imenujejo, pri spolnih fantazijah, rade igrajo vloge seksualne mojstrice. Spremembe v spolnem vedenju in odnosu do spolnosti so pri dekletih izrazitejšje kot pri fantih (Rubin v Giddens 2000: 16). Ženska seksualnost je bila vedno določena na podlagi moške, čeprav je njen avtoeroticizem popolnoma drugačen od moškega, saj bolj uživa ob dotikanju kot pa v gledanju (Irigaray 1999: 352–355).

V 19. stoletju se je žensko spolnost strogo nadzorovalo, ta se je lahko prakticirala le v zakonu z enim partnerjem. Med 30. in 70. leti 20. stoletja pa je postala spolna aktivnost žensk bolj sproščena in ne več tako vkleščena v moralne predpostavke o enem in edinem doživljenjskem partnerju. K temu je prispeval razvoj vedno novih kontracepcijskih sredstev in možnost razveze. Ponovno pa so se družbena merila glede seksualnosti spremenila v 80. letih zaradi pojava in porasta številnih spolno prenosljivih bolezni. Predvsem s pojavom AIDS-a je bilo konec svobodne seksualnosti, saj je ta nemilostna bolezen ženskam trkala na vest, da bi samo nečloveška (božanska) ljubezen lahko moške vodila v tveganje življenja zaradi spolnosti (Wolf 1991: 134–135 in Giddens 2000: 13). Kljub temu pa v družbi o(b)stajajo dvojna merila oz. dvojni spolni standard, saj se od žensk še vedno pričakuje zvestobo enemu spolnemu partnerju ali vsaj manjšemu številu moških, medtem ko se moškemu tolerira večje število spolnih partnerk (Haralambos in Holborn 1999: 620). Ena od možnih razlag je lahko, da seksualna srečanja, moškim pomenijo moč nad ženskimi telesi in njihovo seksualnostjo.

¹¹ V številnih primerih posilstev se obramba sklicuje na to, da so ženske same krive, ker so oddajale signale, ki so jih moški napačno interpretirali. Obtožene so bile lahko, da so svojo spolnost uporabljale “neodgovorno” (Coward 1989: 30).

¹² Lillian Rubin je leta 1989 opravila raziskavo o spolni zgodovini posameznikov. Raziskava je zajemala tisoč ameriških heteroseksualcev, starih med 18 in 48 let (Rubin v Giddens 2000: 16).

Zanje velja, da so bolj promiskuitetni in agresivni, ker so po naravi bolj tekmovalni. Ženske pa so glede izbire partnerja natančnejše in odgovornejše (Coward 1989: 164, 211), saj izberejo moške, ki so zanesljivejši, odgovornješi...

Družbene norme postavljajo dvojna merila med spoloma saj moški v družbi uživajo večji ugled, moč in celo spoštovanje, če imajo več žensk ali/in so poročeni ali v partnerski zvezi z lepo žensko, ki mu jo drugi moški zavidajo. Za žensko pa naj ne bi bilo toliko pomembno, ali je njen partner lep in močan, bolj ji je zavidan odgovoren moški, hkrati pa se od nje pričakuje, da naj ne bi imela veliko moških spolnih partnerjev (Konrad in Gutek v Jogan 2001: 153). Zato Montagu pravi, da se moški poroči z lepim predmetom in ne z osebnostjo (Montagu 1968: 43), Irigarayjeva pa dodaja, da je ženska lep objekt opazovanja, kar kaže na njeno pasivnost (Irigaray 1999: 355). Spet je govora o objektivizaciji ženske in nihče se ne vpraša, ali jim je mogoče všeč, da so objektivizirane oz. seksualizirane. Prav ženske so tiste, ki uživajo v ogledovanju, še bolj pa v kupovanju zapeljivega, prosojnega, seksi spodnjega perila, s katerim bodo ugajale moškim.

4.3 “Moški – plenilci, ženske – plen” ali “Ženske se kažejo, moški lovijo”

Šale o moških in ženskah, ki so prerasle že v stereotip, nenehno namigujejo, da lahko razmere v človeški družbi primerjamo s tistimi v naravi, človek/žival. Moški, ki so v tem primeru samci, zasledujejo svojo žrtev – žensko/samico, ki jo želijo osvojiti, saj je prokreacija bistvo narave. Vloga moškega je, da opazuje in raziskuje nasprotni spol, vloga ženske pa, da se pusti opazovati in raziskovati nasprotnemu spolu (Legan 2004: 112). Gray piše, da je vsak moški na začetku osvajanja podoben lovcu, osredotočen je le na žensko, ki jo ima rad, in njegov edini cilj je, da jo dobi. Da bi ta cilj dosegel, bi naredil karkoli, ko pa jo osvoji in je s tem njegov primarni cilj dosežen, se sprosti, izgubi prvotno zagnanost in voljo, da bi žensko še naprej razvajal in ji izkazoval svojo ljubezen in postopoma preusmeri žarišče in energijo na nov cilj (Gray 1997: 229). Seveda je to posplošeno mišljenje, a Gray verjetno namiguje na naravo in voge moškega (in ženske) o katerih govori tudi Leganova.

Že vrsto let prevladuje splošno mnenje, da mora moški narediti prvi korak, dati pobudo, saj je ta viden in označen kot močnejši spol. Prav zato so modeli v revijah, na jumbo plakatih, reklamah in filmih fantazijski subjekt za moške, saj ženske tu ne odvrčajo pogledov, pač pa

moškimi drzno vračajo njihove napadalne poglede (Coward 1989: 62) in tako imajo moški občutek, da odgovarjajo na njihove seksualne fantazije in potrebe, a je vse skupaj le konstrukcija, fantazija. Moške bolj privlačijo vitke in seksualne ženske, ženske pa večkrat gledajo za moškimi, ki imajo boljši status v družbi, ki so bolj zanesljivi, finančno bolje stoječi... Tako s(m)o ženske postale objekt lepote, moški pa preskrbovalci. Nezek je pri svojih študijah in raziskavah ugotovil, da so posamezniki, ki so imeli lepšo telesno podobo in privlačnost, imeli več intimnih srečanj, kot tisti z bolj bornimi telesi (Nezek v Ambwani in Strauss 2007: 14). Ženske se trudijo, da bi ugajale same sebi in seveda svojim partnerjem, ker je v naši družbi vse podrejeno videzu in vzpostavljenim idealom, ki prevladujejo, dosega pa jih le manjšina. Sicer pa so ti podatki zgolj teorija in statistika, v realnem življenju so stvari veliko bolj kompleksne. A za zaključek tega poglavja bi vseeno navedla Molierovo misel: *“La Grande Ambition des Femmes Est d’Inspirer L’amour!”*¹³

¹³ Največja ambicija ženske je, da vzbuja ljubezen!

5. OD PRINCA V BELEM DO SEKSA V MESTU: PREŽIVLJANJE PROSTEGA ČASA

Prosti čas je zelo pomemben, saj si takrat naberemo moči in se sprostimo številnih napetosti. Vsak si ga organizira drugače, saj ne uživamo vsi v enakih stvareh, predvsem pa se preživljanje le-tega razlikuje med moškimi in ženskami. V prostem času se razvijajo individualne in skupnostne identitete, zanj je značilna možnost svobodne izbire aktivnosti in sodelovanja z drugimi, prav zato se prosti čas žensk in moških tako razlikuje. Moški ga več namenijo počitku, dodatnemu izobraževanju, športnim aktivnostim... medtem ko je ta pri ženskah prekinjen ali prepleten z različnimi obveznostmi (Černigoj-Sadar 1991: 95–96). Ženske veliko prostega časa porabijo, da postorijo razna gospodinjska dela, ki jih niso uspele med delovnim časom. Niso pa vse enako obremenjene z gospodinjskim delom in nekaj prostega časa jim vedno ostane, preživljanje tega pa je odvisno od časa, financ, prebivališča, interesov, pripadnosti družbenemu razredu, otrok... Čeprav so stereotipi o ženskah, ki cele popoldneve gledajo limonade že precej razširjeni, lahko te svoj prosti čas porabijo za branje revij ali knjig, nakupovanje, razne športne aktivnosti, meditacija, joga... ali pa se seveda tudi one dodatno izobražujejo.

5.1 Knjige (romani)

Romani, kot jih poznamo danes so nastali že v 18. stoletju kot oblika zabave za sfero privatnega. Vsebovali so pripoved o življenju posameznika, okoliščine in dogajanja pa so se prilagajale času pisanja. Bistvo zvrsti je bila poroka med moškim in žensko, ki je predstavljala vrhunec in hkrati tudi konec knjige, različne so bile le glavne junakinje in kraj dogajanja. Skupno vsem je, da do 19. stoletja ženske skoraj niso imele glavnih vlog, saj so bile reprezentirane kot tihe, mile, razumevajoče, njihova čustva pa so bila pristna in močna. O čustvih ženske sicer ne govorijo in jih niti ne izražajo, lahko pa jih razberemo iz njihovega vedenja in raznih gest: povešanje oči, zardevanje... (Coward 1989: 158–159). Oblikovali so se kulturni stereotipi, ki se povezujejo z mitom o lepoti, kjer je možna le ena od kombinacij: lepa ženska brez inteligence ali inteligentna ženska brez lepote, nikakor pa ne oboje. Ti stereotipi so povezani prav z obdobji do 19. stoletja, ko je veljalo splošno prepričanje, da če ima ženska značaj, ni več privlačna. Zanimivo pa je, da so bile vse junakinje romanov lepe, zato so bralkam oddajali sporočilo, da se lepe zgodbe dogajajo le lepim ženskam (Wolf 1991:

59, 61). Seveda so bili vsebina romana in glavni junaki odvisni od časa in režima, v katerem je nastajal. Ko jih danes beremo, ne občutimo več istega, kar so ljudje pred sto in več leti, saj so današnje mišljenja in vrednote ljudi popolnoma drugačni. Pristna ljubezen, ki jo danes označujemo kot suhoparno, nam ne da zadoščenja ob prebrani knjigi, želimo si več, želimo akcijo, odrezave, dinamične junakinje, ki so hkrati dovolj močne, da se lahko skozi zgodbo izrazijo in se hkrati moškemu tudi podredijo.

V 19. stoletju so ženske dobile *glas* v romanih in lahko so izražale svoje misli in občutenja, signalov niso oddajale več le z očmi oz. pogledi in zardevanjem, pač pa so to počele z govorenjem in s telesom. Lahko so izražala seksualne fantazije in želje, zato pa so ti romani postali sinonim za t.i. seksualno revolucijo, ki je predstavljena kot sprememba odnosa žensk do spolnosti (Coward 1989: 160). V sodobnih romanih tako ženska lahko izraža seksualne fantazije, ki jih lahko skupaj s svojim ljubimcem ali možem preizkuša. Če so nekoč znale samo kurtizane v moškem vzbuditi seksualno fantazijo in poželenje ter jo tudi potešiti, jih danes lahko vse ženske, tudi tiste, ki imajo konzervativno mišljenje.

Branje romanc je strategija z dvojnim namenom. Kot dejavnost zaposli žensko pozornost in ji omogoča zanikanje njene fizične prisotnosti v okolju, povezanem z odgovornostmi, ki jih akutno občuti in ki se lahko izkažejo za preveč omejujoče in neprijetne, da bi jih prenašala. Branje ženskam pričara poseben, svoboden prostor, v katerem se počutijo osvobodjene od pritiska in odgovornosti nalog, ki jih sicer sprejemajo za svoje. Z branjem zgodb, ki jih tako osrečujejo, figurativno pobegnejo v pravljico, kjer imajo junakinje podobne potrebe, ki pa so v zgodbi ustrezno zadovoljene. Sicer gre za nerealno fantazijo, a ženskam je dovoljeno razkošje lastnega užitka, obenem so deležne skrbi in pozornosti, kakršne ponavadi namenjajo drugim (Radway 2001: 437–449).

5.2 Serije, fimi, telenovele

Zanimivi so filmi, nadaljevanke in telenovele, kjer se ženskam pripisujejo povsem drugačne značilnosti od nekdanjih, ki so jih imele v romanih, poudarjati so začeli tudi njihovo podlo naravo (na primer filmi o t.i. črnih vdovah). Hkrati ko se jim je pripisovalo tudi zle lastnosti, jim je bila dana moč in možnost, da lahko dominirajo in celo prevladajo nad moškim, ne samo fizično, tudi psihološko. S svojimi čari, telesno seksualnostjo in privlačnostjo lahko

prepričajo moškega in ga, če si to zastavijo, celo ugonobijo in iz dvoboja odkorakajo kot zmagovalke, ki jim ni potrebno prevzeti posledic za umor.

Kot primer serije, ki je revolucionarno spremenila ženski pogled na svet, moralo in druga področja, bi omenila Seks v mestu¹⁴ (*Sex and the city 1998–2002*). Tematika se popolnoma razlikuje od nadaljevank od 50. let dalje (*Dallas, Dynasty, Santa Barbara...*), saj je v številnih epizodah prikazala najrazličnejšo promiskuitetno obnašanje in probleme, povezane s seksom nasploh (Milek 2004: 26). Ženske niso pasivne, ampak imajo moč nad moškimi in si upajo pogovarjati o seksu, izražati občutke ob njem in kritizirati moške, če česa niso pravilno naredili ali jih zadovoljili. Besede niso več prikrite, ne uporabljajo se mehki izrazi, pač pa neposredni, nemalokrat celo vulgarni izrazi o moških in ženskih delih telesa, spolnih odnosih in celo kletvice. In kar je najpomembnejše, ženske lahko čutijo in izražajo svojo seksualnost, lahko prevladajo ali pa se pustijo nadvladati, lahko same nakažejo ali povejo moškemu, kaj naj počne in kdaj. Na prvi pogled deluje serija zelo površinsko in če nismo njeni strastni gledalci in oboževalci ter jo spremljamo le občasno, se nam zazdi, da je govor le o seksu in hitrih avanturah. Zdi se, da ljubezen nima nikakršne vloge, da ni cenjena in spoštovana, a se motimo. Niso vse igralko le perverzno pohotnice, kot je na primer Samantha Jones (*Kim Cattrall*), tu sta še Carrie Bradshaw (*Sarah Jessica Parker*), predvsem pa Charlotte York (*Kristin Davis*), ki nenehno iščeta pravo Ljubezen. Carrie se ne more odločiti med dvema moškima, ki sta tako drugačna, in če ju postavi skupaj, dobi g. Pravega (Di Mattia 2004: 25). Tako tudi preko takih serij, ki so na prvi pogled plehke, vidimo, da je ljubezen vrednotena in cenjena kot najvišja vrlina in potreba ženske.

Tudi prijateljstvo je na prvi pogled nepomembno in zapostavljeno, a v resnici je še kako pomemben dejavnik. Štiri popolnoma različne ženske, ki so prijateljice, zaupnice in ena drugi terapevtke in rama za jokanje, povezuje vrhovna vrlina, prijateljstvo (Henry 2004: 67). Najbolj razvidno je to v epizodi, ko Samanthi ugotovijo raka na dojki, ta pa navzven deluje močno in brezbrizno. Svoja čustva lahko sprostijo le, ko ji Carrie ponudi ramo, na kateri se lahko zjoče, in ji tako pokaže svojo prijateljstvo in naklonjenost v tako težkem trenutku. Prav to je bistvo takih serij, ko jih gledamo, pomislimo na lastne probleme in prijateljice, ki nam stojijo ob strani, nam pomagajo in nas bodrijo ob težkih trenutkih. Veliko epizod pa skozi četverico sporoča ženskam, da je prijateljstvo med ženskami pomembnejše kot sama zveza in

¹⁴ Serija je po četrti sezoni dosegla rekordno gledanost, 6,6 milijona gledalcev, zato nima zastoj naslova najuspešnejše serije nasploh. Postala je pravi popkulturni fenomen, ki je vzorce vedenja in razmišljanja postavil na glavo (Milek 2004: 26).

spolni odnosi z moškimi in da so si ženske lahko življenjske partnerice na načine, ki jih moški nikoli ne bodo zmogli (Henry 2004: 68). Prijateljstvo med ženskami je bolj intimno kot med moškimi, saj si ženske med sebj zaupajo skrivnosti, osebne stiske, težave s fanti, možmi, otroci... Moški pa se osebnim pogovorom v prijateljskih zvezah raje izogibajo in se raje pogovarjajo o drugih aktivnostih in temah, kot je politika, šport, ekonomija... Moški v prijateljski zvezi z ženskami lahko njihovo naklonjenost in prijateljstvo velikokrat interpretirajo kot zapeljevanje (Rawlins 1993: 53–55) in ker čutijo, da morajo dati vedno prvi pobudo prijateljska razmerja velikokrat poskušajo spremeniti v intimen ali le seksualen odnos (Bell v Rawlins 1993: 53–55).

Vsekakor pa se pridružujem Milekovi, ki v članku povzema mišljenje Kuharjeve in pravi, da so te ženske na videz res osvobodjene, a največ energije potrošijo prav za tisto, čemur se feminizem tako upira, popoln videz in popoln moški (Kuhar v Milek 2004: 26). Na uradni spletni strani *Sex and the city*¹⁵ je mogoče najti najrazličnejše podrobnosti, ki zadevajo serijo, celo izčrpni opis posameznih stilov in oblek za različne priložnosti, ki so jih glavne igralko nosile.

Tudi telenovele in soap opere so pomemben in neločljiv del ženskega vsakdanjika. Še vedno jih sodimo kot nekaj slabega in neumnega, a kdor jih redno gleda, se za stereotipe ne meni. Telenovele, limonade ali žajfarice, kot jim rečemo, so tipičen ženski žanr¹⁶, ki sovпада z življenjskim stilom žensk in s problemi ter diskurzom povezanim z njimi. To je žanr, ki je ustvarjen zato, da se o njem govori, razpravlja in prav vsak gledalec v njem najde "svoje življenje" in se lahko enači z vsaj enim od nastopajočih. Predvsem ženske se rade pogovarjajo o tem, kaj se je zgodilo v prejšnji epizodi njihove najljubše telenovele. Skozi tak pogovor, ki meji že na obrekovanje¹⁷, pa se krepijo njihova prijateljstva in/ali povezanost.

Tako kot obrekovanje so tudi telenovele kot žanr raznolike, neskončne in nepredvidljive... Ženske rade gledajo telenovele in soap opere, ker jim je to podlaga, izhodišče ali nekaj, na kar se lahko naslonijo v vsakdanjem življenju (Brown 1994: 18–20). Scenarij je pri vseh zelo

¹⁵ Spletni vir: Home Box Office 2008

¹⁶ Široko in največkrat empirično dojetje polje vsebin, ki se navezujejo na žensko občinstvo, po tematiki in po strukturi forme. Sem spadajo številne televizijske in filmske melodrame, soap opere, literarne romance, telenovele, nenazadnje pa tudi ženske revije in številne intimne rubrike... To in s tem povezana tematska zasvojenost z romantično-ljubezenskimi razmerji in razmerji doma in družine predstavljajo poseben svojevrsten (sub)kulturni ustroj, ki v popularni zahodni zavesti predstavlja embleme posebne, od dominantne kulture odcepljene sfere repetitivnega, trivialnega in iracionalnega polja neke kulturne forme (Vidmar 2001: 16).

¹⁷ Kot del ženske oralne kulture gre pri obrekovanju za ženski način pogovora, ki je zaupen, oseben in preprost (domač), gre za poseben ženski dogodek, ki je zanjo blagodejen (Jones v Brown 1994: 30).

podoben, predvsem kar se tiče tem pogovarjanja, ki največkrat implicira osebno življenje in ljubezenske probleme (Modleski 2001: 195–196). Uspešno gledanje soap oper zahteva poseben kulturni kapital, saj je potrebno poznavanje nastopajočih in samo poznavanje žanra, gledalec pa mora imeti še širšo kulturno kompetenco, kar zadeva pravila vedenja v osebnem (in družinskem) življenju. Tako je gledalec konstruiran v kulturi, ne pa reprezentiran, zato bi lahko pripadal družbenemu občinstvu, ki je že predhodno razdeljen po spolu, ne pa da je subjekt v procesu spolnega umeščanja. Kar pomeni, da gledalec sam dekodira oz. ustvarja pomen sporočila, ki ga soap opera posreduje (Brundson v Kuhn 2001: 55–56). Kot pravi Barthes, gre za gledalca kot avtorja besedila, v tem primeru zgodbe. Sicer pa je potrebna tudi velika mera potrpežljivosti (Modleski 2001: 199), prav zaradi njihove glavne značilnosti: neskončnost zapletov.

Naj bosta tema oz. žanr še tako banalna, ženske to potrebujejo, ker je to hrana za dušo, luč za nov dan, nasvet za večer v disku s prijateljicami, upanje za življenje... Ženske lahko preko tega črpajo moč in pogum za prestajanje osebnih kriz. Prav ti banalni žanri so pomagali številnim ženskam v emocionalnih stiskah. Mnoge se soočajo s smrtjo partnerja, staršev ali celo otrok, kruta resnica, da je družina minljiva, jih lahko tragično prizadene, soap opere pa so jim pri tem v oporo, saj so le-te večne. Soap opere potrjujejo in poudarjajo primat družine, a ne s prikazovanjem popolne družine, ampak družine v nenehnih težavah, tragedijah... in s tem gledalce opominjajo na številne nesreče, ki se lahko zgodijo njim samim ali pa se dogajajo drugim (Modleski 2001: 202, 206). Pomagajo, da se ženske spopadajo s problemi in postajajo močne, ko vidijo, da se ne dogaja le njim krivica in da niso edine s takimi težavami. Nekateri se lahko preko teh žanrov hranijo z nasveti, kako pomagati partnerju ali otrokom, kako počistiti hišo, kako biti dobra in privlačna žena... Skratka, tisto urico se sprostijo in uživajo v fantazijskem svetu, ki ga doživljajo kot edini pravi in realen, medtem ko se moški smeji in ponujajo robčke, ko jokajo, ker je Carrie zapustila Živino ali ker je Suzan ponovno izgubila Mika zaradi neumnosti. Menim, da se zaradi takih situacij ženske velikokrat počutimo bolje, ker vemo da nismo edine s takim fantom, možem, starši, otroki... In čeprav se naš partner, ko to gledamo, zraven nas reži in si tlači blazine v usta, to prezremo in smo naprej Samantha, ki hrepeni po strastni noči z lepotcem, ali naivna Bridget, ki pri svojih 33 letih še vedno dela neumnosti in sanja o poroki v belem... Upanje je tisto, ki nas nikoli ne zapusti, in prav preko trivialne kulture kot so soap opere, lahko preživimo težke trenutke, hkrati pa se veselimo boljših in lepših časov...

5.3 Revije

Elle, Cosmopolitan, Grazia, Anja, Jana, Lady, Ona... je le nekaj revij, ki so nam vsakodnevno na voljo v kioskih, trgovinah, na bencinskih črpalkah... *“Kupi Francko ali Micko... saj je vseeno, samo pohiti, ker se mi ne ljubi več čakati!”* sem nekoč slišala nekega moškega, ko sem se prebijala skozi množico pri stojalih z ženskimi revijami. Zakaj ne razumejo, da je to za nas pomembna odločitev, saj so to popolnoma različne revije. *Če kupim Anjo, ne bo rumenega tiska, če kupim Lady ne bo veliko modnih nasvetov, če kupim Elle, ne bo horoskopa...* Take in drugačne dileme pestijo ženske vsak dan, ko se morajo v vsej tej poplavi revij odločiti za eno ali dve, saj za več že skoraj nimajo časa.

Zanimivo je, zakaj sploh kupujejo te revije, saj tako prebirajo probleme drugih, ki se jih osebno ne tičejo, oblek si ne morejo privoščiti, saj so predrage, ker se navadno oglašuje zadnje Versacejeve ali Diorjeve ekstravagantne kreacije, horoskop tako ali tako ne zadene nič kar napove.... *Čemu potem metati denar skozi okno?* Gre za poseben ritual, za potešitev želja, ki jih imamo ženske, za beg iz realnosti, ki ga vsakič doživimo ob branju. Ko beremo Elle ali Grazio, lahko sanjamo, kako smo same oblečene v Guccijeve kavbojke, obute v Pradine fantastične sandale, z najnovejšo in najdražjo Vuittonovo torbico, nadišavljene pa z Bulgarijevim parfomom, povrh vsega pa še večerjamo v prekrasni vili ob morju, s fotomodelom, ki ravno oglašuje nov Armanijev parfom... Tega sicer ne povemo naglas, sploh pa ne moškimi, saj bi se nam smejali, čeprav gotovo tudi sami sanjajo, kako sedijo v Ferrariju in dirkajo na veliki nagradi Monaka, na cilju pa jih pričaka kup mladih hostes v mini krilih... Kakorkoli, gre za majhne ženske skrivnosti in sanje, ki so prisotne, ko listajo debele revije ali kataloge pri frizerjih in zdravnikih, a o tem ne razpravljajo naglas. Sploh ni potrebno iti v trgovino in dejansko pomeriti oblek ali povohati dišav, saj so sanje tako resnične, da je ženska želja (o kateri govori že Cowardova) potešena že, ko obrnejo novo stran v reviji.

Mnogi komentirajo take revije kot trivialne, kar ustvari kopico predsodkov in stereotipov, da so tudi ženske ki jih berejo neumne. Sicer pa tudi one same pravijo, da se sramujejo, da jih berejo, a jih neglede na to, redno kupujejo. Gre za ambivalentno mešanico užitka in tesnobe, ki jo ob prelistovanju revij občutijo. Tako čtivo vsebuje elemente odpora oz. simbolne zadovoljitve, obrača pa se na ženski užitek in željo, ponuja sanje o identiteti in užitkih, ki so pogosto onkraj tega, kar je družbeno mogoče ali sprejemljivo (Vendramin 2002: 78 in Wolf

1991: 70). Tudi tukaj lahko najdemo navdih in seveda številne konkretne nasvete, kako biti ali postati privlačna za moškega ali moža, kaj obleči, kaj reči, kako se gibati, kako ga vzburiti... Prav z nasveti, ki jih najdemo v še tako pogrošni reviji, lahko ženske dobijo kopico namigov kaj narediti, da bodo lepe, urejene, privlačne, da jih bodo moški opazili in mogoče celo pohvalili. Spet so obdane z nasveti in namigovanji, kakšne naj bodo in hkrati kakšna naj bo njihova vloga in naloga v družbi, sedaj že v najintimnejših trenutkih... Včasih so ženske revije gospodinjam ponujale nasvete, kako temeljito očistiti hišo in skuhati dobro kosilo, danes pa kako, biti lepa in privlačna. Polne so reklamnih oglasov za kozmetiko, oblek, čevljev, modnih dodatkov zanjo in zanj, saj bo lepa in privlačna le, če jih kupi. Bolj verjetno pa je, da jih bodo kupovale tiste ženske, ki so (seksualno) negotove, lačne in tiste z nizkim samospoštovanjem, ker si bodo bolj prizadevale biti lepe in privlačne (Wolf 1991: 65–66).

Ženske, ki berejo te revije in gledajo telenovele pa nikakor pa niso le pasivne žrtve medijskih podob, ampak se v njih aktivno prepoznavamo. Po eni strani jih te medijske reprezentacije privlačijo, saj v njih najdejo ugodje, po drugi pa jih čutijo kot grožnjo in podrejanje (Hrženjak 2002: 14). Ženske revije so usmerjene predvsem v konstrukcijo bralke kot estetskega spola, in ji nalagajo, da se nenehno ukvarja s svojimi lastnostmi in tujimi podobami, predvsem skozi vizualne in tekstualne diskurze. Te revije so medij, ki oblikujejo sodobno žensko, in z razpoznavnimi in stereotipnimi medijskimi teksti vplivajo na njeno razumevanje spolnosti, ženskosti in nenazadnje tudi moškosti. Vse, kar stori, je del njenega videza, ki jo konstituira kot žensko in hkrati oblikuje njeno žensko identiteto. Te publikacije pa tudi aktivno sodelujejo pri konstrukciji odnosa med spoloma in njunem pojavljanju v vsakdanjem življenju. Revije so torej neke vrste pazniki oz. nadzorniki, nemalokrat pa celo slaba vest, ki nas nenehno opozarjajo in opominjajo, naj manj jemo, več telovadimo, se sproščamo, počivamo in skrbimo za kožo, lase, telo... (Legan 2004: 111–115, 135). V sodobni kapitalistični družbi je ženska skozi ženske revije nadzorovana, podrejena in disciplinirana pri skrbi zase, pri negi svojega telesa, zdravja in lepote... V sodobni družbi imajo te funkcijo discipliniranja ženskega telesa in subjektivizacije za potrošniško družbo podob, značilnega modusa ženskosti (Hrženjak 2002: 20, 29).

6. NADZORUJEMO TELO, VODIMO MOŠKE: ŽENSKO TELO

Duša in telo sta dva različna koncepta, a hkrati pojasnujeta posameznika kot celoto, med seboj sta povezana in prepletena, nadzor nad enim pa hkrati pomeni discipliniranje drugega in obratno. Privlačnost nasprotnega spola izhaja iz drugačnosti moških in ženskih teles. Ker so ženske telesno manjše in drobnejše, jih bolj privlačijo močna in razkošnejša moška telesa, ki jim reprezentirajo temelj, stanovitnost in moč, lahko pa se jim moški zdi privlačen kot predstavnik nasprotnega spola in ga zato vidijo kot izzivalno drugačnega. Moške pa pri ženskah privlači milina, nedolžnost, majhnost... (Coward 1989: 203–204).

Ljudje smo telo in z njim tudi razpolagamo oz. ga imamo, le-to pa vse bolj postaja potrošniško blago, s katerim je prežeta sodobna množična kultura (Crossley 2005: 2, Primorac 2002: 39 in Šaver 2003: 356). Telo je močna simbolična forma, področje, kamor se lahko ugnezdijo centralna družbena pravila, hierahije in metafizične obveze kulture, ki nadomestijo njegov biološki manjko. Je pa tudi polje, na katerem posamezniki razvijajo določeno obliko habitusa in tako se oblikuje posebna govorica telesa (Krpč 2004: 111–113 in Bordo 2003: 165). Telo je stalno podvrženo spreminjanju in preko organizacij, raznih regulacij, ideologij in premikov v našem vsakdanjem življenju naše telo treniramo in oblikujemo (Bordo 2003: 165–166). Tako je telo biološka, materialna in fiziološka entiteta in objekt, s katerim lahko manipuliramo na različne načine, fetiš, ki se gleda, uporablja, spreminja in izboljšuje, oblikovano je v socialnih, kulturnih, historičnih in političnih kontekstih. Problem nastane, ko objektivizacija telesa postane primarni način doživljanja le-tega, takrat telo postane vir odtujenosti od občutkov in vseh vidikov, ki se upirajo nadzoru (Kuhar 2004: 9–10). (Pre)obremenjenost s telesom lahko privede do stresa samega telesa in človekove psihe, takrat pa sta vse odrekanje in skrb za telo zaman, saj ne uživamo več v negovanju in razvijanju le-tega.

6.1 Družbeni standardi in pričakovanja telesa

V zgodovini je ženskost veljala za nižjo obliko človeštva, ženske so predstavljale naravni, telesni pol dualizem, telo – duh, povezovali pa so jih s potencialno neukrotljivim telesom, ker naj bi ga usmerjali instinkti, goni, želje, emocije..., zato je njeno telo postalo stigmatizirano

(Kuhar 2004: 10). A telesa so bila vedno pomembna, neglede na to, kako so bila orisana in predstavljena v naturalističnem pomenu, vedno so bila videna kot receptorji ali generatorji družbenih pomenov (Shilling 1999: 76). V predmodernih družbah je bilo telo pomembna površina, na katerem se javno razkazuje znamenje družbenega in družinskega statusa, plemenske zveze in starosti, spola in religioznega stanu. Telo je bil pomemben vsesplošen cilj za javno rabo simbolov (okrasje, tetoviranje, skarifikacija...). V modernih družbah je razkazovanje telesa preko oblike, drže in kozmetike, odločilno za nakazovanje bogastva in življenjskega stila. Šele s postmodernistično kritiko racionalnega projekta je vprašanje telesa vrnjeno v zgodovinsko vprašanje kot razprava o odnosih med željo in razumom. (Turner 1993: 102–103). V postmoderni dobi je naše telo materialno akulturirano (podrejanje družbenim normam in habitualiziranim praksam ženskosti in moškosti), posredovano preko jezika (preko raznih metafor) in semantičnih omrežji (binarne opozicije moški/ženska...). Vse to organizira in animira našo percepcijo in izkušnje telesa, saj naše telo vedno razumemo glede na različne interpretativne sheme (Bordo 2003: 288–299).

Telo pa ima poleg oblikovanja posameznika še eno, nadvse pomembno razsežnost, in sicer je biološka struktura, na katero je mogoče gledati tudi kot na predmet (Krpič 2004: 121). V vsaki družbi pa je telo zajeto med različne oblasti, te pa mu nalagajo razne naloge, prisile, prepovedi, obveznosti. Telo je najprej razsežnost nadzora, ki se ga obdeluje v podrobnostih in na katerem se izvaja neopazna prisila. Hkrati pa je tudi predmet nadzora, ki implicira ekonomijo in učinkovitost gibov ter njihovo notranjo organizacijo. Nenazadnje pa je telo tudi modalnost, ki implicira stalno prisilo, ki nadzoruje procese dejavnosti. Vse te metode skupaj imenujemo *discipline*¹⁸. Discipliniranje pa je dvojno, saj ga po eni strani posamezniki izvajajo nad drugimi, po drugi strani pa mora posameznik najprej sam osvojiti določene spretnosti. Taka telesa je tudi lažje usmerjati in programirati, hkrati pa so disciplinirana telesa bolj zaželjena (Foucault 2004: 153).

Telo je avtonomno področje delovanja (Bourdieu 2002: 90), užitka in samoizražanja, in ker je danes videz zelo pomemben, se pričakuje, da je to lepo, popolno in seksualno privlačno, povezuje pa se ga s hedonizmom, lagodnostjo in razkazovanjem. Pozitivni atributi telesa so tako zdravje, mladost, lepota, seks in telovadba. Zahodni lepotni ideali postajajo zahtevnejši,

¹⁸ Disciplinske prakse in postopki so v 17. in 18. stoletju postali splošne formule gospodovanja. Niso temeljile več na razmerju prilaščanja telesa, a so kljub temu dosegle enake uporabne učinke. Svoj zgodovinski trenutek so dosegle, ko so postale umetnost človeškega telesa, ki meri na oblikovanje razmerja, zaradi katerega bo v istem mehanizmu tem uboglivejše, kolikor uporabnejše bo in obratno (Foucault 2004: 153–154).

zato se je vedno težje kosati s standardi in pričakovanji vitkega in popolnega telesa. Razni mediji ženske nenehno spodbujajo ali celo silijo, da se na vse pretege trudijo za vitko postavo (Franzoi in Klaiber 2007: 206). Modna in reklamna industrija sta moderatorja, ki narekujeta trende telesa, saj je prav oglaševanje v zadnjem desetletju izkoristilo izrazno moč telesa in njegov simbolni pomen (Featherstone 1991: 170–186). Negativna telesna samopodoba tako ni le problem posameznika, temveč postaja vse bolj pereč družbeni problem (Milek 2004: 27), saj z intenziviranjem norme vitkosti narašča nezadovoljstvo s svojim telesom, samozavračanje, posledično pa tudi večanje motenj hranjenja (Kuhar 2001: 115). To lahko povzroči depresijo, stigmatizacijo, stereotipiziranje, v skrajnih primerih pa lahko pride celo do samomora. To lahko vodi v propad pristnih družbenih odnosov, čustev in občutkov ljudi, posledično pa prihaja tudi do razdora družbe.

Posameznik s pomočjo telesa sporoča svoja notranja stanja in to pričakuje tudi od ostalih, prav zato je telo tudi neki indikator duševnega stanja posameznika (Krpič 2003: 177). Skozi telo odsevajo anomalije in protislovja zahodne družbe, zato je predpostavka o nadzoru telesa le mit. Vsaka doba in kultura oblikuje nove zahteve in ideale o telesu, modi in trendih. Za vsemi željami o obvladanju telesa, doseganju idealov, lepote in popolnosti pa se skriva želja po premaganju smrti. Telo je tista kritična točka, kjer se stikata družbeno in individualno (Milek 2004: 26), telo je istočasno nekaj najbolj intimnega, nekaj, kar je namenjeno le partnerju, in je stalno izpostavljeno javnosti. Tako kot so se skozi zgodovino spreminjali standardi telesa: od obilne do drobne postave, preščipnjene v pasu, in anoreksičnih manekenk, se je spreminjala tudi tortura telesa (ki se je dogajala predvsem v represivnih institucijah, kot so zapori, šole, samostani). To je v 19. stoletju nadomestilo treniranje oz. discipliniranje telesa, najprej v vojski, kasneje pa v športu in izobraževanju, represivne tehnike tako niso ukinjene, ampak le spremenjene (Foucault v Šaver 2003: 356, 361).

Vizualizacija vitkega telesa je tako postala ena najmočnejših strategij “normaliziranja” v našem stoletju, tako je vitko telo poglobilni telesni kriterij in standard današnje kulture (Bahovec 1996: 228–230). Želeni standardi videza in telesa so prisotni povsod, zato jih ženske ponotranjimo in inkorporiramo v strukturo svojega sebstva, zato bi zavračanje teh idealov pomenilo zavračanje lastne identitete oz. same sebe (Kuhar 2003: 863–864). Zato (velikokrat) družbeni in kulturni pritiski naredijo dekleta in ženske občutljive in ranljive za motnje hranjenja (bulimija in anoreksija). Seveda to ne pomeni, da vsa dekleta in vse ženske trpijo ali bodo trpele za temi boleznimi, a skupek vseh dejavnikov in vpliv modnih trendov

lahko povečajo tveganje (Bordo 2003: 51–52). Predvsem dekleta v adolescenci so zelo občutljiva in želijo biti podobna svojim vzornicam, kot so Britney Spears, Jessica Alba, znani dvojčici Mary Kate in Ashley Olsen... saj izgledajo privlačno, imajo lepe obleke in ne manjka jim prijateljev ali fantov. V naši družbi in kulturi se vse bolj poudarja pomen ženskosti in ženske lepote, kako pomembno je da telo discipliniramo in zanj skrbimo. Ker pa je hrane vedno več in se ji je težko upreti si dekleta pomagajo na drugačne načine. Zato še vedno ni povsem jasno ali sta anoreksija in bulimija boleznii ali je to le tipičen družbeni pojav, ki je bolj značilen za ženske (Pope in Hudson v Bordo 2003: 62, 52).

V prvi polovici 20. stoletja pridejo v modo vitka, a ne krhka telesa, kar se spremeni in zaostri takoj, ko na modno pisto stopi slavna Twiggy. Takrat je v zavest žensk iz delavskega razreda prišla ideja vitkosti kot ključ do svobodnega življenja, nekonvencionalnosti in uspeha. Vitka, čvrsta in prožna postava postane simbol ženske lepote. Sicer pa ženske nismo nikoli popolnoma zadovoljne s svojim videzom, nikoli ne dosežemo stanja, ki si ga želimo, ker se vedno najde kaj, kar je potrebno popraviti ali izboljšati. Pripravljene smo narediti marsikaj neumnega, samo da bi ugajale moškimi, druga drugo silimo v to, zato je *“ženska ženski največji sovražnik”* (Korošak 2004: 7–9).

6.2 “Ženska mora skrbeti zase!”

Kulturno okolje je prežeto s seksualno objektivizacijo, podvržene pa so ji predvsem ženske. Hkrati jih samo okolje sili, da nase gledajo kot na estetski objekt in pretirano ponotranijo odzive drugih na njihovo fizično podobo. Tako so podvržene pretiranemu poudarjanju in skrbi za lastni (lepi) videz (Ambwani in Strauss 2007: 13, Francoi in Klaiber 2007: 207). Feministke vidijo v lepotnih praksah zatiranje žensk, saj so te zanje sramotne, kljub temu pa se vsem ali vsaj številnim lepotnim normam tudi same podrejujejo (Kuhar 2003: 862).

Že od mladega nas učijo, da moramo vedno opazovati in nadzirati svoje telo, saj je pomembno, kako v družbi izgledamo. Prav družba je tista, ki standarde podaja, in tako ženska postane *“nekaj, kar se gleda”* (Bahovec 1996: 224–225; Francoi in Klaiber 2007: 206). Zato dekleta kažejo večji interes za svojo (zunanjo) podobo in so bolj dovzetna za mnenja drugih, zato so tudi kot odrasle ženske bolj odvisne od podpore in potrditve drugih. Njihovo mišljenje je vezano na neko osebo, v kateri vidijo stabilno in privlačno sliko same

sebe (Cooley v Šadl 1993: 640). Vsak dan nas poplavljaajo reklame za kreme, ki odpravljajo celulit, krepijo in lepšajo kožo, odpravljajo gube in gubice... Vedno več je raznih fitness centrov in različnih vadb, kot na primer aerobika, pilates, joga, meditacija, ki naj bi pomagale pri hujšanju in ohranitvi lepega telesa. Na reklamah za obleke, parfume, celo avtomobile so vedno pomanjkljivo oblečene manekenke, ki v nas vzbujajo slabo vest, medtem ko pri gledanju TV-ja grizljamo pokovko. Nenehna skrb za telo in videz definirajo žensko kot *“spol, razlikovan od norme, ki je moška”* (Legan 2004: 117) in ki ga stalno zaslišujejo in razlagajo. Kulturne in medijske forme¹⁹ pa žensko silijo k delu, s katerim bodo svoje telo približale kulturnemu idealu in tako vzpostavile, obnavljale in ohranjale želen družbeni položaj (Legan 2004: 117). Ženska je predstavljena kot spolno privlačen objekt kot mater ali kot (lepa in urejena) gospodinja. Njena funkcija je torej mnogodimenzionalna, taka pa je tudi ona sama kot bitje, ki je dejavno tudi zunaj doma, a je v množičnem komuniciranju skoraj izgubljena (Jogan 2001: 47). Take predstave in gledanje na žensko se še dodatno poudarjajo preko igre z Barbie, ki ima popolno telo in videz, zaradi česar uživa zavidljiv položaj v svetu igrač, posledično pa tudi v realnem svetu, saj ima popolnega fanta, popolno garderobo z najrazličnejšimi modnimi dodatki, hišo, bazen... Otroci se identificirajo s svojo najljubšo igračo in ker se večina punčk igra z Barbie, ta postane njihova vzornica, boginja, ki bi ji bile rade nekoč podobne (Norton et al. 1996: 287).

Statistični podatki krute realnosti pa kažejo, da kar 95% žensk ne more doseči idealnega telesa, oz. da ima le 1% žensk naravno popolna telesa. Idealno telo pa ni naravno dano ampak ga lahko dosežemo (Kuhar 2004: 42 in Norton et al. 1996: 290–292) z vadbo in nenehnim discipliniranjem in nadzorovanjem svojega telesa in volje, torej samega sebe kot celote. Kljub krutim in nič kaj spodbudnim statistikam se predvsem ženske vsak dan trudijo ustreči idealom. Živijo v pričakovanjih popolnosti, zato se nenehno ukvarjajo same s seboj. Žensko telo je nenehno podvrženo zunanjim vplivom in regulacijam, spremembam, *“napredku”*. Preko diete, lepotičenja, sledenja modnim smernicam... same sebe modificiramo, saj s tem odgovarjamo na zahteve in ideale družbe. Vsak predel našega telesa mora biti popoln od čvrstega telesa, do gladke in dišeče kože, brez celulita (Bordo 2003: 166, 189). A sedaj se

¹⁹ Že dva stara slovenska časopisa *Slovenec* in *Slovenski narod* (1900 – 1913) sta bila androcentrično naravnana podajala pa sta *“prave”* vzorce, ki so se razvijali v dve temeljni prevladujoči podobi: ženska – mati, ženska – zapeljivka, kjer se je poudarjalo lepo, mlado, privlačno in zapeljivo telo. Z industrializacijo in množično proizvodnjo se je na žensko gledalo kot na naravno spolno telesno bitje, uporabljalo pa se jo je predvsem v oglaševanju, kot pripomoček za trženje. Žensko se je na androcentrični način vključevalo v tržno ekonomijo, tako so se razširile meje razpolaganja z ženskim telesom: od reproduktivne vloge v zagotavljanju človeškega kapitala do posredno reproduktivne funkcije v oplojevanju čistega kapitala (Jogan 2001: 35–37).

sprašujem, če nismo morda lepotnih idealov postavile same in jih še stopnjujemo, da lahko še več časa porabimo zase. Sicer se nekatere ženske bolj lepotičijo kot druge, saj je to odvisno predvsem od časa in denarja, ki ga imamo na razpolago. Prepričana pa sem, da bi vse namenile več časa lepotičenju, če bi jim le čas in finance to dopuščali. Vedno govorimo, da smo od nenehnih skrbi zase utrujene in da je vse to tako strašno naporno. Toda zdrava pamet nam narekuje le eno vprašanje: *Zakaj?* Nihče nas ne sili v to, morda je to samo izgovor, ki ga rade uporabljamo, da upravičimo ljubezen do samih sebe in dejstvo, da se rade ukvarjamo same s seboj, saj je že Freud ugotovil, da s(m)o ženske bolj narcistične od moških. Res pa je, kar pravi Bordojeva, da na telesu puščamo “brazgotine” zahtev časa in družbe, ki kažejo na nenehno nepopolnost, nezadovoljnost, skratka na občutek, da nikoli ne bomo dovolj lepe in dobre (Bordo 2003: 166). Sicer pa je v naši naravi, da ure presedimo pred ogledalom, omaro, v kopalnici, v trgovinah in razmišljamo, kaj bomo dale nase, da bomo še lepše in privlačnejše. Saj so prav privlačna ženska telesa predstavljena “*kot ideali, kot privlačnost pogleda, ki je pomirjevalno prijeten*” (Coward 1989: 63). Prevladujoči vizualni ideal je vedno estetski in izraža prevladujoče vrednote seksualnega vedenja. V družbi se vedno postavlja ideale in pričakovanja, kako naj ženska izgleda, zato če v družbi velja za lepo, s svojim telesom izraža vrednote, ki obdajajo seksualno vedenje žensk v tistem “trenutku”. Tako poudarjanje videza žensk postane način in medij, kako se v družbi nadzira njihovo seksualnost (Coward 1989: 63).

Lepota je povezana s kopico pozitivnih socialnih in kognitivnih karakteristik, splošno prepričanje pa je, da imajo lepši ljudje boljše življenje, da so bolj uspešni, imajo več prijateljev, so bolj pametni... (Davis 1995: 42). Raziskave so pokazale, da moški in ženske z večjim samospoštovanjem projicirajo boljšo telesno samopodobo²⁰ in da imajo ženske z bornejšo postavbo manjšo samozavest, so bolj negotove, kar se odraža tudi v ljubezenskih razmerjih (Ambwani in Strauss 2007: 14, 19). Samozavest nas pripelje do uspeha in nam omogoči uresničiti želje in cilje, na kateremkoli področju, ta je ključnega pomena predvsem pri ženskah, saj je pogojena z njenim videzom (Kuhar 2003: 860). Želena teža dviguje samozaupanje, vzbuja zavist, spolno poželenje, hkrati pa daje občutek moralne superiornosti (Kuhar 2001: 117). V današnjem času, ki je prežet s konkurenco na vseh področjih, je nadvse pomembno, da se cenimo, se imamo rade in se sprejemamo take, kot smo.

²⁰ Subjektivno vrednotenje velikosti, teže, oblike telesa in drugih vidikov fizičnega videza, torej gre za percepcijo lastnega telesa. Implicira lastno mnenje, o svojem telesu in mnenje kako drugi vrednotijo in vidjo tvoje telo. To je psihološki fenomen in je kot tak odvisen od kulturnih in družbenih okoliščin, je izredno subjektivna, osebna, hkrati pa tudi dužbeno konstruirana izkušnja (Kuhar 2001: 116).

6.2.1 Skrb za zunanji videz

“Neglede na to, koliko plasti kreme si nanesemo ali kakorkoli hujšamo in vadimo, pa bomo skorajda vselej “zguba” v primerjavi s podobami, ki jih mediji predstavljajo kot idealne” (Kuhar 2004: 12). Prevladuje splošno mnenje, da se ženske lepotičijo za druge ženske, ker se med seboj nenehno ocenjujejo. Moški in ženske vedno dobro opazujejo pripadnike istega spola, kjer najdejo kup napak, v primerjavi s pripadniki nasprotnega spola, pri katerih najdejo manj stvari, ki bi jih motile (Beers 1973: 28). Mogoče ženska žensko res strožje pogleda in oceni kot moški, a vendar je skrb zase namenjena tudi pogledom moških in seveda sami sebi. Tako je ženska, ki ima daljše lase, ki nosi višje pete, šminko in čipkasto bluzo videna kot bolj ženstvena (Bordo 2003: 24). Prav lep videz je pot k dobremu počutju, hkrati pa tudi k poželjivim pogledom drugih žensk in seveda moških. Stresno, pomislijo slednji in tudi mnoge ženske, ki si za svoj videz ne vzamejo veliko časa, a vendar za tiste, ki uživajo v skrbi zase, ni lepšega od tekanja po trgovinah z oblekami, ličili in modnimi dodatki, potenja v fitnesu, napora pri pilatesu ali od bolečin pri kozmetičarki. Ličenje, oblačenje, obiski pri kozmetičarki, skratka lepotičenje nasploh je za ženske zabava in način izražanja njihove kreativnosti. A to je pri mnogih ženskah preraslo v obsesijo in potrebo prej kot sploh stopijo iz hiše, pa četudi morajo le do trgovine za vogalom. Danes je ženskam omogočeno, da spreminjajo videz: pričesko, telo, barvo oči... vse le, da bi bile bolj privlačne (Bordo 2003: 253). Lepota oz. samo sledenje modnim smernicam pa je le iluzija, ki ženskam pomaga, da obvladujejo svoje telo in okolico, ki jim postavlja ideale in zahteve. Ko ni bilo dovolj hrane, so bila moderna obilnejša telesa, danes ko imamo tolikšen presežek kalorij, pa se propagira suhe postave. Enako je z zagorelo kožo, nekoč je bila bela koža dokaz plemiškega rodu, saj so bili zagoreli le kmetje, ki so cele dneve delali na polju, plemiški rod pa je le posedal v senci ali varno skrit pred soncem/delom za grajskimi zidovi. Danes je zagorelost lepotni ideal, še bolj pa sedaj, ko sonce velja za škodljivo in se ga mnogo žensk izogiba. Modne zahteve so vedno nasprotno dejanskemu stanju v družbi. *Naključje?!* S tem so popolni lepotni ideali množici nedosegljivi, privoščijo si jih lahko le zvezdniki, ki so zanje pripravljeni veliko plačati. Lepotni ideali so tako le fantazija, ki jo industrija širi, da bogati na račun propagiranja nedosegljivega, gre torej za učinek “*cesarjevih novih oblačil*”, če si lahko sposodim naslov Andersenove pravljice. Tako kot sam življenjski slog nosilcev (politične) oblasti prispeva k oblasti, ki neki slog omogoča in propagira, tako je tudi v modni in kozmetični industriji. Vladajoči razredi lahko vsilijo množici lestvico izbir, ki je seveda najbolj naklonjena

njihovim proizvodom (Bourdieu 2002: 243). S tem se spodbuja in poudarja družbene razlike med posamezniki in njihov standard v družbi, saj si višji sloji lahko privoščijo zadovoljevanje modnih muh, neglede na ceno, ki jo je za to potrebno plačati. Tudi telo pomembno vpliva na oblikovanje in spodbujanje socialnih (tudi kulturnih) razlik, saj lahko odraža način življenja posameznika (Shilling 1999: 88). Telo je sredstvo, s katerim izražamo, koliko se cenimo. Skrb za telo in discipliniranje le-tega, kar skupaj imenujemo fizični kapital, je velikokrat povezana z družbeno slojevitostjo, saj imajo višji sloji, večinoma, popolnoma drugačen odnos do telesa kot nižji. To je razvidno predvsem pri VIP-ovcih, ki so nenehno na očeh javnosti in v stalnem stiku z ljudmi, zato tudi več dajo nase in so načeloma v boljši fizični formi.

Ko gledamo modne revije, filme, nadaljevanke, razne oddaje in videospote, kjer kraljujejo vitke, visoke, lepe in popolne ženske, pogosto zapademo v fantaziranje in takrat je naš edini prijatelj *mit o lepoti*. Ne zavedamo pa se, da je prav ta prijatelj hkrati naš najhujši sovražnik in slepilo, ki nas lahko pahne v depresijo in sovražen odnos do samih sebe. Wolfov mit o lepoti implicira predpostavko, da *lepota* dejansko obstaja kot objekt in neka univerzalnost. Ženske si jo nujno morajo želeti utelešati, moški pa si morajo želeti žensk, ki si te lepote želijo. Utelesitev te lepote je imperativna le za ženske, močni in postavni moški pa se bojujejo za lepe, vitke ženske, ki so bolj uspešne kot tiste, ki to niso (Wolf 1991: 12). Čeprav na tej točki Wolfova zaključuje, da je mit zlagan in kot tak le najboljša laž in orožje za moško dominacijo, sama menim, da je orožje tudi za ženske. Taki in podobni miti so tako močno zasidrani v mišljenju, mogoče celo v podzavesti žensk, da smo jih ponotranjile in se navadile z njimi živeti, postali so hrana za našo dušo, želja in cilj, h kateremu težimo.

6.2.2 Skrb za telo

V zahodni kulturi analiziramo vsak delček ženskega telesa, ga klasificiramo in poskušamo izboljšati. Gre za poseben tretma, ki pri ženskah traja od pubertete do konca življenja, pri tem pa porabimo ogromno časa, denarja in energije, da svoje telo obdelujemo in izpopolnujemo. Prednost pri tem je, da ženska ni več omejena le na zasebno sfero, dom, gospodinjstvo in materinstvo, nima več le vloge žene, matere in ljubice, ampak ima aktivno in izredno pomembno vlogo: skrb zase, za svoj videz in svoje telo (Hrženjak 2002: 24, 29). Tako se

uresniči kot Ženska in postane popolna, njen partner jo obožuje in komaj čaka večer, da jo vidi.

Zaradi zahtev in idealov zahodnega sveta telesa ne dojemamo več kot entiteto, ki bi se jo morali naučiti sprejemati, pač pa radi verjamemo, da ga lahko preoblikujemo po lastni volji, čeprav to hkrati ostaja le mit. Največji pomen in vrednost se daje telesu kot estetskemu in seksualnemu objektu, ki je namenjen užitku in zabavi, hkrati pa so telesne oblike tudi zunanja indikacija duševnega, emocionalnega in moralnega stanja posameznika. Estetska vrednost in etična konotacija se prepletata, temeljni princip estetike v sodobni družbi je enačenje dobrega telesa z dobro osebo. Debelo in mlahavo telo danes velja za odraz notranjega propadanja in neuspeha. Svoje telo nenehno primerjamo z idealnimi podobami, ki jih mediji vsak dan propagirajo, predvsem ženske se pogosto čutimo nepopolne in nezadovoljne s svojim telesom, vse to neskladje med realnim in idealnim telesom pa vodi ljudi v nezadovoljstvo (Kuhar 2004: 11–12, 43). Zaradi številnih supermodelov s popolnimi telesi in obrazi, ki nas dnevno spremljajo povsod pa s(m)o nase in na svoje telo začele gledati od zunaj. Postalo je spektakel (Kuhar 2001: 117). Želja po popolnem telesu že presega lastno željo po lepoti, saj je to ideal, ki nam je vsiljen od zunaj in ga moramo za vsako ceno doseči (Štular 1998: 445).

V današnji družbi sta samoocena in samospoštovanje (telesa) zelo pomembni. V veliki meri sta odvisni od soljudi, družbe, kulture, časa, prostora, skratka vsega, kar nas obdaja. Za ocenjevanje nečesa pa vedno potrebujemo neki model oz. vzorec, zato se ljudje pri samoocenjevanju primerjamo z drugimi. Primerjanje lastnega telesa z drugimi je navadno spontano, z minimalnim kognitivnim trudom, ponavadi pa se primerjamo s sebi podobnimi, saj so tako pridobljene informacije relevantnejše za vrednotenje lastnega telesa (Franzoi in Klaiber 2007: 205). Imeti lepo postavo se enači z *“imeti se v oblasti”* (Bahovec 1996: 228). *Že res, da je drobno telo privlačno, zapeljivo in vsekakor lepše kot odvečni kilograme in “špeh”.* *A koliko je vredna popolna postava, ko nam to postane edini cilj v življenju?* Težave nastanejo, ko se začnemo preveč gnati v fitnesu ali na trim stezi in ko samo še preštevamo kalorije, ne uživamo več pri prehrani in samo čakamo, kdaj bo tehtnica pokazala, koliko smo shujšali. Pretirana skrb za popolno postavo lahko preraste v obsesijo s svojim telesom in videzom, lahko povzroči hiranje in izstradanje telesa, v ekstremnih primerih tudi smrt. Pogoste so tudi psihične motnje, kot na primer stres, občutki sramu in krivde, depresija, izoliranje od družbe, frigidnost... (Freedman v Davis 1995: 42). Predvsem ženske so podvržene raznim motnjam hranjenja, da bi tako “uravnale” svojo telesno težo in izpopolnile

telo. Vitkost je metafora za samokontrolo in kontrolo želja (poželenja, ki se lahko nanaša na hrano, droge, kupovanje...), prav nadzor pa je v zahodni kulturi moška značilnost (Bordo 2003: 205). Torej smo ženske dvakrat nadzorovane: s strani moških, ko moramo skrbeti za popoln videz in ko zanj skrbimo tako, da discipliniramo sebe in svoje telo.

6.3 Skrb za telo in refleksivne telesne tehnike (RTT)

Načini skrbi za telo in uporabljanje le-tega v različnih družbah Mauss imenuje *telesne tehnike*²¹. Vsaka telesna, nenazadnje pa tudi miselna ali družbena tehnika je del (u)človečenja in socializacije, torej t.i. naravno pri človeku ne obstaja (Mauss 1996: 203), saj se človek vsega nauči s posnemanjem, opazovanjem in identificiranjem z drugimi. Hkrati pa Mauss RTT povezuje s habitusom, zato so telesne tehnike tudi načini učlovečenja in obstajajo kot način življenja. So družbeni pojav, širijo se v kolektivnem smislu kot posledica interakcije, nimajo pa vsi posamezniki v kolektivu enakega dostopa do njih (Mauss v Crossley 2005: 4–9). Posamezniki torej že v rani mladosti osvojijo specifično kulturo telesnega obnašanja, ki se lahko sčasoma spreminja, vendar le minimalno. Posameznik se navadno kultiviranja in socializiranja telesa ne zaveda, ker je globoko zakoreninjeno v njegovem telesu in ker je njegovo delovanje telesa usmerjeno v okolje oz. prostor preko percepcije (Krpič 2003: 176). Telo pa je pri telesnih tehnikah človekov prvi in najbolj naravni tehnični predmet oz. tehnično sredstvo (Mauss 1996: 211). Prav družba pa je tista, ki generira specifične telesne tehnike, ki prevladujejo nad čustvi in nezavednim. Vse, kar posameznik počne, in načini kako to počne, je družbeno pogojeno in odvisno od socializacije, in zato tudi od kulture katere člani smo (Mauss v Crossley 2005: 7). Telesne tehnike pa zavzemajo tudi psihološko dimenzijo, saj lahko neka specifična telesna tehnika, kot je na primer način hoje, stimulira naše čustveno stanje oz. čustva (Sartre in Merleau-Ponty v Crossley 2005: 8).

Crossley meni, da je namen telesnih tehnik, da jih uporabljamo za modificiranje, ohranjanje ali tematiziranje telesa na različne načine, niso pa vse enakomerno razporejene v neki družbi, saj se nekatere tehnike izpostavlja, druge pa potiska v ozadje. Primeri telesnih tehnik so friziranje, masaže, lepotna kirurgija, zobna nega, lepotičenje, telovadba, tek, načini hoje, oblačenje... Te se med seboj povezujejo in navezujejo ter predstavljajo niz dnevnih praks, ki

²¹ Mauss s tem izrazom razume načine kako ljudje v različnih družbah tradicionalno uporabljajo svoje telo, saj ima vsaka družba navade, ki so značilno njene. Tehniko vidi kot tradicionalno učinkovito dejanje, zato prenašanja le-te ne more biti, če ni tradicije (Mauss 1996: 205, 210).

se nenehno ponavljajo in združujejo v mesečne rituale. Sicer pa se pri RTT uporablja tudi proces, preko katerega se oblikujejo nekateri deli našega sebstva, preko pomenov RTT pa se naučimo konstituirati sebe zase, torej gre tudi za praktičnost. Naučimo se igrati vloge drugega v odnosu do sebe, na primer prevzemamo vlogo svojih staršev, ki so nekoč skrbeli za nas na poseben način (Crossley 2005: 9–14, 31).

Telesne tehnike so tako del vsakdanjega rituala posameznika, seveda pa so odvisne tudi od okolja in kulture, v katerih posameznik živi. Zmotno pa prebivalci razvitega sveta včasih mislimo, da so RTT značilne samo za razviti svet. Pojavile so se namreč že veliko prej, in sicer že v obdobju, ki ga Foucault imenuje cesarsko obdobje. Takrat se je razvila t.i. *kultura samega sebe*, za katero so značilni okrepljeni in visoko vrednoteni odnosi posameznika do samega sebe. V resnici gre za starejšo prakso, ki se je prenesla še iz Rimskih časov, v temelju pa gre za idejo, da se je treba posvetiti samemu sebi oz. skrbeti sam zase. To idejo je najprej prevzel Sokrat, nato pa še kasnejša filozofija in jo postavila v središče umetnosti življenja, nato pa se je oblikovala v kulturo samega sebe. To načelo je postopoma postalo splošno pomembno, saj je s to idejo prepleteno celotno naše življenje. Glavni problem le-te je, kako v dnevu ali letu določiti delež časa, ki ga je treba nameniti ukvarjanju s samim seboj, kamor spada nega telesa, zdravstveni režimi, zmerne telesne vaje, usmerjena zadovoljitev potreb, premišljevanje, branje, zapiski o prebranih knjigah, slišanih razgovorih, obujanje spomina na resnice, ki jih poznamo, pogovori s prijatelji... (Foucault 1993: 31–32, 36–37). Torej kultura samega sebe in skrb zase implicirata veliko več, kot pa le nečimrnost, kar danes zmotno mislimo.

6.3.1 Lepotna kirurgija kot primer RTT

Kot posebna oblika telesne tehnike je prav lepotna kirurgija, ki postaja vedno pomembnejši in hitro rastoči fenomen moderne družbe. Lepotna kirurgija je še vedno stigmatizirana in kljub temu da je že popularen fenomen in da se zanjo odloča vse več ljudi, tudi v Sloveniji, ostaja pogovor, predvsem pa odločitev za lepotno kirurgijo tabu tema. Posamezniki raje ne govorijo o tem, da bi šli ali da so šli na lepotno operacijo. Lepota, mladost, popolnost, zdravje je le nekaj atributov, ki so postali vrlina za današnji čas, propagirajo se kjerkoli, za kogarkoli, neglede na leta. *Zakaj je potem lepotna kirurgija tabu in vzbuja predsodke v družbi?* Mnogi mislijo, da jih manjše lepotne napake, kot so velika ali štrleča ušesa, majne ustnice,

premajhne ali prevelike prsi, velik ali kljukast nos in razna znamenja, ovirajo v vsakdanjem življenju, delu, sklepanju prijateljstev, partnerskih zvez, na poklicnem področju... In čeprav se nam to na prvi pogled zdi še tako nemogoče ali celo neumno, je veliko ljudi, predvsem žensk, ki so lahko depresivne prav zaradi takih minimalnih lepotnih napak. Predvsem v puberteti je to lahko velik problem in nemalokrat celo vir težav na vseh drugih otrokovih področjih.

Dietična industrija in skrb za kožo so postali kulturni cenzorji ženskega in intelektualnega prostora in zaradi njihovega pritiska je veselo gospodinjo zamenjala mlajša ženska, ki naj bi ponazarjala uspešno žensko in njeno življenje. Strah pred staranjem, neprillačnostjo, celo grdoto ženske vedno bolj razjeda, omejuje našo svobodo in prinaša psihične motnje in obsedenost z videzom. Kozmetična kirurgija je tako poleg kozmetične in dietne industrije od 80. let dalje postala eno najhitreje rastočih področij v lepotnem sistemu (Wolf 1991: 11 in Bordo 2003: 246), znesek zaslužka pa se letno povečuje za več kot 10%. Lepotne operacije kot jih poznamo danes, so v vzponu šele od sredine 20. stoletja, zato je sčasoma ta postala množičen in popularen fenomen (Kuhar 2004: 114). Kozmetična kirurgija je kulturni produkt modernosti in potrošniške kulture, ki na telo gleda kot na sredstvo samoizražanja (Davis 1995: 17). Predvsem posamezniki z motnjo telesne dismorfofobije²² se odločajo za kirurške posege, saj naj bi sprememba kritičnega predela na njihovem telesu pripomogla k odnosom z drugimi, posledično pa naj bi se zato dvignila njihova samozavest in samovrednotenje (Krpčič 2003: 178). Ženske se sicer za lepотно kirurgijo (posebno za povečanje prsi) odločajo, ker jim tako narekujejo modni in družbeni standardi, pa tudi zato, ker menijo, da bodo tako naredile vtis na moškega, ki bi lahko bil bodoči partner, delodajalec... Menijo, da bodo tako bolj samozavestne, uspešne, zaželjene, ljubljene (Bordo 2003: 20). Zanimivo je, da se veliko posegov opravi na telesih, ki ustrezajo prevladujočim družbenim estetskim standardom, k čemur so pripomogli množični mediji. Hkrati pa so pripomogli tudi k večanju števila lepotnih posegov ter h samemu vrednotenju le-teh v družbi. Večina žensk, ki se odloča za lepotne operacije, ima za seboj zgodovino trpljenja zaradi telesa, ki se jim je zdelo nesprejemljivo, drugačno, nenormalno... Pri kozmetični kirurgiji gre za vprašanje identitete, ki si jo želijo preko operacije ponovno ustvariti, torej gre za globlje razloge, kot so le nečimrnost ali hipohondrija (Kuhar 2004: 114–117 in Wolf 1991: 11).

²² Stanje posameznika, ki je globoko prepričan o grdem izgledu svojega telesa, zaradi tega doživlja mučne psihične travme (Gilman v Krpčič 2003: 179).

Obstajajo številni kirurški posegi, ki jih lahko “koristimo” vsak dan, in čeprav so se nekoč izvajali le v tujini, je danes na spletu mogoče najti raznovrstne ponudbe klinik ali kirurgov. Posamezniki lahko korigirajo praktično vse na svojem telesu, od lepotne korekcije nosu, korekcije ušes, očesnih vek, ustnic, maščobe visečega trebuha – abderoplastika, liposukcija, povečanje, zmanjševanje ali dvigovanje povešenih prsi, lifting obraza in čela, korekcije obraza in gub, kemični peelings, botox, aquamidom, hylaform kislino do zmanjševanja prsi pri moških²³. Sicer pa so na voljo tudi razni posegi z laserjem, ki so, vsaj navidezno, bolj enostavni, saj se v tem primeru ne uporablja skalpela. Primer je lasersko pomlajevanje celotnega ali dela obraza, laserska odstranitev nenevarnih sprememb na obrazu in po telesu (fibromi, bradavice, izrastki, starostne odebelitve kože...), odstranjevanje gub okrog ust, oči, odstranjevanje kožnih sprememb po aknah, brazgotinah, pegah, odstranjevanje žilnih sprememb – teleangiektazij²⁴... Seveda je potrebno za vse to odšteti precej denarja, ki pa se ne more meriti s kasnejšim rezultatom in izgledom po operaciji.

Lepota, mladost in popolnost pa niso edini rezultati in spremljevalci lepotne kirurgije in plastičnih operacij, saj je konstantno prisotno tudi tveganje, da operacija ne bo uspela. Niso redki primeri neuspešnih operacij, ki so iznakazili obraze ali telesa žensk, ki so bile že pred posegom dovolj lepe, da jim ne bi bili potrebni popravki. Ker pa se niso sprijaznile s svojim videzom, so morale na serijo naknadnih tveganih operacij, da so jim popravili otrdele prsi, iznakažene ustnice, podkožne živce... Kot izgleda, so ženske pripravljene potrpeti še mnogo več, kot nekoč, ko so si zatesnjevale steznik, povijale stopala, nosile visoke pete in pretirano oprijete kavbojke. Očitno mukam še ni in ne bo videti konca, saj so standardi vedno bolj zahtevni in neizprosni, kar se tiče izgleda žensk. Kljub bolečinam, denarju in tveganju smo pripravljene iti pod nož, da bomo le ustrezale zahtevam, idealom in željam moških. Sicer pa je to, da se lepotičimo, ker od nas tako želijo in zahtevajo moški, pogosto le izgovor, saj bi bile tudi ženske same rade lepe, želijo si biti popolne, privlačne, zaželjene. Investiranje v telo in videz je le del novih artikulacij subjekta, specifične telesne tehnike pa so le plod družbene konstrukcije (Šaver 2003: 361).

V moderni dobi se predvsem ženske zanimajo za lepotno kirurgijo, ni pa bilo vedno tako, saj so včasih tudi moški posegali po tem (Davis 1995: 40). Danes prevladuje mnenje, da si ženske ne morejo privoščiti pomanjkljivosti na svojem telesu, medtem ko naj bi bilo moškim

²³ Spletni vir: Tončič 2006a

²⁴ Spletni vir: Tončič 2006b

dovoljeno razkošje brezskrbnosti (Franzoi in Klaiber 2007: 208). Sicer pa je to bolj stereotip, ki velja predvsem za mlajše ženske, a tudi moški vedno bolj priznavajo pomen zunanjega videza in preko svojega negovanega in discipliniranega telesa okolici sporočajo, da se pod razkošnimi mišicami skriva izjemno inteligenten, poslovno kompetenten in skrben moški. Seveda to nikakor ne pomeni, da moški do danes niso skrbeli za svoje telo in da jim je bilo vseeno, kako izgledajo. To so počeli na drugačne načine. Od vedno se moškega označuje kot aktivni spol, tako je tudi z njegovim telesom, ki je racionalno, aktivno in nagnjeno k avtoritarizmu (Krpč 2003: 180). Čeprav je dolgo veljalo, da so le ženske estetski spol, ki se gleda, opazuje in obožuje, se je tako mišljenje preselilo tudi v moško sfero. Zato so se tudi oni začeli odločati za lepotno kirurgijo, saj so se začeli zavedati, da morajo tudi sami skrbeti za svoj videz, tako je vedno več moških, ki se odločajo za plastične operacije (Holliday in Cairnie 2007: 68). Ti so še vedno redki (približno 10%),²⁵ najpogostejši so posegi zaradi plešavosti, nosov, ušes, odločajo pa se tudi za lifting, liposukcijo ali zmanjševanje prsi. Tudi ženske rade pogledamo lepega moškega, s postavo, ki spominja na bodi builderja, ki nas je sposoben obvarovati pred vsako nevarnostjo, poleg tega pa njegovo negovano telo asociramo s skrbnostjo, doslednostjo, zanesljivostjo... skratka z atributi, ki jih pri moškem iščemo.

²⁵ Spletni vir: Fabjan 2005

7. LEPA ŽENSKA DOBREGA MOŠKEGA NAJDE: ŽENSKA IN MODA

Biti moderen pomeni sprejemanje prevladujočih (in stalno spreminjajočih se) idealov, od katerih so ženske bolj odvisne kot moški (Coward 1989: 17). Komaj čakamo modne revije, ki napovedujejo nove kolekcije, da lahko stečemo k omari in pregledamo, kaj bo še uporabno in kaj ne, da se lahko pripravimo za novo tekanje po trgovinah, ki je tako fantastično. V trgovinah lahko opazimo ženske, kako svojim spremljevalcem kažejo obleke, ki jih ti z odtujenostjo gledajo in zdolgočaseno prikimavajo.

Etični in estetski standardi modne industrije se nenehno spreminjajo in dopolnjujejo. Vsako sezono se menjajo modeli, barve, dolžine oblek, vzorci..., zato se nam velikokrat zdi, da modnim trendom nikakor ne moremo slediti, še posebej finančno. Malokdo vodi osebno evidenco, koliko porabi za obleko, obutev in dodatke, ki nam dnevno pomagajo, da smo lepi in urejeni. Zaslужek, samo kozmetične industrije se ocenjuje na 130 milijard dolarjev letno, konstantno pa se povečuje za 2% na leto, pričakovana pa je še večja rast.

7.1 Moda in modni trendi ter družba in družbene vloge

Moda²⁶ označuje vsakokratni časovni krog in okus pri najrazličnejših predmetih vsakdanje uporabe (O' Hara 1994: 152 in Sias 1997: 202). Moda je del kulture, zato jo je potrebno proučevati v okviru kulture, ljudje pa se za modo zanimamo toliko kot za svet, v katerem živimo. Med modo in kulturo se je vzpostavil poseben odnos: kultura deluje na modo. Fenomen mode pa se razprostira na širokem kulturnem in umetniškem področju (Todorović 1980: 7). Moda deluje kot način akulturacije, znotraj katere imamo številne kode vedenja in ceremonialnih pravil ter socialnih pozicij (Craik v Gilbert 2000: 11). Čeprav moda izgleda naključna in svobodna, je neka oblika družbenosti, saj ljudem podaja shemo, preko katere se lahko posameznik nedvoumno povezuje s skupnostjo (Simmel v Bovone 1997: 13). Moda posnema dane vzorce, zadovoljuje potrebo po socialni opori, hkrati pa tudi potrebe po različnosti in težnje po diferenciaciji in izstopanju (Simmel 1998: 243). Izbir mode in modnega trenda je le način razmisleka o samem sebi, s tem pustimo prosto pot domišljiji in vlogam, ki so manj očitne. Moda je lahko način za harmoniziranje lastne ambivalentnosti, saj tudi kdor ji ne sledi, ima svoj izgled, za katerega skrbi in ga propagira. Prav to pa je njena

²⁶ *Modus* (lat.) – način (O' Hara 1994: 152 in Sias 1997: 202).

posebnost, zato nikoli ni absolutna in je način oz. pot za identificiranje samega sebe, je socialna praksa ali kulturni laboratorij. Moda je globalna, fragmentirana, reflektivna in eksperimentalna ter tolerantna in začasna. Tako kot postmoderna kultura, ki poskuša zabrisati meje ločitve med prevladujočo in alternativno kulturo ter med visoko in nizko kulturo, koncept pasivne kulture za množice poskuša nadomestiti z aktivno popularno kulturo. Prav zato gre tu za ločevanje visoke mode od mode za množice (Bovone 1997: 13–16). Hkrati je razredno določena, oblikujejo jo višji sloji oz. elite, ki jo opustijo v hipu, ko si jo prisvoji nižji sloj, in takrat začne oblikovati nov modni trend, s tem pa se oddaljuje od ljudskih množic. Zato je moda proizvod razrednega ločevanja z dvema funkcijama, določen krog povezuje in ga hkrati ločuje od drugih. Njeno bistvo je tudi, da si jo vedno lasti le del (elitne) skupine, v trenutku ko je prilaščena, se ne imenuje več *moda* (Simmel 1998: 243–224, 247).

Vse, kar lahko povemo o modi, lahko povemo z modo. Ta sama sebe obnavlja, da vse, kar gre iz mode, ponovno naredi modno. Vedno posega po starejših oblikah, na videz pa lahko vase, *in abstracto*, sprejme vsako poljubno vsebino (Simmel 1998: 258). A modna industrija oblikuje trende na tak način, da *retro look* ni nikoli le gola kopija prejšnjega, saj so nove kolekcije vedno brikolaž starega v novem izgledu, kombinacija različnih stilov, sezon in obdobj (Calefato 2004: 124). Tako je modi in modni industriji zagotovljeno, da se bo obračala in prinašala denar, saj si ne sme privoščiti, da bi lahko oblekli kavbojke izpred petih let, ker bi bila v izgubi. In ker so predvsem ženske rade oblečene po zadnji modi in ker je obleka orožje za zapeljevanje, v njihovi garderobi ne sme manjkati vsaj nekaj kosov nove garderobe za vsako sezono.

Moda je tudi izziv našemu telesu in razkriva obsedenost zahodnega sveta z ženskim telesom, kar se kaže na manekenkah. Mnoge ženske bi si želele biti model ali manekenke, saj zanje menijo, da so ideal ženske, ki so hkrati lepe, vsemogočne, bogate in podjetne (Calefato 2004: 74). In ker je njihova popularnost družbeno konstruirana in ker so predstavljene kot ideal, popolnost in celo neka večnost, so popularne le v nekem obdobju in zato tudi zamenljive (Majerhold 1999: 13–14). Če so manekenke kot ženska z idealnim telesom in popolno lepoto zamenljive, kaj bi lahko rekli o vsakdanjih ženskah, ki poskušamo te ideale doseči oz. uresničiti. Prav slednje nam lahko služi za odkritje resnice o popolnosti telesa in videza nasploh: popolnost ne obstaja. Poleg tega je popolnost dolgočasna, kateri moški si želi popolno žensko, ki ni nikoli slabe volje, ki vse idealno postori, nikoli ne joka in je vedno nasmejana? Ali pa tako, ki ima popolno telo, brez kančka (mehkega) “špehca” ali celulita, ki

vedno izgleda popolno tudi zjutraj, ko se ob njej prebudi. Ob takih idealih bi se ta počutil manjvrednega in počasi bi zasovražil popolno partnerico in tako ji vsa popolnost in lepota ne bi več pomagali. S tem bi tudi zgrešila svoj cilj: omrežiti moškega, za katerega se sploh lepotiči.

Živimo v stalnem strahu pred starostjo, grdoto in debelostjo. Naše skrbi se nenehno vrtijo prav okoli modnih trendov, prepletenih z estetiko in etiko mode. Številne raziskave kažejo, da se ženske oblačijo za ženske, da med seboj tekmujejo. A mislim, da ni tako, saj vsaka ženska želi ugajati tudi moškemu. *“Tista, ki bo lepša, privlačnejša in samozavestnejša, bo dobila boljšega moškega, takih pa ni veliko!”* je klasično mišljenje žensk. In čeprav je to na prvi pogled plehko in otročje, se jih veliko trpinči s takimi mislimi. Prav oglaševanje je tisto, ki skozi podobe virtualnih teles postavlja estetska merila (Milek 2004: 26). Dnevno se (pre)oblačimo, da bi telo zastrli, hkrati pa so dekolteji vse večji, mini krila vse krajša, pete vse višje, majice vse bolj oprijete. Kot da to ni dovolj, se opremimo še z nakitom, nadišavimo in naličimo, da nas vsi lahko opazijo. *Zakaj se potem sploh trudimo z oblačenjem (zastiranjem), ko pa si v resnici želimo le eno, da bi nas moški sláčili s pogledom?* Rade se razkazujemo in šarmiramo, kot pravi Milekova: *“telo je tisto, ki je postavljeno na ogled, skozi telo se kažemo svetu, z njim ustvarjamo fantazije moči, poželenja”* (Milek 2004: 26).

7.1.1 Moda in obleka kot samopredstavitev, imitacija, integracija in diferenciacija

S Simmelom se začne modo interpretirati kot fenomen, preko katerega se posameznik integrira v skupino in družbo, ker je to njegova potreba, družba pa ga sprejeme in mu zagotovi mesto, s tem pa tudi neko določeno socialno identiteto. Na drugi strani pa posameznik preko mode poskuša potrditi lastno individualnost, neglede na predpise in pričakovanja družbenih vlog (Piccoli 1997: 139). Goffman modo opredeljuje kot možnost oddaljitve od vlog, ki jih človek vsak dan prevzema in opravlja, da lahko opravlja tudi druge vloge (Goffman v Bovone 1997: 13).

Posameznik ima željo po istovetenju z nekom, ki ga vidi kot vzornika pri oblačenju in lepotičenju, saj meni, da ima ta oseba stil ali mu je preprosto všeč. Bistvo pri modi (in oblačenju) je posnemanje, to je torišče za posameznike, ki so notranje nesamostojni in potrebujejo oporo, njihova zavest pa potrebuje poudarjanje, pozornost in posebnost. Tako

moda dopolnjuje nepomembnost in nesposobnost osebe, da bi svoj obstoj individualizirala le iz sebe in mu omogoča pripadnost nekemu krogu, ki ga zaznamuje in povzdiguje (Simmel 1998: 242, 249, 252). Skozi igro mode se preoblačimo (zakrinkujemo) v drugega, ne da bi pri tem izgubili svojo identiteto. Carter meni, da gre tu preprosto za novo svobodo (Carter v Todorović 1980: 163). Vsi potrebujemo, da nekam/nekomu pripadamo in da se z nekom identificiramo in nenazadnje, da se od nekoga ločimo, če ne drugače, po obleki. Moda je imitacija že podanega modela, s katerim poteši željo posameznikov po pripadanju, hkrati pa po ločevanju od ostalih (Sias 1997: 204). Ko se oblačimo, gre torej za komplementarni in sočasni protislovji: (Ni)sem nekdo.

Mimikrija, ki jo z oblačenjem in lepoticenjem izvajamo, nam služi, da smo privlačne, seksi, lepe, popolne, ker se kot take želimo kazati svojim partnerjem ali vsem moškim nasploh, nenazadnje pa tudi sebi. Želimo si biti ogledovane, želimo si biti oboževane in zaželjene, pri tem pa nam pomaga prav obleka. Moda in oblačenje sta načina, kako se ženska (posameznik) kaže in s tem konstruira, reproducira in signalizira ženstvenost (Bernard 2005: 160). Obleka je jezik oz. neverbalni sistem komunikacije, medtem ko je oblačenje manifestacija intimnih misli. Vsaka ženska ima tako svoj lasten sistem govora, sporočanja etične in politične prepričanosti, lasten življenjski stil, ekonomski in družbeni položaj, skratka vse kar tvori njeno osebnost in umestitev v družbo (Skumavc 2002: 115). Seveda pa je ta diverzifikacija družbeno pogojena, v radikalnejših družbah pa celo omejena. Obleka je način samopredstavitve (Sias 1997: 205), lahko pa je tudi sanjarjenje ali celo neke vrste utopija. Barve, model, material... vse to je lahko pokazatelj, o čem ljudje sanjamo in kaj si želimo. Lahko pa je tudi neki kulturni predmet, tako lahko posameznik s pomočjo oblačila posreduje nek dogodek na površini telesa, ne da bi ga pri tem namenoma želel spremeniti. A želja po neposredni artikulaciji dogodka na površini posameznikovega telesa preko oblačenja, je le trik, iluzija, saj se pri tem neposrednost opazovalca tega dogodka izgubi (Krpč 2003: 178). Zastrtost spodbuja domišljijo, ki je velikokrat boljša in lepša od realnosti. (Pol)prosojna oblačila, predvsem spodnje ali zapeljivo perilo, so zanimivo sredstvo za poudarjanje telesa, sicer dopušča pogled na dogodek na telesu, a je hkrati ta pogled zastrt. Tudi Goffman ima zanimivo teorijo o oblačilih, saj oblačenje aplicira na gledališče, kjer se igralci (pre)oblačijo glede na vloge, ki jih v igri prevzemajo, obleke/kostumi so za teater in igro nepogrešljive (Goffman v Bovone 1997: 13) in tako je tudi v življenju. Posameznik se oblači, da bi "odigral" različne vloge in osebnosti na odru realnega življenja. Lahko bi torej rekli, da smo vsak dan pustne šeme, pustni torek pa je le uradno dan, ko naj bi smeli smukniti v kostum.

Tudi razni modni dodatki pomembno kažejo, kaj smo in kaj želimo biti ter kako v družbi percipiramo lastno identiteto (Calefato 2004: 84–85). Izbira nakita, torbice, šalov, očal... je seveda odvisna od barve obleke in stila ter priložnosti, za katero se urejamo. Navadno so dodatki dopolnilo končni podobi in se popolnoma skladajo z barvo obleke in čevljev, ni pa nujno. Nekateri modne dodatke uporabljajo, kot samostojni okraski, na katerega želijo opozoriti, posledično pa opozoriti nase in na svoje počutje in občutke (na primer rumen šal, ki kaže na veselo, sončno naravo človeka, ali ekstremno velik in vpadljiv bleščeč nakit, s katerim želimo izstopati v družbi).

7.2 “Videz je pogoj za ljubezen moškega!”

Lepota in žensko telo gresta z roko v roki. V zahodnem svetu se je lepoto povezovalo in pripisovalo ženskemu spolu in že od Platona naprej je bila ženska lepota idealizirana, reprezentirala je moralne in spiritualne vrline. V renesansi je bil ženski spol povezan z božanskostjo, akti so predstavljali lepoto v najčistejši obliki. V 19. stoletju so se romantični poeti in pisci, novelisti in filozofi navdihovali pri ženskih muzah (Davis 1995: 39). Lepota je bila torej vedno videna kot najvišja vrednota, ki jo je ženska lahko imela, seveda so predstave o pravi lepoti skozi zgodovino variirale, skupni imenovalec pa je bilo dejstvo, da ima lepa ženska boljšo pozicijo in zato boljše možnosti. Predstave in mišljenja, da lepa ženska najde boljšega moškega, pa so se prav zaradi tega ohranile do danes in verjetno se bodo še stoletja prenašale od ženske do ženske.

Verjetno so ženske prav zato tako obremenjene s svojim videzom. Cowardova meni, da je tako, ker so prepričane, da bodo v celoti ljubljene in potešene le, če bo sprejet njihov videz (Coward 1989: 64). Z lepoticenjem poskušajo moškimi nenehno ugajati, ure in ure presedijo v kopalnici, kjer trpijo v bolečinah ob depiliranju in puljenju obrvi, v telovadnici, kjer kurijo še tistih nekaj kalorij od čokoladice z manj sladkorja in maščob, po zatohlih trgovinah, kjer kupujejo drago perilo in obleke, pri frizerkah...

Odnos do oblačenja in mode je ključni vidik (ženskega) videza. Nakupovanje oblek in drugih dodatkov, ki so nepogrešljivi, lahko predstavlja narcistični užitek, lahko pa sproži resne emocionalne težave zaradi zakompleksanosti in negotovosti v zvezi s telesom ali le delov telesa, ki jih izziva oblačenje po zadnji modi (Kuhar 2001: 116). Lepota je ključnega pomena

za žensko identiteto, saj deluje kot moralni imperativ in določujoča značilnost ženskosti. Lepotičenje je del njene vsakdanje aktivnosti, saj je naučena, da je njen videz že od rojstva zelo pomemben. Ženska lepota je pričakovana, iskana in zato tudi nagrajevana, pričakuje pa se, da bo ženska nenehno skrbela za lepoto tudi v daljših partnerskih zvezah ali po poroki, da bi tako ohranila pozornost moškega (Kuhar 2004: 42, 48–49).

Sicer pa lahko pretirana skrb za svoj videz pripelje do roba obupa, saj številne raziskave kažejo, da je večina žensk v splošnem nezadovoljna s svojim videzom. Pretirana skrb in obremenjevanje s telesom in videzom lahko povzročijo motnje hranjenja, ki lahko resno ogrozijo naše zdravje ali pa celo življenje. Ni malo primerov smrti in izstradanja deklet, ki so pretiravale s hujšanjem, ali primerov depresij, ki so posledica zakompleksanosti zaradi lastnega videza. Seveda tudi popolna indiferentnost ni priporočljiva, saj se zapustimo, kar spet lahko privede do psihičnih ali celo fizičnih motenj. Vsak je lep zaradi tistega, kar je, nekdo ima lepše ustnice, drugi lase, tretji nasmeh, zobe, postavo, nos, oči... Malo je naravno lepih deklet, ki jim ni potrebno ničesar dati nase, da bi bile lepše. Zato pa imamo toliko vrst ličil, barv za lase, frizerjev, kozmetičark, oblek, obutve, krem... da lahko prav vsaka ženska najde nekaj zase in se nekoliko polepša oz. dopolni svoj naravni videz.

Ženska se pri (samo)konstrukciji velikokrat poslužuje "mehanizma mode", da obvladuje svoje družbeno spremenljive individualnosti, hkrati pa ji oblačenje pomaga pri reprezentaciji "sporočil o seksualnosti". Kot že rečno, Freud meni, da so ženske bolj narcistične od moških in da zato nimajo potrebe po tem, da bi ljubile, ampak da bi bile ljubljene, naklonjene pa so moškemu, ki ta pogoj izpolnjuje (Freud v Legan 2004: 114–115). S tem se potrjuje zaključna misel 4. poglavja, vsekakor pa je zelo posplošena trditev. Mislim, da ženske res uživajo v razkazovanju in ko so občudovane, a upam si trditi, da kar res cenijo in si pri moškem želijo, je njihova brezpogojna ljubezen, zaščita in razumevanje.

7.2.1 Obleka in zapeljevanje

Ženske so se skozi zgodovino izurile v zapeljevanju, pri tem pa so uporabljale različne rekvizite od usnja do čipk, parfumov, krzna... to pa so počele doma, na cesti, na platnu v filmih... Prav moda jim je nudila pravo "orožje" in jim pomagala, da so moški postali šibki, one pa močne, tako da so se osvobodile in jih nadvladale. Erotični uspeh lahko ženska, ki

zapeljuje, dobi, če se izuri v pripravi moškega do t.i. *“pričakovanja naslade”*, kar mu pomeni končni cilj: seks, posledično pa orgazem (Cox 2006: 7). A nesmiselno je govoriti le o ekstremih plenilcev in žrtev, saj niso vsi moški le nebrzdani pohotneži niti vse ženske razuzdane lovače. Že v 16. stoletju so bile za zapeljevanje posebno izurjene kurtizane, ki so bile lepe, urejene, povrh vsega pa še pametne in razgledane. Moški so radi zahajali k njim, ker so se lahko, poleg sprostitve libida in potešitve, z njimi tudi pogovarjali.

Že Beauvoirjeva je zapisala: *“Glavna nuja ženske je, da očara moško srce, neustrašno in drzno kot le more, to je nagrada, h kateri težijo vse junakinje; najpogosteje se od njih ne zahteva drugih kvalitet kakor lepota. /.../”* (De Beauvoir v Kuhar 2004: 49). V priročniku Peasovih, je moč zaslediti tudi trditev, ki pravi, da: *“Moški uživajo v raznovrstnosti, ker je v njihovi naravi in v možganih, da iščejo raznovrstne rešitve, možnost, zato radi vidijo, da ženske nosijo perverzno spodnje perilo”* (Pease in Pease 2003: 206–207). Seveda, je to spet stereotipna in posplošena trditev, a če jo navežem na Todorovićevo teorijo o zakrinkovanju, morda le ni povsem napačna, če do nje pristopamo kritično in jo ne jemljemo kot univerzalno merilo.

Oblačila so se najprej uporabljala kot zaščita pred mrazom, danes pa je njihova naloga, da opozorijo na telo, bolj kakor, da bi pozornost odganjala, zato gre pri nošenju oblačil za svojevrstni ekshibicionizem. V oblačilu je telo bolj odkrito izpostavljeno pogledom. Ženska ima potrebo po privabljanju partnerja *“ki mora s svojim zapeljivim videzom zasledovati in ujeti v zanko samca”* (Rouse v Bernard 2005: 74), zato so njena oblačila zapeljiva in tudi njo samo naredijo seksualno zapeljivo. Ženska telesa torej sama provocirajo tudi, če ženska molči (Bordo 2003: 6).

Ženska se kaže (ali *“nastavlja”*) kjerkoli in kadarkoli, ko gre v službo, trgovino, čistilnico, ko gre v bar s prijateljicami in nenazadnje ko pride domov. Godi ji pozornost, ki je je nenehno deležna od moških, saj je to konec koncev njena naloga. *“Moški delujejo, ženske se kažejo”* (Berger v Bernard 2005: 156) pravi Berger, ki trdi da je za moške v zahodnem svetu značilno, da so aktivni spol, ki opazuje in nadzira nasprotni spol. Medtem ko za ženske meni, da so pasivne, opazovane in/ali nadzorovane od nasprotnega spola, hkrati pa imajo še nalogo, da opazujejo, kako so opazovane. Tako so moški voajerji, ženske pa ekshibicionistke (Berger v Bernard 2005: 156–158 in Wolf 1991: 58) z enim samim ciljem: zapeljati moškega. Privlačna in zapeljiva ženska izžareva seksualno zaželjenost in poželjivost, kar še posebej

velja za tiste, ki so mlajše, saj je večji del njihove identitete definiran prav s privlačnostjo in selektivnostjo pri iskanju moškega (Bartky v Kuhar 2002: 864). Vse ženske v sebi posedujejo moč in čar za zapeljevanje, vprašanje pa je, če se ta moč prebudi in izrazi. Nekatere jo lažje sprostijo kot druge, saj je to odvisno od številnih socio-kulturnih dejavnikov in partnerja. Beers pravi, da ženske po naravi rade nastopajo in se kažejo moškim in da po naravi rade zapeljujejo, bodisi zares ali za šalo. Moškim je žensko osvajanje všeč, saj so jih navajeni gledati na tak način, ženskam pa je všeč osvajati. To jih spravi v prijeten, znan položaj in odnos do moških, v katerem se dobro počutijo, številne izkušnje pa so jim tudi pokazale, da je osvajanje učinkovito. Navadno ženske osvajajo le, ko so v bližini moški, a ko pride v družbo svojih prijateljic ali pripadnic istega spola, se slika spremeni. Takrat se sprosti in lahko postane zajedljiva, običajna, ostra, nevoščljiva, zvita... (Beers 1973: 42–43), skratka *odvrže masko* in postane to, kar je v resnici. Torej gre pri zapeljevanju za pretvarjanje in navidezno popolnost (videza, mišljenja, retorike...).

Čeprav so načini zapeljevanja ostali bolj ali manj enaki oz. so se minimalno spremenili, se je zato močno spreminjala moda in oblačila za zapeljevanje²⁷. Od obilnih teles s preprostejšimi oblekami do vitkih, stisnjenih s steznikom, preko razkošnih kril in pričesk, se je moda premaknila do točke, kjer je danes: manj, manj, manj. Oblačila za zapeljevanje in razkazovanje postajajo vsako generacijo oprijetejša in krajša (Cox 2006: 142–143). Raziskave in razne študije so celo pokazale, da so ženske pri vsem, kar se tiče zapeljevanja, boljše od moških, ker so bolj dominantne, hkrati pa se znajo nadzorovati. Lažje dekodirajo in zakodirajo sporočila pri zapeljevanju, poznajo več tehnik zapeljevanja kot moški, poznajo več tehnik zavrnitve in nenazadnje ženske, ki so zapeljive, bodo pri moških vzbudile zanimanje in bodo zanje privlačnejše (Ivy in Backlund 2004: 211).

Tudi ličenje spada k modi in telesnim tehnikam ter je pomembna sestavina ženskega vsakdanjega lepotičenja. Stereotipiziranju se danes skoraj ne moremo več izogniti, saj je prisotno na popolnoma vseh področjih. Ženske, ki se (bolj ali pretirano) ličijo, so označene, kot neumne in afnaste. Ličenje oz. ličila pa imajo za modo pomembno vlogo, saj se ga uporablja predvsem na vidnih mestih telesa kot je na primer obraz, zato pomembno prispeva k zapeljevanju. Obraz ima ključno vlogo, saj je sestavljen iz treh najpomembnejših delov: kože, oči in ust. Z ličili se obraz prelevi iz neopaženega dela v najbolj opažen, provokativen del. Ne smemo pa posploševati ali popolnoma enačiti ličenja in zapeljevanja, saj ličenje le

²⁷ Slike načinov zapeljevanja skozi zgodovino v prilogi D, na strani 85.

omogoči, da postane ženska lepota mešanica nedolžnosti in opolzkosti oz. konzervativnosti in pretiranosti (Calefato 2004: 69). S poudarjanjem oči in ust, nakažemo in razkrijemo najbolj erotične dele telesa in igra zapeljevanja se lahko začne. Predvsem rdeče ustnice so že od nekdaj sinonim za seksualnost in erotiko. A samo ličenje ni dovolj, kot tudi ne le gola, hladna lepota. Spomnimo se samo na Marilyn Monroe, ki je sicer veljala za lepotico, a veliko je bilo lepših žensk od nje, ki pa niso imele uradno priznanega statusa "sex bombe" kot Marilyn. To dokazuje, da lepota pri zapeljevanju nima vodilne vloge, saj je to predvsem igra in vse je v glavi tako zapeljevalke kot tistega, ki ga želi zapeljati (Cox 2006: 168). Z lepimi oblekami, dobrimi parfumi in pravilnim ličenjem ženski nikakor ne more spodleteti, za to pa ni potrebno veliko denarja ali oblek niti ne popolna lepota in telo. Prav zato definitivno velja misel, da je vsaka ženska lahko lepa, če se le malo uredi in si vzame čas zase, dovolj je pol ure na dan.

8. EMPIRIČNI DEL: POGLOBLJENI INTERVJUJI S PARI

Veliko literature temelji predvsem na starejših teorijah in ugotovitvah, zato je teoretski del na določenih področjih nekoliko stereotipiziran. Ker sem želela, da bi bila diplomska naloga čimbolj relevantna in objektivna, sem se odločila, da bom teorijo preverila v praksi s poglobljenimi intervjuji. Metodologija temelji na kvalitativnem pridobivanju informacij z vprašalnikom, ki je razdeljen na osem sklopov, v skladu s teoretskim delom, potekal pa je v obliki pogovora s pari, ki jih že od prej bolj ali manj poznam. Pridobljene informacije sem povezala in primerjala s teoretskim delom, da bi ugotovila povezanost in/ali odstopanje dejanskega življenja in navad parov od teoretskega modela. Raziskava je zajemala devet parov, starih med 21 in 74 let, izvedena pa je bila v prvi polovici marca 2008. Izbrala sem kandidate, starejše od 20 let, ker menim, da so takrat, tako moški kot ženske, zrelejši in bolj izkušeni, tudi v partnerskih razmerjih, vključila pa sem le tiste, ki se poznajo vsaj dve leti in, so par vsaj eno leto, da bi bili odgovori čim relevantnejši. Intervjuvanci prihajajo iz ljubljanske in goriške regije, so poročeni in neporočeni ter z otroki in brez njih²⁸.

Starši poskušajo otrokom posredovati določen sistem vrednot in norm ter se trudijo, da bi bili vzgojeni v skladu z družbenimi predpisi in pričakovanji. Tako kot se od fantkov pričakuje, da ne bodo jokali, da bodo močnejši, da se bodo oblačili v modro barvo in se igrali kavbojce in indijance, se od deklic pričakuje nežnost in milino ter da se bodo igrale s punčkami. S tem se jim poskuša posredovati sporočilo, da se za deklice spodobi oz. celo pričakuje, da bodo nekoč matere, žene in gospodinje. Ko sem intervjuvankam zastavila vprašanje, kaj so si želele kot majhne punčke, jih je večina odgovorila, da so se videle v vlogi matere, le nekaj mlajših žensk je odgovorilo, da so se bolj videle v vlogi poslovne ženske. Mogoče se tu pozna vpliv staršev, predvsem njihovih mater, od katerih so se hčerke s posnemanjem v primarni socializaciji naučile takega vzorca. Pri ženskah starejših generacij pa je bil tak odgovor pričakovan, saj so bile družine v povojnih časih številčnejše, starejši otroci so skrbeli za mlajše, zato se je ta vzorec prenesel v naslednjo generacijo.

Nekoliko manj izrazite so bile ženske glede idealnega partnerja, saj ga (večina) ni specifično opisala niti primerjala s kakšnim filmskim igralcem. Zunanost se jim ni zdela pomembna oz.

²⁸ Za natančnejše podatke glej tabelo 11.1: Tabela s podatki intervjuvanih parov, v prilogi B na strani 83.

si ga niso vizualno predstavljale, pomembnejše jim je bilo, da bi se z njim značajsko ujele. Le ženski iz 3. in 6. para sta najprej poudarili zunanost. Vse so poudarjale pomen lastnosti, kot so odgovornost, zanesljivost, nežnost, razumevanje, kot atributi, ki so/bi si jih pri partnerju želele. Torej je stereotip, da si ženske želijo trdne, odločnejše, zanesljivejše in odgovornejše moške, resničen. Mlajši moški pa so bili glede pričakovanj svoje idealne partnerke v otroških letih bolj artikulirani in zahtevni, saj je bila zanje, poleg značaja, pomembna tudi zunanost. Starejši moški pa so si bili enotni, da kot dečki niso razmišljali o partnerici, niti niso opisali, kakšno partnerico so želeli ali kako so si jo predstavljali, a so mi med pogovorom razkrili, da so dobili zanje popolno partnerico.

Z odgovori na vprašanje, kako se ženske ocenjujejo, sem bila nadvse presenečena saj je večina bila zadovoljna s svojim videzom, sicer so skoraj vse rekle, da bi kaj spremenile na svojem telesu (najpogostejši odgovor je bil odvzem "špeha" in povečanje prsi), toda vse je bilo bolj v šali. Ugotovila sem, da se intervjuvanke na splošno ne obremenjujejo toliko z videzom, kot sem predpostavljala in kot nam mediji želijo prikazati in vsiliti. Tudi starejše ženske menijo, da se za svoja leta dobro držijo, sicer so tudi te priznale, da so se včasih bolj obremenjevale z videzom in si želele kaj spremeniti (odvzeti in dodati), ampak sedaj se jim zdi, da se za svoja leta dobro držijo. Zanimivo je, da tako mlajše kot starejše ženske nase gledajo precej pozitivno, njihov odnos do telesa ni tako strog in kritičen, kot sem med pisanjem diplomske naloge zaznavala v raznih tekstih, člankih in po TV.

Čeprav mediji precej vplivajo na našo samopodobo, na samoocenjevanje in kako nas drugi ocenjujejo, pa so očitno informacije (pre)napihnjene, saj nas za vsako ceno želijo prepričati, kako pomembno je lepo in vitko telo v današnji družbi. Prav zaradi slednjega sem moškim postavila vprašanje, kako vidijo partnerko in njeno telo. Zanimivo je, da so vsi mlajši moški najprej začeli opisovati njeno telo, pri čemer so šli v podrobnosti in na koncu zaključili, da jim je všeč. Starejši moški so bili bolj zadržani in skromni, prav tako so svoje dolgoletne partnerice pohvalili, predvsem pa so bili zadovoljni, da se lahko z njimi pogovarjajo ter da so razumevajoče. Sklep bi bil torej lahko, da je zunanost sicer pomembna, a bolj in predvsem v mladosti. Torej se ženske res preveč in neutemeljeno obremenjujemo s svojim videzom, saj vsi moški ne gledajo le zunanosti, predvsem če si želijo resne in dolgotrajne zveze. Kar pa je še pomembnejše, moški menijo, da je lepota prehodna in, da z leti postaja precej nepomemben dejavnik zveze, saj je pomembnejša osebnost ženske ter možnost, da se ji zaupajo. Tako kot se ljudje staramo in zorimo, tudi notranja, mila in skromna lepota počasi

prehaja v dragoceno in ogroženo lastnost, ki je še bolj cenjena in zaželjena od vsiljive popolnosti.

Vsi so se strinjali, da mora ženska skrbeti zase v vseh življenjskih dobah, saj je tako sama bolj polna in samozavestna in šele, ko zna poskrbeti zase, lahko skrbi tudi za člane svoje družine. Večina žensk meni, da dobro (a premalo) skrbi za svoj videz, večina moških pa je bila mnenja, da bi njihove ženske morale več časa nameniti skrbi zase. Vsi so bili mnenja, da so jim vseč ženske, ki skrbijo zase in se lepotičijo, ker to odraža njihovo notranjo urejenost. To se kaže tudi z urejenim videzom, kasneje pa tudi z družino in službo, poudarjajo pa, da mora obstajati zmernost tudi pri tem. Predvsem mlajši moški menijo, da je pomembno, da ženske skrbijo zase, starejši pa so bili mnenja, da je pretirana skrb in gola lepota, na primer manekenk ali modelov, nesmiselna.

Na vprašanje, ali bi imeli rajši pametno ali lepo žensko oz. moškega, se se vsi, razen enega mlajšega moškega strinjali, da je pomembnejša pamet oz. človekov značaj. Ta isti moški, ki se s predhodnim vprašanjem ni strinjal, pa je priznal, da je to vprašanje zanj nesmiselno, saj je še premlad saj gleda na to drugače in da je odvisno od namenov, ki jih ima z žensko. Če gre le za spolne odnose, mu je pomembnejša lepota, če za resno zvezo pa pamet. Sprašujem se samo, ali je bil edini odkrit?!

Ženske sem vprašala, ali gledajo telenovele ali serije, kot sta *Seks v mestu* in *Razočarane gospodinje*, in ali berejo romane in revije ter kako te žanre ocenjujejo. Večina jih gleda kakšno serijo, nekaj manj telenovele, nihče pa ne bere (več) romanov. Tudi glede branja revij so si ženske vseh starosti precej podobne, vse jih sicer prelistajo na primer pri frizerkah ali na morju, berejo pa predvsem modne revije, rumeni tisk pa le občasno. Menijo, da je to za ženske pomembno, saj jih hrani s sanjarjenjem, tudi nasveti, jih je pa kar nekaj izpostavilo, da so precej nerealne, torej da "posredujejo" nepravilna, fantazijska sporočila ženskam. Vprašanke so torej potrdile teoretične predpostavke, da so ženske revije "hrana" za ženske in njihova tolažba. Zanimalo me je tudi, kaj si moški mislijo o ženskih revijah in žanrih, saj veljajo stereotipi, da so ti trivialni, banalni in da poneumljajo ljudi. Načeloma so bili moški za sodbe in ocene ženskih žanrov in revij bolj zadržani in skopi z besedami, nekaj jih je poudarilo, da so precej skomercializirane, da usmerjajo ženske, kako naj se lepotičijo, da bodo za moške privlačne, in da ženskam p(r)odajajo fantazijski oz. imaginarni svet. Nihče jih

sicer ni eksplicitno označil kot banalne in poneumljajoče, je pa bilo med pogovorom moč zaznati, da si prav to mislijo tako o samih žanrih, kot o ženskah, ki po njih segajo.

Predvsem me je presenetilo, kako so vprašanci odgovarjali na vprašanje, kaj delajo, medtem ko njihov(a) partner(ica) gleda svoje filme ali serije. Ko eden od njiju gleda TV, drugi gleda z njim ali pa dela svoje stvari, predvsem ženske takrat opravijo gospodinjska dela, gredo spat, se učijo... Na splošno pa se moški ne užalijo ali ujezijo, če morajo kdaj potrpeti za kakšno urico ali dve, da se njihove partnerice naužijejo najljubše serije ali filma. Presenetilo me je dejstvo, da veliko mlajših parov veliko oddaj in filmov gleda skupaj, to velja tako za ženske žanre, kot so na primer serije, ali moške žanre, kot je nogomet. Torej ti odgovori postavljajo pod vprašaj prejšnje vprašanje, kaj si moški mislijo o ženskih žanrih, saj tudi sami kdaj pa kdaj pogledajo kakšno žensko serijo, na primer *Zdravnikova vest (Dr. House)*. Toda zakaj se potem moški na vsak način trudijo, da bi ženske žanre označili za banalne, če jih tudi sami radi gledajo, mogoče je to zaradi vpliva medijev in splošnih stereotipov, da je to maloumno, ker se poudarja predvsem čustva, ta pa so videna kot manjvredna ali celo sramotna. Platonu je očitno uspelo v glave ljudi vkoreniniti mišljenje, da je razum večvreden od čustev in da moramo čustva zatajiti in jih odpraviti, kot da so kužna bolezen.

Ugotovila sem, da stereotip o lovcu, ki v trgovini zdrži le 15 minut, ne drži tako pribito, kot sta nam želela prikazati Pease in Pease v svoji knjigi. Večina moških spremlja svoje partnerice po trgovinah, čeprav jim to vedno ne ugaja oz. jim je zoprno, a se zanje potrudijo. Njihova potrpežljivost in razpoloženje sta odvisni od tega, kaj ima ženska namen kupiti. Ugotovila sem, da so jim partnerji pripravljani bolj pomagati in več časa prenesti nakupovanje, če se te odločajo za večje ali dražje nakupe. Čas, kako dolgo moški zdrži pri nakupovanju, variira med 45 minut do celo 2 uri.

V tem sklopu vprašanj sem želela preveriti še en stereotip, in sicer da se ženske oblačijo za druge ženske oz. da se ženske rade kažejo. Najprej sem ženske vprašala, za koga se oblačijo, in čisto vse so najprej izpostavile sebe, potem da se dobro počutijo in priložnosti primerno, nekaj pa jih je odgovorilo, da se oblačijo tudi za svojega partnerja. Le ena mlajša ženska je po premisleku priznala, da je to, da se oblačimo zase, le izgovor oz. slepitev in dodala, da se sama res oblači zase, ampak tudi za svojega partnerja in za druge. Sicer je tudi ena starejša ženska kljub vsemu priznala, da se bolj uredi, ko gre ven s kolegicami oz. da več poudarka na zunanost, saj so takrat v družbi samo ženske, kjer je opaziti prikrito tekmovanje. Tukaj sicer

stereotipa, da se ženske oblačijo za ženske ne morem čisto zagotovo potrditi, saj je večina žensk odgovorila, da se oblačijo zase, a spet se pojavlja vprašanje iskrenosti, saj jih je mogoče strah, da bi se popolnoma razkrile, ker bi jih okolica lahko označila kot plehke in "grebatorice". Vprašanje, ki je sledilo, je bilo, kaj ženske občutijo pri oblačenju, nakupovanju, ličenju in lepoticenju nasploh. *Užitek, izpopolnjenost, ekstaza, vznemirjenost...* so bili najpogostejši odgovori. Torej ženske dejansko uživamo v tem in tako lahko potrdim svojo hipotezo in zavrnem predvsem feministične predpostavke, da se ženske lepoticimo, ker naj bi to od nas zahtevali moški, zaradi njihove želje po nadvladanju in poniževanju žensk.

Vsi pari so se strinjali, da je obleka pri ženskah pomembna, da odraža njeno (urejeno) notranjost in kulturo, nekateri pari pa so poudarjali pomen oblačenja v poslovnem svetu, moškim pa je stil oblačenja njihove partnerke na splošno všeč. Prav zaradi stereotipnih predstav, ki pravijo, da moške zanima le videz ženske in da imajo prednost in možnost le lepe in zapeljive ženske, so nekatere zaslepljene z mislijo, da je lahko videz pogoj za ljubezen ali celo za zvestobo moškega oz. partnerja. To sem želela preveriti pri svojih izprašancih in skoraj vsi so to odločno zanikali, ker so mnenja, da je ženska lahko na videz lepa, a v resnici zoprna in neumna. Večina pa jih je ob nikalnem odgovoru dodala še, da je vseeno pomembno, da se ženska ne zapusti. Vsi so se strinjali, da je obleka, predvsem spodnje perilo, lahko pomoč za zapeljevanje. Gola pornografija morda res ni več zanimiva, saj preveč razkrije in vulgarizira telo, podobno je s prekratki, preveč oprijeti in kričečimi oblačili, ki razkrijejo popolnoma vse. Sicer je mišljenje odvisno od starosti, saj se s časoma tudi fantazije spreminjajo. Predvsem starejši moški so bili mnenja, da je spodnje perilo v smislu modrčka in hlačk zapeljivo, medtem ko so se mlajši osredotočali le na en kos perila (večinoma tangice). Skoraj vsi moški pa so se strinjali, da zapeljivo žensko spodnje perilo ne more biti pogoj za zvestobo moškega ali stabilnost zveze. S tem sem lahko potrdila teoretične teze, da je obleka, predvsem pa spodnje perilo, pomembno za zapeljevanje, hkrati pa lahko zanikam predpostavke, da je obleka lahko pogoj za stalnost partnerja, kot so ugotovili v študijah, ki jih omenjata Pease in Pease.

Montagu pravi, da se moški poroči z lepo žensko, s čimer naj bi si zagotovil boljši položaj v družbi in med prijatelji. Tudi to trditev oz. stereotip, sem želela preveriti in večina moških je rekla, da jim je všeč, če se drugi ozirajo za njihovimi partnericami. Zanimivo, da sta le dva mlajša moška rekla, da jima to ni všeč. Veliko jih je odgovorilo, da so ob tem ponosni, ker imajo (lepo) žensko, ki je drugi nimajo, a bi jo radi imeli, starejši pa da jim je všeč, ker tako

vejo, da so dobro izbrali. Na vprašanje ali imajo za to svojo partnerico še raje, je le en mlajši moški pritrdil. Priznati moram, da sem za to vprašanje predpostavljala, večinoma pritrdilne odgovore, saj sem ob prebiranju literature nemalokrat tudi sama zapadla v stereotipna prepričanja, da je lahko le lepa in na videz popolna ženska, za katero vsi zijajo z odprtimi usti, bolj ljubljena. Mediji torej vse preveč in pretirano vsiljujejo ženskam mnenje, da je popoln videz najpomembnejši, hkrati pa s tem banalizirajo pravo ljubezen in čustva, ki morda le niso še popolnoma izumrla. Zanimalo me je tudi, kaj občutijo ženske, če moški gledajo za njimi, saj sem pričakovala, da jim bo to všeč. Izkazalo se je, da so ženske mogoče res ekshibicionistke, čeprav to ne(rade) priznajo. Starejše so sicer odgovorile, da tega niti ne opazijo in, da se s tem ne obremenjujejo, mlajše pa so vse odgovorile, da jim je všeč, če se moški obračajo za njimi. Ko sem jih vprašala, kaj pri tem mislijo in čutijo, so odgovorile, da se počutijo lepe, privlačne in da jim to dvigne samozavest. Tako sem lahko potrdila, kar ugotavljata že Ambwani in Strauss, da imajo posamezniki z lepšo postavo, boljšo telesno samopodobo in večjo samozavest, kar nedvomno vpliva tudi na (čustvena) razmerja.

Ker smo si ženske in moški precej različni in ker slednji velikokrat ženskam očitajo, da so zapletene ter da ne vejo kaj bi rade imele, sem parom postavila tudi vprašanja glede čustev in občutkov. Najprej me je, zanimalo zaradi česa se največkrat spreta in kako potekajo njihovi prepiri. Predvsem mlajši pari so izpostavili, da je to zaradi nepomembnih stvari, kot so drugačne navade iz primarnih družin, ljubosumje in slabo razpoloženje enega od partnerjev. Pri starejših so bili razlogi služba, drugi ljudje, pa tudi otroci. Največkrat je/naj bi bil "končni zmagovalec" moški, vsaj po mnenju žensk. Čeprav ženske tega niso izpostavile, lahko iz lastnih izkušenj sklepam, da se kakšen prepir konča tudi s solzami, zato sem jih vprašala, kaj naredi njihov partner in kaj moški čutijo, ko njihove partnerice jokajo. Predvsem starejše ženske so odgovorile, da moški ne naredijo ničesar, da jih solze ne ganejo ali celo, da njihov mož sploh ne opazi da jokajo. Nasprotno pa so ti trdili, da jih vedno potolažijo. Večina mlajših žensk je odgovorila, da jih njihov partner potolaži. Zanimivo so vsi moški, ko sem jih vprašala, ali menijo, da so oni krivi za to, da njihova partnerica joka, odgovorili z ne. Tu sem lahko potrdila stereotip o ženskah kot bolj čustvenih in moških kot racionalnih in trdnih bitjih, ter Grayjevo trditev, da je za žensko, ko je žalostna, dovolj že, da jo moški poslušata.

Čustva lahko velikokrat zameglijo razum, ker srce zmaga nad njim. Zaradi slednjega me je zanimalo, ali lahko tako nežna in čustvena bitja, kot so ženske, zaradi čustev izgubijo nadzor nad razumom in se spustijo v seskusalno razmerje za eno noč z moškim, ki ga ne poznajo, ki

so ga na primer srečale isti večer v baru. Zanimivo, da so čisto vse ženske rekly ne in poudarile, da mora moški, s katerim bi se spustile v trajno čustveno razmerje, biti prijazen, odgovoren, iskren, pošten, da mora vzbuditi njeno ljubezen, da se zna pogovarjati, poslušati, da je zabaven... Potrdila sem torej še en pomemben stereotip, da so ženske sicer res čustvene, a je zanje pomembno predvsem, kaj si z moškim lahko zaupata in kako se razumeta v vsakodnevni situacijah. Spolnost je zanje manj pomembna.

Enako vprašanje o romanci za eno noč sem postavila tudi moškim in tudi ti so skoraj vsi (6), odgovorili z ne. Ostali trije, mlajši, so sicer rekli, da v tem ne vidijo nič slabega, dokler so mladi in samski, eden pa se je razjezil, da mu takega vprašanja ne morem postaviti pred dekletom, zato po reakciji sklepam, da bi se tudi sam spustil v tako romanco. Tak odziv pa mi je dal misliti, kako bi se moški odzvali in kaj bi odgovorili, če bi jih to vprašala na samem. Razmišljala sem, da bi oblikovala še en vprašalnik in vsak par posebej intervjuvala, a menim, da bi odgovori vseeno ostali enaki. To predpostavljam zato, ker se z vsemi poznam, predvsem z ženskami, in moški bi s priznanjem tvegali, da to povem njihovim partnerkam. Lahko pa rečem, da sem bila, predvsem pri mlajših moških precej skeptična, ko so odgovorili, da se ne bi spustili v romanco za eno noč.

Vprašanje, ki se veže na prejšnje in hkrati predstavlja zelo priljubljen in popularen stereotip, "*Moški so plenilci, ženske plen*" oz. "*Moški lovijo, ženske se kažejo*", sem postavila izprašancem, ker me je zanimalo kaj si o njem mislijo in ali se s tem strinjajo. Le en starejši par se je popolnoma strinjal s to trditvijo, ostali pa so rekli, da to velja le za določene ljudi. Zanimivo, da je večina parov odgovorila, da je danes situacija obratna, torej da so bolj ženske tiste, ki lovijo. Zanimivo pa je, da so vse ženske odgovorile, da jim, če se moški ozirajo za njimi dviguje samozavest, stereotip, da se ženske kažejo, pa so odločno zanikale.

Intervjuvankam sem postavila tudi vprašanje, ali so zadovoljne, da so ženske, ali (so) se morda počutijo v napačnem telesu, a so slednje vse po vrsti to zanikale. Ko pa sem jih vprašala, kaj jim je pri tem, da so ženskega spola, vseč, so mi odgovorile, da je to zato, ker se lahko lepoticijo, oblačijo, imajo dolge lase, hodijo k frizerju... Le ena mlajša ženska in tri starejše so najprej poudarile, ženske lastnosti, kot so nežnost, čutnost, materinski nagon... Torej so bila moja predvidevanja, da se ženske rade lepoticimo, pravilna.

V tem sklopu me je zanimalo tudi, ali se paroma zdi, da so vloge med moškimi in ženskami pravilno razporejene, ter če se moški počutijo večvredne od žensk. Skoraj vse ženske (8) so odgovorile, da so vloge med spoloma enakomerno porazdeljene ali da so te zabrisane, nekatere ženske, tako starejše kot mlajše, pa so še dodale, da si mora ženska sama "izboriti" enakovredno vlogo v partnerstvu, ko izbere moškega, ki jo spoštuje. Le ena je rekla, da se ji zdi, da so ženske podrejene predvsem pri delu in da imajo še vedno nižje plače od moških. Tudi moški so menili, da so vloge enakomerno porazdeljene, so pa dodali, da ima ženska nekoliko več dela, ker skrbi še za gospodinjstvo. Le en moški je bil mnenja, da je v naši družbi mogoče opaziti, da vse več žensk "nosi hlače". Torej ženske le nimajo občutka manjvrednosti, kot nas želijo prepričati feministke. Dejstvo, da od devetih žensk le ena misli, da so te zapostavljene, govori v prid antifeminističnim trditvam in ruši prepričanja o tem, da so ženske manjvredne in podrejen spol.

Na vprašanje, ali se moški počutijo večvrednega od žensk, jih je osem odgovorilo z ne, le eden je rekel, da se počuti pametnejšega od žensk. Ko sem zastavila ženskam vprašanje, ali menijo, da so podrejene moškim, so skoraj vse rekle ne, le tista, ki je že prej rekla, da vloge med spoloma niso pravilno razporejene, je odgovorila, da so te včasih, predvsem na delovnem področju, prikrajšane. Vprašala sem jih tudi, če se ocenjujejo kot feministke, ker sem želela preveriti kredibilnost prejšnjega vprašanja, saj sem pričakovala, da bo katera na prvo vprašanje odgovorila, da so ženske zapostavljene, in se kasneje ne bo ocenila kot feministka ali obratno. Izkazalo se je, da so bila moja predvidevanja napačna, saj je osem žensk odgovorilo, da niso feministke, le tista, ki je že prej rekla, da so ženske podrejene, je odgovorila, da je do neke mere feministka, nikakor pa ne radikalna. Ženske so za feministke menile, da pretiravajo, le nekaj jih je menilo, da je bil njihov boj nekoč smiseln, sicer danes ne bi bile enakovredne moškim.

Zanimalo me je tudi, kako moški gledajo na feministke, saj jih je že Montagu, ki je precej zagovarjal ženske pravice in vloge, označil kot *kričeče*. Zanimivo je, da so vsi moški označili boj feministk kot nesmiseln. Veliko jih je odgovorilo, da imajo ženske že tako enake pravice kot moški, da pretiravajo ter da tako ali tako na koncu naredijo kar jim ugaja... Dva moška sta izpostavila, da so to zakompleksane ženske, ki so same s sabo nezadovoljne, en moški pa jih je primerjal s političnimi strankami, ki takoj ko pridejo na oblast, pozabijo na svoje volilce in obljube in delajo le za svoje koristi. Tudi ženske so jih podobno ocenjevale. Ti odgovori so bili zanimivi, sicer sem za moške predvidevala podoben odziv, presenetile pa so me ženske,

saj sem mislila, da jih ne bodo tako opredelile. Izkazalo se je torej, da po mnenju intervjuvanih, feministke pretiravajo. Precej je literature na temo ženske in ženskega telesa in večji del le-te je prav feministično usmerjen. Iz teh odgovorov torej lahko sklepam, da se ženske dobro počutijo v svoji koži in vlogi nežnejšega spola in nikakor ne zapostavljene ali manjvredne. Kot zanimivost lahko dodam, da jih večina ima/je imela dobro pozicijo v službi, mlajše ženske pa so vse privlačne in se v moški družbi dobro znajdejo.

V naši družbi se vedno bolj poudarja lepota, zdravje in mladost, zato se veliko žensk boji starosti. Tiste, ki si lahko privoščijo, posegajo po ekstremnih nadomestkih in načinih, kako ohraniti lepoto in mladost, kot je na primer lepotna kirurgija. Ko sem jih vprašala, ali se bojijo starosti, jih je večina, presenetljivo, odgovorila z ne, bolj jih je skrbelo, kako bo takrat z zdravjem. Le ena mlajša ženska je pokazala precej paničen strah do starosti, ker meni da bo takrat grda, debela in neprivlačna, ni pa omenjala strahu pred boleznimi, kot ostale. Tu lahko vidimo negativne vplive družbe, kjer se poudarja le videz, notranjost človeka pa ne šteje nič. Večina žensk je priznala, da so o lepotni kirurgiji včasih razmišljale, da pa bo tudi v bodoče ostalo le pri tem. Nobena ni pokazala povsem odklonilnega odnosa do te teme, tako kot tudi moški izprašanci ne.

Moške sem vprašala, ali bi svoji partnerici svetovali lepotno operacijo in kaj si o tem mislijo. Vsi so odgovorili, da se jim zdi, da je njihove partnerice ne potrebujejo, da pa bi jim, v primeru da bi se za lepotni poseg odločile, stali ob strani. Večina jih je bila mnenja, da lepotne operacije pripomorejo k samozavesti ženske in da pripomorejo k psihični stabilnosti ljudi. Pri zadnjih odgovorih sicer nisem mogla podati jasnega sklepa, kaj si ljudje o operacijah dejansko mislijo, saj ženske o njih razmišljajo, moški pa bi svoje partnerke, če bi se za lepotne operacije odločile, podprli. Hkrati jih ocenjujejo kot produkt moderne družbe, ki ženskam obljublja večno mladost, lepoto in popolnost ter dvigujejo samozavest... Po tem sklepam, da bi se ženske verjetno bolj odločale za lepotne posege, če bi bili cenejši in dostopnejši. Kar pa me je še bolj presenetilo pri teh odgovorih, je bilo dejstvo, da sta le dve od devetih žensk omenili tveganje, ki pri tovrstnih posegih ni zanemarljivo.

Nič kaj zavračajoč odnos do lepotnih operacij je verjetno posledica, da se na TV-ju veliko poroča o tem, nemalo je oddaj, ki jih prikazujejo kot sredstvo ali pot do lepega in popolnega življenja. Primer take oddaje je na primer *Popolna preobrazba (Extream makeover)*, ki so jo predvajali na Kanalu A. Pri tej oddaji gre za to, da izberejo ljudi s štrlečimi ušesi, brez zob,

povešenim trebuhom, majnimi prsmi... in jih med oddajo popolnoma preobrazijo, da se na koncu družini in prijateljem razkrijejo kot popolnoma nov človek. Po koncu oddaje spregovorijo, kako se jim je življenje spremenilo in kako so sedaj bolj samozavestni, njihov partner pa jih opeva kot bogove... Take in drugačne oddaje lahko posredujejo napačna sporočila družbi, saj lepoto prikažejo kot edino sestavino prave ljubezni, popolne družine in višek kariere. Res pa je, da smo to mišljenje tako ponotranjili, da se sploh ne zavedamo, da tudi sami, hote ali nehote, ljudi in predmete ocenjujemo le na podlagi privlačnosti, simpatičnosti in lepote.

9. ZAKLJUČEK

Vse več žensk se počuti stare, debele in grde saj jih povsod spremljajo primeri mladenk z idealnimi telesnimi merami in trkajo na vest, da je potrebno hujšati ter skrbeti za videz in počutje, ker se od današnje ženske pričakuje urejenost in lepoto. Sporočilo, kako je videz pomemben, je prešlo že v take skrajnosti, da se lepoto enači z uspehom in sposobnostjo. Brezmejnost pričakovanj in standardov, ki zahtevajo vse več in več, se kaže v dejstvu, da so ženske, pa tudi vse več moških, postale (pre)obremenjene z videzom in živijo v upanju na odkritje čudežnega eliksirja večne lepote, zdravja, privlačnosti in mladosti. Današnja družba je družba gledanja, ki ceni vizualno estetiko, si je želi in jo nenehno išče, kjerkoli. Napredek družbe, tehnologije in medicine je prišel tako daleč, da lahko popravimo, nadomestimo in celo "zamenjamo" dele telesa, ki nam niso všeč, lahko pa zamenjamo celo (biološki) spol.

Nezadovoljstvo s svojim videzom se lahko kaže na številnih človekovih področjih, tako pri njegovem počutju, kot pri delu, družini in partnerskih odnosih. Moški od vedno veljajo za lovce, ženske pa za plen, ki se mora nenehno podrežati moči in vztrajnosti moških, a na koncu so prav same tiste, ki se postavljajo na razstavni oder, saj zanje velja stereotip, ki se je v intervjuju potrdil, da se kažejo. Konkurenca je vedno večja in strožja, saj ženska žensko pogleda ostreje in tu se pojavi nov stereotip, ki pravi, da se ženske lepotičijo za druge ženske. Sicer ne vem, kako bi se ta stereotip lahko zagovarjal v praksi spolnosti in zapeljevanja, kjer najbolj šteje spodnje perilo, ki pa ga vidi le partner. Lepotičenje zajema številne prakse in tehnike, od oblačenja do nege kože, umivanja in raznih tehnik zapeljevanja, ki pa niso nujno vidne navzven in so rezervirane za najintimnejše trenutke s partnerjem.

Tako kot so ženske in moški različni po zunanosti teles in videzu nasploh, so različna tudi naša čustva in občutki ter odzivanja na dražljaje iz okolja. Moškim se tako pripisuje odgovornost in razum, ženskam pa nežnost in čustvenost ter intuicija. Veliko žensk meni, da si moški ko pride iz službe, želi pospravljeno hišo, okusno kosilo, pridne otroke, skrbno gospodinjjo, razumevajočo ženo in seksi ljubico, ki ga bo popeljala v svet naslade. Nemalo žensk je nesrečnih, ker menijo, da jih mož ne gleda poželjivo kot so seksi "gospodinje" v Playboyju v mini krilcih in stisnjenih korzetih... A v realnem svetu stvari niso tako preproste. Prav tako jo bo imel rad, če bo kdaj neurejena in ne popolna kot fotomodeli na jumbo plakatih, saj je za uspešno skupno življenje potrebno še veliko več kot le popoln videz.

Če poslušamo ženske pri *babjem čveku*, kot radi rečejo moški, se nas veliko pritožuje nad svojimi partnerji ali možmi ter nad svojim življenjem. Že tako smo utrujene, ko pridemo iz službe, kjer nas je sodelavka spravila v slabo voljo, šefica nenehno nekaj zahteva, tašča soli pamet in še partner sitnari, po možnosti smo še v “tistih dneh”, v stanovanju je vse narobe, potrebno je skuhati, pomiti, zlikati, se posvetiti otrokom in možu... Ob takih dnevih ali trenutkih se ustavimo ob ogledalu in si zamislimo: “*To ni moje življenje!*” Zvečer gremo spat, se po možnosti zjocemo v objemu partnerja ali le potihoma ihtimo v blazino, toda naslednje jutro, ko spočite vstanemo, spijemo dišečo kavico, se umijemo, uredimo, na cesti pa srečamo dobrega moškega, ki za nami pogleda, življenje dobi pravi smisel in barvo. A neglede na vse slabo, kar moramo ženske dnevno prestajati, je veliko več lepih stvari in trenutkov, ki jih počnemo in so del ženske narave, zato lahko za konec rečem le: *Hvala bogu, da sem ženska!*

10. VIRI IN LITERATURA

MONOGRAFIJE, ZBORNIKI, ČLANKI

- Ambwani, Suman in Jaine Strauss (2007): Love themselves before loving others: A qualitative and quantitative analysis of gender differences in body image and romantic love. *Sex roles* (56), 13–21.
- Bahovec, Eva (1996): Žensko telo – moška oblast? V Lenca Bogovič in Zoja Skušek (ur.): *Spol Ž*, 217–234. Ljubljana: ISH, KUD, France Prešeren.
- Bernard, Malcom (2005): *Moda kot sporazumevanje*. Ljubljana: Sophia.
- Beers, Portia (1973): *Ženska in moški*. Ljubljana: Mladinska knjiga.
- Bordo, Susan (2003): *Unbearable weight: Feminism, Western culture, and the body*. California: University of California Press.
- Borisoff, Deborah (1993): The effect of gender on establishing and maintaining intimate relationships. V Arliss, Laurie P. in Deborah J. Borisoff (ur.): *Women and men communicating: Challenges and changes*, 14–28. Orlando: HBJ.
- Bourdieu, Pierre (2002): *Praktični čut I*. Ljubljana: Studia Humanitas.
- Bovone, Laura (1997): Introduzione: Moda, mode, modi del vivere metropolitano. V Laura Bovone (ur.): *Mode*, 11–19. Milano: FrancoAngeli.
- Brown, Mary Ellen (1994): *Soap opera and women's talk: The pleasure of resistance*. California: Sage Publications, Inc.
- Butler, Judith (1990): *Težave s spolom: Feminizem in subverzija identitet*. Ljubljana: ŠKUC.
- Calefato, Patrizia (2004): *The clothed body*. Oxford: Berg.
- Costigan-Lederman, Linda (1993): Gender and the self. V Arliss, Laurie P. in Deborah J. Borisoff (ur.): *Women and men communicating: Challenges and changes*, 40–50. Orlando: HBJ.
- Cox, Caroline (2006): *Seduction: A celebration of sensual style*. London: Octopus Publishing Group.
- Coward, Rosalind (1989): *Ženska želja*. Ljubljana: Univerzitetna konferenca ZSMS.
- Crossley, Nick (2005): Mapping reflexive body techniques: On body modification and maintenance. *Body & Society* 11(1), 1–35.

- Černigoj-Sadar, Nevenka (1991): *Moški in ženske v prostem času: Socialne in psihološke dimenzije načinov preživljanja prostega časa*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
- Davis, Kathy (1995): *Reshaping the female body: The dilemma of cosmetic surgery*. New York & London: Routledge.
- De Beauvoir, Simone (1998): Drugi spol. *Delta* 4(3–4), 11–28.
- Di Mattia, Joanna (2004): What's the harm in believing: Mr. Big, Mr. Perfect and the romantic quest for Sex and the city's Mr. Right. V Kim Akass in Janet McCabe (ur.): *Reading Sex and the city*, 17–32. London: I.B. Tauris & Co Ltd.
- Featherstone, Mike (1991): The body in consumer culture: Social process and cultural theory. V Mike Featherstone, Mike Hepworth in Bryan Turner (ur.): *The Body: Social process and cultural theory*, 170–196. London: Sage Publications.
- Foucault, Michael (1993): *Zgodovina seksualnosti 3: Skrb zase*. Ljubljana: ŠKUC.
- Foucault, Michael (2004): *Nadzorovanje in kaznovanje: Nastanek zapora*. Ljubljana: Krtina.
- Franzoi, Stephen L. in Jeffrey Klaiber (2007): Body use and reference group impact: With whom do we compare our bodies. *Sex roles* (56), 205–214.
- Giddens, Anthony (2000): *Preobrazba intimnosti: Spolnost, ljubezen in erotika v sodobnih družbah*. Ljubljana: *cf.
- Gilbert, David (2000): Urban outfitting: The city and the spaces of fashion culture. V Stella Bruzzi in Pamela Church-Gibson (ur.): *Fashion cultures: Theories, explorations and analysis*, 7–24. London, New York: Routledge.
- Gilligan, Carol (1993): *In a different voice: Psychological theory and women's development*. Cambridge: Harvard University Press.
- Grad, Anton, Ružena Škerlj in Nada Vitorovič (1973): *Angleško-slovenski slovar*. Ljubljana: Državna založba Slovenije.
- Gray, John (1997): *Česar vam mati ni mogla povedati, oče pa ni vedel: Veščine za boljše razumevanje in trajno bližino*. Ljubljana: Gnosis-Quatro.
- Gray, John (1994): *Moški so drugačni, ženske tudi: Moški so z Marsa, ženske so z Venere, razumevanja med spoloma*. Ljubljana: Quatro.
- Haralambos, Michael in Martin Holborn (1999): *Sociologija: Teme in pogledi*. Ljubljana: DZS.

- Henry, Astrid (2004): Orgasms and empowerment: Sex and the city and the third wave feminism. V Kim Akass in Janet McCabe (ur.): *Reading Sex and the city*, 65–82. London: I.B. Tauris.
- Hertz, Leah (1994): *Amazonke poslovnega sveta*. Ljubljana: Založba Mihelač.
- Holliday, Ruth in Allie Cairnie (2007): Man made plastic. *Journal of Consumer culture* (7), 57–78.
- Hrženjak, Majda (2002): Biopolitika teles v ženskih revijah. V Majda Hrženjak (ur.): *Njena (re)kreacija: Ženske revije v Sloveniji*, 77–90. Ljubljana: Mirovni inštitut.
- Irigaray, Luce (1999): Female Desire. V Donn Welton (ur.): *The Body*, 351–360. Oxford: Blackwell Publishers Ltd.
- Ivy, Diana K. in Phil Backlund (2004): *Genderspeak: Personal effectiveness in gender communication*. New York: McGraw-Hill.
- Jogan, Maca (1990): *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.
- Kanjuro-Mrčela, Aleksandra (1996): *Ženske v menedžmentu*. Ljubljana: Enotnost.
- Korošak, Maja (2004): Obsedenost z videzom je tragika našega časa: Kaj vse smo pripravljene storiti v imenu lepote? *Naša žena* (9. September), 6–9.
- Krpič, Tomaž (2003): *Esej o telesnih dogodkih*. V Martin Klanjšek (ur.): *Raziskovalno delo podiplomskih študentov v Sloveniji*, 173–183. Ljubljana: Ena znanost.
- Krpič, Tomaž (2004): *Kognitivno delovanje človeškega telesa*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Kuhar, Metka (2001): Biti ženska v sodobni družbi. Počutiti se predebela. *Emzin* 11(3–4), 115–119.
- Kuhar, Metka (2003): Odraščati v kulturi vitkosti: Kako mlade ženske doživljajo nezadovoljstvo s telesom. *Teorija in praksa* 40(5), 860–873.
- Kuhar, Metka (2004): *V imenu lepote: Družbena konstrukcija telesne samopodobe*, Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Kuhn, Annete (2001): Ženski žanri: Melodrama, soap opera in teorija. V Ksenija Vidmar (ur.): *Ženski žanri: Spol in množično občinstvo v sodobni kulturi*, 11–40. Ljubljana: ISH.
- Legan, Jerca (2004): *Razgaljena: Žensko branje v Sloveniji*. Ljubljana: ISH.

- *Leksikon* (1976). Ljubljana: Cankarjeva založba.
- *Leksikon* (1998). Ljubljana: Cankarjeva založba.
- Majerhold, Katarina (1999): Moda in narava. *Razgledi* (27. Oktober), 14–15.
- Markham, Ursula (1990): *Women under Pressure: A practical guide for today's Woman*. Longmead: Element Books Limited.
- Mauss, Marcel (1996): *Esej o daru in drugi spisi*. Ljubljana: ŠKUC.
- Milek, Vesna (2004): Žensko telo v ogledalu množičnih medijev: Kdo nam postavlja merila? *Sobotna priloga* (26. Junij), 26–27.
- Modleski, Tania (2001): Iskanje jutrišnjega v soap operah današnjega dne. V Ksenija Vidmar (ur.): *Ženski žanri: Spol in množično občinstvo v sodobni kulturi*, 195–229, Ljubljana: ISH.
- Montagu, Ashley (1968): *Močnejše od moških*. New York: The MacMillan Company.
- Nastran-Ule, Mirjana (1993): *Psihologija vsakdanjega življenja*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
- Nastran-Ule, Mirjana; Anuška Ferligoj in Tanja Rener (1990): *Ženska, zasebno, politično*. Ljubljana: Znanstveno publicistično središče.
- Norton, Kevin, Timothy Olds, Scott Olive in Stephen Dank (1996): Ken and Barbie at Life size. *Sex roles* (34), 287–294.
- Oakley, Ann (2000): *Gospodinja*. Ljubljana: *cf.
- O'Hara, Georgina (1994): *Enciklopedija mode*. Ljubljana: DZS.
- Pearson, Judy in Roberta Davilla (1993): The gender construct: Understanding why men and women communicate differently. V Arliss, Laurie P. in Deborah J. Borisoff (ur.): *Women and men communicating: Challenges and changes*, 1–13. Orlando: HBJ.
- Pease, Allan in Barbara Pease (2003): *Zakaj moški ne poslušajo in ženske ne znajo uporabljati zemljevidov*. Ljubljana: Mladinska knjiga.
- Piccoli, Italo (1997): La moda tra regola e anarchia. V Laura Bovone (ur.): *Mode*, 135–149. Milano: FrancoAngeli.
- Primorac, Igor (2002): *Etika in seks*. Ljubljana: Krtina.
- Radway, Janice A. (2001): Branje romanc kot dejanje: Pobeg in pouk. V Ksenija Vidmar (ur.): *Ženski žanri: Spol in množično občinstvo v sodobni kulturi*, 427–473. Ljubljana: ISH.
- Rebula-Tuta, Alenka (2007): *Blagor ženskam*. Trst: ZTT EST.
- Shilling, Chris (1999): The body and difference. V Kathryn Woodward (ur.): *Identity and difference*, 65–107. London: The Open University.

- Sias, Gianfranco (1997): La funzione comunicativa dell' abbigliamento: Tra interpersonale e medievale. V Laura Bovone (ur.): *Mode*, 201–212. Milano: FrancoAngeli.
- Simmel, Georg (1998): Moda. *Časopis za kritiko znanosti* 26(189), 241–259.
- Skumavc, Urša (2002): *Reprezentacija mode v ženskih revijah*. V Majda Hrženjak (ur.): *Njena (re)kreacija: Ženske revije v Sloveniji*, 113–126. Ljubljana: Mirovni inštitut.
- Šadl, Zdenka (1993): Razum in čustva v simboličnem interakcionizmu. *Teorija in praksa* 30(7–8), 634–645.
- Šaver, Boštjan (2003): Foucault, Mauss, Bourdieu o telesnem in vsakdanjem v množični kulturi in športu. V Martin Klanjšek (ur.): *Raziskovalno delo podiplomskih študentov Slovenije*, 354–364. Ljubljana: Ena znanost.
- Štular, Suzana (1998): Družbena konstrukcija spolne identitete. *Teorija in praksa* 35(3), 441–454.
- Švab, Alenka (2002): “Divided we stand”: Teme in dileme študij spolov. V Aleš Debeljak, Peter Stanković, Gregor Tomc in Mitja Velikonja (ur.): *Cooltura: Uvod v kulturne študije*, 195–210. Ljubljana: Študentska založba.
- The Economist (2008): *Education and sex: Vital statistics*. (31. Maj), 91–92.
- Todorović, Aleksandar (1980): *Sociologija mode*. Niš: Gradina.
- Turner, Bryan (1993): Novejša dogajanja v teoriji telesa. *Časopis za kritiko znanosti* 21(156–157), 99–120.
- Vendramin, Valerija (2002): Primer kulture ženskosti: “Cosmo na delu”. V Majda Hrženjak (ur.): *Njena (re)kreacija: Ženske revije v Sloveniji*, 77–90. Ljubljana: Mirovni inštitut.
- Verbinc, France (1976): *Slovar tujk*. Ljubljana: Cankarjeva založba.
- Victor, David A. (1993): A crosscultural perspective on gender. V Arliss, Laurie P. in Deborah J. Borisoff (ur.): *Women and men communicating: Challenges and changes*, 29–39. Orlando: HBJ.
- Vidmar, Ksenija (2001): Ponavljanje pogleda: Ženski žanri v preseku množične kulture. V Ksenija Vidmar (ur.): *Ženski žanri: Spol in množično občinstvo v sodobni kulturi*, 11–40. Ljubljana: ISH.
- Vidmar, Ksenija (2003): Spolne mitologije v dobi “Globalne kulture”. *Delta* 9(1–2), 35–59.
- Vode, Angela (1998): *Spol in upor 1. knjiga*. Ljubljana: Knjižna zbirka Krt.

- Žnidaršič-Žagar, Sabina (2005): Materinjenje in sodobno gospodinjstvo: Trenda 20. stoletja. V Dušan Nećak (ur.): *Stiplovškov zbornik*, 103–118. Ljubljana: Oddelek za zgodovino Filozofske fakultete.
- Weininger, Otto (1993): *Spol in značaj: Načelna preiskava*. Ljubljana: Analecta.
- Wolf, Naomi (1991): *The beauty myth: How images of beauty are used against women*. New York: Doubleday.

SPLET

- Fabjan, Marjan (2005): *Na skrivaj pod nož – za pol milijona tolarjev*, 17. marec. Dostopno na <http://213.250.55.115/Ris2007/default.asp?kaj=3&id=2005031702669289> (6. maj 2008).
- Home box office (2008): *Sex and the city*. Dostopno na <http://www.hbo.com/city/> (6. maj 2008).
- Tončić, Rajko (2006a): *Zmanjševanje prsi pri moških*. Dostopno na <http://www.lepotnakirurgija.com/zmanjsevanje-prsi-pri-moskih.html> (6. maj 2008).
- Tončić, Rajko (2006b): *Vrste lepotnih posegov*. Dostopno na <http://www.lepotnakirurgija.com/lepotni-kirurski-poseg.html> (6. maj 2008).

11. PRILOGE

PRILOGA A: Intervju

Koliko časa sta par/poročena?

Starost, izobrazba?

Koliko časa pred poroko sta bila par?

Imata otroke (koliko in starost)?

Se vama zdi, da se dobro poznata?

1. SKLOP

Ž: Kaj si želela kot punčka in kakšna so bila tvoja pričakovanja (idealni partner, si želela biti mati ali gospodinja, se ti zdi da si/bi/boš dajala prednost karieri ali družini)?

M: Kaj si sanjal kot deček, kakšna naj bi bila tvoja idealna partnerka?

2. SKLOP

Ž: Kako se ocenjuješ?

Bi na svojem telesu kaj spremenila, zakaj?

M: Kako ocenjuješ njo in njeno telo?

Kaj ti je na njej všeč, bi kaj spremenil?

Ž in M: Se strinjaš, da mora ženska skrbeti zase? Zakaj?

Ž: Se ti zdi, da sama (dovolj/preveč) skrbiš zase in svoj videz? Kako skrbiš za svoj videz?

M: Kako gledaš in ocenjuješ njeno skrb zase? Jo podpiraš, spodbujaš, se ti zdi (ne)smisljna?

So ti všeč ženske, ki skrbijo za svoj videz in veliko dajo nase? Zakaj?

Se ti zdi pomembno, da ženska izgleda lepo, negovano, privlačno? Zakaj?

Ž in M: Kakšne ženske/moški so ti nasplošno všeč, ti je pomembnejši videz ali možgani/status?

3. SKLOP

Ž in M: Kako preživljata prosti čas?

Ž: Gledaš telenovele, Seks v mestu, Razočarane gospodinje, bereš romantične romane...? So ti všeč? Zakaj ja/ne?

Kakšne revije bereš, zakaj jih bereš?

M: Kakšne se ti zdijo ženske revije, kako jih ocenjuješ? Zakaj?

Kaj narediš ko ona gleda svoje filme, telenovele, serije?

Ž: Kaj narediš, ko on gleda nogomet, svoje filme, oddaje?

4. SKLOP

Ž: Slediš modi in modnim trendom, zapovedim?

Kako pogosto hodiš po trgovinah?

Hodi on s teboj, kako se vede (sitnari, sodeluje, ti svetuje, je odtujen...)?

Koliko časa zdrži nakupovanje s teboj?

Za koga se oblačiš (zase, za druge, za svojega partnerja)?

Kaj občutiš pri nakupovanju, oblačenju, ličenju in lepotičenju nasploh?

M: Ti je všeč kako se ona oblači?

Kaj bi spremenil pri njenem oblačenju?

Ž in M: Se ti zdi da je obleka pri ženski pomembna, zakaj?

Se strinjaš s trditvijo "*Videz je pogoj za ljubezen moškega*"?

Se ti zdi, da je obleka lahko pomoč pri zapeljevanju?

M: Najbolj zapeljiv kos perila?

Se ti zdi spodnje perilo pomembno za stabilnost zveze oz. za zvestobo partnerja?

5. SKLOP

M: Si opazil, da bi moški gledali za njo? Če res, kaj storiš, ti je to všeč? Zakaj?

Kaj ob tem občutiš?

Se ti zdi, da jo imaš za to še raje?

Se ti zdi, da ti jo drugi zavidajo?

Ž: Če gledajo moški za teboj, ti je všeč? Zakaj?

Kaj ob tem občutiš?

6. SKLOP

Ž in M: Zaradi česa se največkrat spreta?

Kako izgledajo vajini prepiri (kdo je glasnejši, katera obvelja na koncu...)?

Ž: Ko jokaš, kaj on naredi?

M: Ko joka kaj začutiš, razmišljaš? Čutiš, da jo moraš potolažiti, zaščititi...?

Ž: Se ti zdi, da bi se lahko spustila z moškim (ki ga ne poznaš) le v seksualno razmerje?

Kakšne pogoje mora moški izpolnjevati, da bi se z njim zapletla v čustveno razmerje?

Ž in M: Prisegaš na t.i. *one-night-stand* aventure?

Se strinjaš s trditvijo: “*Moški so plenilci, ženske plen*” oz. “*Moški lovijo ženske se kažejo*”?

7. SKLOP

Ž: Si se kdaj počutila v napačnem telesu (da si rojena kot napačen spol)?

Se dobro počutiš, da si ženska?

Ž in M: Kako gledaš na razporeditev oz. dodelitev vlog med spoloma? Se ti zdi, da so te pravilno, pravično razdeljne?

Se ti zdi, da so ženske podrejene moškim, da (ni)majo dovolj pravic?

M: Se počutiš večvrednega od žensk? Zakaj ja/ne?

Ž: Se ocenjuješ kot feministko?

M: Se ti zdi, da imajo ženske preveč pravic, premalo?

Kako gledaš na feministke?

8. SKLOP

Ž: Se bojiš (si se bala) starosti? Zakaj?

Česa te je (bilo) najbolj strah?

Ž: Si kdaj razmišljala o lepotni kirurgiji?

M: To podpiraš? Bi ji svetoval lepotno kirurgijo? Če je odgovor pritrdilen kje in zakaj?

PRILOGA B: Tabela 11.1: Podatki intervjuvanih parov

PAR	LETA	IZOBRAZBA	STAN	OTROCI	KRAJ	
1	Ž	21	Študentka	Par:	/	Nova Gorica
	M	24	Poslovni tajnik	2 leti		
2	Ž	24	Absolvent	Par:	/	Nova Gorica
	M	24	Ekonomski tehnik	8 let		
3	Ž	24	Zdravstveni tehnik	Par:	/	Nova Gorica, Gorizia (IT)
	M	26	Poslovni tajnik	2 leti		
4	Ž	26	Absolvent	Par:	/	Ljubljana
	M	26	Inženir telekomunikacij in študent	4 leta		
5	Ž	32	Visoka šola za upr. in posl.	Par:	Pričakujeta 1. otroka	Ljubljana
	M	33	Visoka šola za upr. in posl.	9 let		
6	Ž	34	Upravni tehnik	Poročena:	1 (3 leta)	Ljubljana
	M	39	Strojni inženir in ekonomist	9 let		
7	Ž	50	Kemijski tehnik	Poročena:	1 (24 let)	Nova Gorica
	M	50	Inženir kemije	27 let		
8	Ž	60	Ekonomist - upokojena 2 leti	Poročena:	2 (37 let in 29 let)	Nova Gorica
	M	60	Strojni inženir	38 let		
9	Ž	74	Višji farmacevtski tehnik - upokojena 15 let	Poročena:	2 (40 let in 33 let)	Ljubljana
	M	75	Visoko kvalif. strojni ključavničar - upokojen 10 let	49 let		

PRILOGA C: Razlike med moškimi in ženskami v doživljanju in odzivanju



PRILOGA D: Zapeljevanje (erotične poze) skozi zgodovino



18. STOLETJE



18. STOLETJE



ZGODNJE 20. STOLETJE



1944



1980



2000