

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Vesna Novak

**Športna in "fit" ženska kot nova lepotna norma ženskih revij**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2010

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Vesna Novak

Mentorica: doc. dr. Maruša Pušnik

**Športna in "fit" ženska kot nova lepotna norma ženskih revij**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2010

## *Zahvala*

*Posebna zahvala mentorici doc. dr. Maruši Pušnik za vse strokovne nasvete pri pisanju diplomskega dela, usmerjanje, konstruktivno kritiko in hitro prebiranje vmesnih različic diplomske naloge.*

*Hvala vsem, ki ste mi pomagali na moji študijski poti, me spodbujali in mi kakorkoli pomagali med pisanjem diplomske naloge. Še posebej hvala mami Mojci za potrpežljivost in tebi, Andrej, za vso tehnično pomoč, spodbujanje z objemi in izleti na Koroško.*

*Hvala vsem, ki verjamete vame, in me imate radi takšno, kot sem.*

## ŠPORTNA IN "FIT" ŽENSKA KOT NOVA LEPOPOTNA NORMA ŽENSKIH REVIJ

Osrednja tema diplomske naloge je pojav športne in "fit" ženske kot nove lepote norme v ženskih revijah. Cilj je bil ugotoviti, kakšne diskurzivne strategije uporabljata izbrani ženski reviji za nagovarjanje svojih bralk izključno v prispevkih o telesni vadbi. Reprerentacije ženskosti sem raziskala skozi vlogo ženske kot športne in "fit" v dveh različnih revijah: reprerentativni ženski reviji Cosmopolitan in specializirani reviji Lepa in zdrava. Vsebinska analiza prispevkov v omenjenih dveh revijah je potrdila mojo hipotezo, da obe reviji v svojih diskurzivnih strategijah uporabljata športno in "fit" žensko kot simbol lepote, zdravja, užitka in uspešnega življenja. V revijah se je tako začel pojavljati nov pogled na žensko telo, ki ni izključno vezana le na vitko in suho ampak na zdrave obline in športno obliko telesa, ki posameznicam prinaša tako telesno kot duševno zdravje. Prav tako lahko potrdim tudi hipotezo, da je norma športno aktivne ženske postal le eden od načinov kultiviranja ženskega telesa. Diskurz telesne vadbe v povezavi z diskurzom zdravja, estetike, dobrega počutja in užitka neposredno nagovarja ženske k discipliniranju teles, pri čemer pa ne poudarja same telesne vadbe, ampak predvsem reprerentacijo pomenov, ki jih izvajanje telesnih praks prinaša. Ženske revije s sklicevanjem na strokovni diskurz in v službi kapitala reprerentirajo ukvarjanje s telesno vadbo kot normo ženskosti.

Ključne besede: ženskost, ženske revije, discipliniranje telesa, športna in "fit" ženska, popularizacije telesne vadbe

## SPORTY AND FIT WOMAN AS A NEW BEAUTY NORM OF WOMEN'S MAGAZINES

The central theme of this work is the emergence of sporty and fit woman as a new beauty standard in women's magazines. The central objective was to determine which discursive strategies are used by the two chosen women's magazines in order to reach its readers only by means of articles about physical exercise. I explored representations of femininity through the role of woman as athletic, active and fit in two different magazines: the representative women's magazine Cosmopolitan and the specialized woman's magazine Lepa in zdrava. Content analysis of the contributions in these two journals confirmed my hypothesis that both magazines use sporty and fit woman as a symbol of beauty, health, pleasure and successful life in their discursive strategies. The magazines have also started to launce a new perspectiv on the female body, which is not exclusively linked only to the lean and scantily body, but to healthy curves and healthy fit shape, which brings individuals both physical and mental health. Also the hypothesis that the new beauty norm as a sporty and fit woman became only one of the ways of cultivation and discipline of the body can be confirmed. The discourse of physical exercise in connection to the discourse of health, aesthetics, well-being and pleasure directly addresses women into disciplining their bodies. It does not highlight a single exercise, but rather the reprerentation of meanings that the implementation of physical practice brings. Women's magazines with reference to the professional discourse and in the service of capital reprerent dealing with physical exercise as a norm of femininity.

Key words: femininity, women's magazines, disciplining the body, sporty and fit women, popularization of physical exercise

# Kazalo vsebine

1 UVOD.....	6
2 ŽENSKA IN ŽENSKO TELO V SODOBNI DRUŽBI.....	7
2.1 Odnos do telesa in identiteta.....	9
2.2 Pomen discipliniranega, tudi "fit" telesa v današnji družbi.....	11
2.3 Športno in "fit" telo kot lepotni standard in možnosti za njegovo dosego .....	13
2.4 Športno in "fit" telo kot način samodiscipline ali svobodna izbira ženske?.....	15
3 MEDIJSKO SKONSTRUIRAN TELESNI IDEAL »ŠPORTNE IN "FIT" ŽENSKE«..	18
3.1 Sodobne ženske revije kot pomemben "stvarnik" ženskosti .....	20
3.2 Skrb za telo in reflektivne telesne tehnike .....	24
3.3 Telesna vadba kot ena najpomembnejših telesnih praks .....	25
3.4 Telesna vadba kot način za nadzorovanje telesa in samodiscipliniranja.....	27
4 MEDIKALIZACIJA IN POPULARIZACIJA TELESNE VADBE .....	31
4.1 Popularizacija telesne vadbe v potrošniški družbi.....	33
4.2 Telesna vadba za estetiko telesa .....	35
4.3 Telesna vadba – trpljenje ali užitek? .....	36
4.4 Najbolj popularne vadbe žensk za ustvarjanje drugačne (želene) podobe telesa .....	39
5 ŠTUDIJA PRIMERA: REVIJI LEPA IN ZDRAVA TER COSMOPOLITAN .....	41
5.1 Revija Lepa in zdrava .....	43
5.2 Vsebinska analiza prispevkov o telesni vadbi v Lepi in zdravi.....	46
5.2.1 Osebnostni diskurz – pisma bralk in "navadnih žensk" .....	47
5.2.2 Strokovni diskurz .....	50
5.2.3 Diskurz novinarjev in oblikovalcev revije .....	53
5.2.4 Diskurz zdravja .....	57
5.2.5 Diskurz estetike .....	59
5.2.6 Osebnostni intervjuji s "fit" ženskami.....	62
5.2.7 Diskurz znane osebnosti o telovadbi in telesu .....	64
5.3 Revija Cosmopolitan kot reprezentativna ženska revija.....	65
5.4 Vsebinska analiza prispevkov o telesni vadbi v Cosmopolitanu.....	68
5.4.1 Strokovni diskurz .....	68
5.4.2 Diskurz novinarjev in oblikovalcev revije .....	70
5.4.3 Diskurz estetike .....	74
5.4.4 Diskurz seksa .....	77
5.4.5 Tržni diskurz .....	78
5.5 Diskusija .....	80
6 SKLEP .....	84
7 LITERATURA .....	87

# 1 UVOD

Ženske se ne rodijo, temveč ženske postanejo. Ženski spol ni nekaj absolutnega, temveč nekaj venomer vzpostavljaljajočega in spreminjaljajočega se, pri konstituiranju katerega igrajo ključno vlogo mehanizmi delovanja družbene moči in ideoloških aparatov države. K tem sodijo tudi ženske revije. Ženske revije bralke najpogosteje obravnavajo znotraj poenotenih okvirov spola, pri čemer zanemarjajo družbene, kulturne, rasne in seksualne razlike med njimi. Ženske konstruirajo kot enoten družbeni razred – ženski razred, v katerem je edini pogoj za članstvo spol. Ženske revije pa žensko obravnavajo tudi kot subjekt potrošnje z vpeljavo disciplinirajočega (strokovnega) diskurza, ki temelji na latentnih idejah in mehanizmih regulacije ženskega telesa.

Ravno zaradi tega sem se odločila raziskati reprezentacije ženskosti skozi vlogo ženske kot aktivne, športne in "fit". To bom storila na primeru raziskovanja dveh ženskih revij, ki sta po načinu nagovarjanja svojih bralk in diskurzih, ki jih pri tem uporabljata, različni: na reviji *Cosmopolitan*, namenjeni predvsem mladim ženskam, ter reviji *Lepa in zdrava*, ki že v naslovu napoveduje, da se dotika predvsem zdravega in aktivnega načina življenja, ki seveda naredi žensko lepo.

Na podlagi svoje analize bom preverjala naslednje teze:

1. Športna in "fit" ženska je izpodrinila lik shirane manekenke v ženskih revijah.
2. Reviji *Lepa in zdrava* ter *Cosmopolitan* v svojih diskurzivnih strategijah, ki jih uporabljata za nagovarjanje bralk, uporabljata telesno aktivno in "fit" žensko kot simbol lepote, zdravja, užitka in uspešnega življenja.
3. Lik športne in "fit" ženske je postal le eden od načinov samodiscipline in skrbi za svoje telo žensk.

Empirični del diplomske naloge bo temeljil na konkretni študiji primera, kjer bom analizirala prispevke izbranih ženskih revij *Cosmopolitan* in *Lepa in zdrava* na temo športa in aktivnega preživljanja prostega časa žensk. Predmet analize bodo prispevki, ki se nanašajo na to temo v obeh revijah, poiskala pa bom tudi, kakšne diskurze uporabljata ti dve reviji za nagovarjanje žensk v smislu zdravega načina življenja s pomočjo različnih telovadb, fitnes vadb in drugih načinov aktivnega preživljanja

prostega časa. Tu me bo zanimalo predvsem, kako novinarske diskurze v tovrstnih revijah nadomeščajo strokovni in znanstveni diskurzi različnih strokovnjakov, vaditeljev in trenerjev, ki imajo vedno bolj pomembno vlogo v revijah za ženske. Kako danes npr. diskurz športa, zdravja ipd. vse bolj nadomešča druge diskurze. Prispevke bom analizirala na primeru 12 številk obeh revij, ki so izhajale v letu 2009 (od januarja 2009 do decembra 2009).

Zanimalo me bo, ali so te reprezentacije ženskosti v ženskih revijah prevladujoče ali so drugotnega pomena in je v ospredju še vedno lepota, ki si jo ženska kupi z različnimi lepotnimi izdelki, oblekami in drugimi lepotnimi pripomočki. Hkrati pa bom raziskovala, kako reviji Lepa in zdrava ter Cosmopolitan v svojih prispevkih uporabljata športno in "fit" žensko – vlogo aktivnega življenjskega stila ženske, ter kakšne diskurzivne strategije uporabljata pri nagovarjanju svojih bralk.

Diplomska naloga je sestavljena iz poglavij in podpoglavij. Prvo poglavje v teoretičnem delu bom namenila splošnemu obravnavanju ženskega telesa v povezavi z lepotnim idealom, skrbjo za zunanji videz in vplivom videza na identiteto. Drugo poglavje bo namenjeno discipliniranju in kultiviranju ženskega telesa v sodobni družbi ter medijskemu vplivu na telesni ideal. V tem poglavju bom predstavila tudi telesne tehnike za doseg lepega videza, med katerimi je v današnji družbi posebej pomembna postala telesna vadba. Tej bom v podpoglavjih posvetila tudi največ pozornosti. Telesno vadbo bom obravnavala kot eno najpomembnejših tehnik za oblikovanje telesa in hkrati nadzorovanje ter samodiscipliniranje ženskega telesa. Obravnavala bom tudi pojav medikalizacija družbe, ki ima velik vpliv na popularizacijo telesne vadbe. Na popularizacijo vadbe imajo velik vpliv tudi družba (država) in množični mediji, še posebej revije za ženske. To bom skušala pokazati v študiji primera dveh ženskih revij. Diplomsko nalogo bom zaključila z razpravo in sklepom.

## **2 ŽENSKA IN ŽENSKO TELO V SODOBNI DRUŽBI**

Telo je tisto, kjer se stikata družbeno in individualno (Milek 2004, 26), v katerem se prepletajo družbene in naravne danosti ter potenciali. Telo se nanaša na biološki okvir le posredno, saj je telo biološki, kulturni in psihični objekt. Oblikuje se v socialnih,

kulturnih, historičnih in političnih kontekstih. Z njegovo pomočjo posameznik sporoča tudi svoja notranja stanja, zato je telo tudi pokazatelj duševnega stanja posameznika (Krpič 2003, 17).

Preko telesa se vidijo posameznikova protislovja zahodne družbe, ki pa se mora za lastno dobrobit nenehno prilagajati kulturnemu razvoju družbe (Južnič 1998). Vsako zgodovinsko obdobje in kultura oblikujeta nove zahteve, predstave in ideale o telesu pa tudi o drugih družbenih področjih. Predpostavka o nadzoru telesa obstaja le kot mit, v katerem se skriva želja po premagovanju smrti in človeška želja obvladovati naravo (Milek 2004, 26). Telo je torej stik med javnim in intimnim, družbenim in individualnim. Tako kot so se v različnih obdobjih spreminjali standardi in telesni ideali: od obilne do vitke postave, preščipnjene v pasu, do anoreksičnih manekenk in nenazadnje zdrave, "fit", atletske ženske, so se spreminjale tudi tehnike za nadzor in discipliniranje telesa. Represivne tehnike tako niso ukinjene, ampak le spremenjene (Foucault 2004).

Delitev na biološko (statično) in družbeno (dinamično) plat telesa je problematična, saj gre za prepletanje teh dveh plati v kompleksnih razmerjih. Naravne danosti telesa so bile za razumevanje družbenega delovanja (kako deluje posameznik v družbi) vedno pomembne. Telo izraža antagonizem (nasprotje) med naravnimi danostmi in značilnostmi, možnostmi ter zahtevami družbe. Turner meni, da odnos med posameznikom in družbo izraža razmerje med zasebnim in družbenim (Turner 1996, 65). Družba želi telo in njegovo delovanje nadzorovati na čim več področjih in ga disciplinirati, saj lahko vsako telo pomeni grožnjo družbenemu redu. Z discipliniranjem telesa želi družba ohranjati družbeni red, zato je lahko telo razumeti tudi kot bojno polje različnih političnih interesov (Turner 1996, 68). Biološke potrebe narekujejo neko določeno količino in obliko telesne vadbe, ki omogočajo normalno biološko delovanje telesa. Vsak posameznik oblikuje individualne potrebe po gibanju in telesni vadbi, na katere vpliva družbeno vrednotenje telesnega ideala kot tudi načini za doseganje tega ideala. Kompleksnost sodobne družbe vedno bolj posega v odnos med posameznikom (njegovim telesom) in družbo, ter se pomika v smeri vse večje polarizacije med posameznikom kot fizičnim telesom in družbo. To pa vodi k vse večjemu raztelesenju duš. V sodobni družbi je družbeno vrednotenje povezano z ekonomskim učinkom in željo po dobičku. Fitnes centri in drugi obrati, ki ponujajo različne načine za



oblikovanje telesa, želijo to storiti v kar se da kratkem obdobju, hitro in instant, njihov glavni cilj pa je polnjenje blagajn.

## **2.1 Odnos do telesa in identiteta**

Šele v devetdesetih letih dvajsetega stoletja je vrsta znanstvenikov aktualizirala vprašanja razumevanja telesa, telesnega, odnosa med telesom in družbo. Ob obravnavi teh vprašanj so znanstveniki opozorili, da je treba telo razumeti kot:

- nekaj, kar imamo (telo kot objekt),
- nekaj, kar smo (telo kot subjekt),
- nekaj, kar lahko postanemo (telo v procesu spreminjanja).

Zakaj so vprašanja telesa, telesnosti, odnosa med telesom in družbo postala tako aktualna ravno v tem času? Turner (1996) meni, da je k problematiziranju telesa/telesnosti prispeval pojav t. i. psihosomatske družbe, v kateri se temeljni družbeni problemi in vprašanja obravnavajo preko telesa, odnosa do zdravja in bolezni, kjer se tudi rešitve za širše družbene probleme iščejo v obravnavi posameznega telesa. Posameznik naj bi tako že samo s spremembo odnosa do zdravega življenja lahko reševal tudi širše probleme, s katerimi se sooča. Podobno mnenje deli tudi A. Giddens (1991), ki poudarja, da se v moderni družbi telo vzpostavlja kot izraz čustvenih odzivov in medčloveških odnosov. Poudarja, da je za moderno družbo značilna t. i. transformacija intimnosti, ki je prav na področju telesnega, zdravja in bolezni najbolj očitna. Med dejavnike, ki so aktualizirali vprašanje odnosa med telesom in družbo, moramo po mnenju Fraserja in Greca (2005) šteti spremembe v sami družbi, kot sta npr.: oblikovanje prostega časa in potrošništvo. Oba procesa naj bi namreč legitimirala užitek in želje, povezane tudi s telesnim hedonizmom (nazor, da je cilj človekovega življenja uživanje). K drugačnemu odnosu do telesa naj bi prispevala tudi novo razumevanje zdravja in bolezni, saj postajata zdravje oziroma bolezen vse bolj nerazločljivi stanji, ki se izmenjujeta in obstajata tako rekoč sočasno. To je pomembno še posebej zato, ker sta tako zdravje kot bolezen vse bolj vpeta v vzorce preživljanja prostega časa in dela ter ju ni mogoče izločevati iz "normalnega življenja".

Aktualiziralo se je tudi vprašanje odnosa med telesom in človekovo identiteto. Telo je namreč v današnjem času postalo ključni dejavnik oblikovanja identitete, saj je ta v

veliki meri odvisna od videza telesa (Kuhar 2003). Povezava med telesnim videzom in identiteto je še posebej eksplicitna med ženskami, ki morajo biti v današnji družbi lepe. Zunanja podoba je postala označevalka notranjosti in tako je lahko "dobra" oseba lepe oseba. Telesni videz ima torej v današnji družbi veliko vrednost in lepo telo je postalo označevalec celotne identitete posameznika. »Mnogim je postal eden pomembnih življenjskih ciljev doseči to, da bi telo dobro govorilo o njih. Pogosto je celotna identiteta posameznika in predvsem posameznice definirana zgolj preko telesa« (Kuhar 2004, 11).

Telo je mogoče obravnavati kot zunanji izraz nas samih, naše identitete. Ob tem pa se pojavi nevarnost zavajajočega pojmovanja vidnih znakov identitete. Ta nevarnost se v današnjem času najbolj izraža preko pojava dveh bolezni: anoreksije in bulimije. Ti dve bolezni motenj hranjenja sta tipični izrazni obliki razmerja med telesom in identiteto. Dojemanje družbenih norm (v tem primeru norme vitkega telesa) in dojemanje samega sebe se v tem primeru neposredno odrazijo na tistem delu telesa, ki ga lahko nadzorujemo in nanj vplivamo (telesna teža). Primer anoreksije izraža tragično protislovje med dojetjem sebe, svojega telesa in položaja – izguba nadzora nad duševnim in navidezno nadzorovanje (fizičnega) telesa. Hkrati pa se pojavi protislovje med družbenimi normami in pretirano shiranim telesom, ki nikakor ni družbeno sprejemljivo. Primer anoreksije je ekstremno vedenje, katerega cilj je "ustrezati fizičnim predstavam", ki naj bi veljale v družbi, vendar anoreksiki dosežejo ravno nasprotno. Bordo (1995) ta pojav označuje kot paradoks, ko pride do nasprotja oziroma nasprotnega učinka z družbenimi pogoji, ki so ga ustvarili. Anoreksija, ki je v bistvu izraz želje po moči nad telesom, po nadzoru nad svojim življenjem ter po podrejanju družbenim normam (imeti vitko postavo), privede do popolne izgube nadzora nad telesom (celo do te mere, da je ogroženo zdravje) in do pojavnih oblik telesa, ki nikakor ne ustreza družbenim normam. Do nasprotnega učinka pride tudi pri prekomernem ukvarjanju s telesno vadbo oziroma pri obsedenosti s telovadbo. Navedeni primeri ilustrirajo, kako močno je naša pojavna oblika (telo) povezana z dojetjem sebe, z našo identiteto.

Kuharjeva pravi (2004), da je telo medij samopredstavljanja, samopromocije in samooglaševanja; hkrati pa tudi mesto družbene stigmatizacije, če odstopa od družbeno sprejetih standardov. Telo služi kot predmet razkazovanja družbenega razreda, statusa,

etničnih razlik; označuje bogastvo, moč, uspešnost, zmožnost (Kuhar 2004, 11). Lepo telo je začelo odsevati telesno in duševno zdravje posameznika, kar pa telo enači z disciplinirano osebnostjo, saj je ženski telesni ideal nekonsistenten in izredno težko dosegljiv. Svojo strogost pa sodobni telesni ideal povečuje še z nenehnim nadziranjem delovanja žensk tako, da jih prekomerno zaposluje s spreminjanjem "neustreznega" videza. Še več. V primeru njegovega nedoseganja jim slabi samozavest in povečuje negativno telesno samopodobo (Wolf v Kuhar 2003, 10–12).

Kuharjeva pravi, da je že krščanska kultura izpostavila dihotomijo telo – duh. Razcep med telesom in duhom je pomemben problem tudi v moderni filozofiji, ker je človeško telo pojmovano le kot dom jaza. Razločevanje med telesom in duhom je povezano tudi s spolom: moške so od nekdaj povezovali z umom, razumom, racionalnostjo in logiko, ženske pa so predstavljale naravni telesni pol (Kuhar 2004). Sodobna zahodna kultura ne poudarja več telesa kot le materialno osnovo človeka, temveč daje poudarek na videz telesa in pomene, ki so povezani z videzom (Kuhar 2004). Telo ima v sodobni družbi največji pomen kot lepota, estetski in seksualni objekt, ki je namenjen užitku in zabavi. In če je dihotomija duh – telo povezana s spolom, je pomen telesnega videza še posebej prisoten pri ženskah.

Kljub zmanjševanju socialnih razlik med spoloma pa se s telesnim videzom še vedno zarisujejo odnosi med moškim in žensko. Razlika s patriarhalnim pogledom je le v tem, da lep telesni videz danes ni samo simbol razlik med spoloma, temveč tudi simbol zdravja in lastnega dobrega počutja (Kuhar 2004). Tako se skozi telesno delovanje in videz konstruira sebstvo in se kaže družbenemu, zunanjemu svetu. Kult telesnega pa vzdržujejo številni dejavniki: zdravstveni diskurz, množični mediji, medicina, oglaševanje in vsakdanji razum. Kuharjeva meni (2004), da je kult telesa zmožen artikulirati številne hierarhije.

## ***2.2 Pomen discipliniranega, tudi "fit" telesa v današnji družbi***

Francoski filozof Michael Foucault je velik del svojih teorij posvetil odnosu med družbo in telesom, odnosu med telesom in oblastjo. Zagovarjal je tezo, da je oblast nad telesi posameznikov nenehno prisotna, telo pa je nekaj, ker se konstruira z diskurzi. »V

vsaki družbi obstajajo mnogoteri oblastniški odnosi, ki prežemajo, opredeljujejo in konstruirajo družbeno telo, in ti oblastniški odnosi ne morejo biti vzpostavljeni, utrjeni in izvajani brez produkcije, akumulacije, cirkuliranja in funkcioniranja diskurza« (Foucault 1984, 29). Diskurz lahko razumemo kot koncept principov, ki ustvarjajo določen način razumevanja in ki podpirajo, generirajo in ustvarjajo odnose družbenega življenja. Oblast po Foucaultu nenehno kroži in ni nikoli skoncentrirana ali lokalizirana v rokah enega posameznika, ampak se uporablja in izvaja preko mreži podobne organizacije. Telo pa je rezultat učinkov te oblasti.

Majda Hrženjak (2002, 17) meni, da so tehnike samonadzorovanja in samodiscipline, ki se prenašajo preko različnih diskurzov, tiste, ki proizvajajo telesa. Te tehnike so na primer vitko telo, depilirano telo, nalepotičeno telo, atletske telo ipd. Foucault z izrazom disciplinirana oblast poimenuje tisti tip oblasti, ki družbo spremlja in predstavlja temelj industrijskega kapitalizma. V današnji družbi ima politični aparat države veliko več vpliva, moči in kontrole nad posamezniki, kot jo je imel kdajkoli prej.

Diskurz pa je po Foucaultovem mnenju še nekaj močnejšega, ima sposobnost, da zajame večji prostor in populacijo. S tem ima diskurz možnost večje kontrole in moči nad posameznikom. Namen discipliniranja pa je povečati koristnost telesa. Foucault tudi pravi, da je telo prizorišče političnega boja ter osrednji mehanizem za socialni nadzor. Telo je »neposredno potopljeno v politično polje, oblastna razmerja ga neposredno zajemajo, investirajo, zaznamujejo, urijo, mučijo, prisiljujejo k delu, mu vsiljujejo ceremonije, zahtevajo od njega znake ...« (Foucault 1984, 30). Ne glede na prostor in čas je telo predmet, ki dobi smisel preko zunanjih sil (Foucault 1984, 112). Ženske, ki hujšajo in telovadijo, po Foucaultovi logiki torej to počnejo zato, da bi ugajale drugim. Z nadzorovanjem telesa pa posameznik postane ujetnik svoje lastne duše. Ženska, ki nadzira prehranjevanje, šteje kalorije, vsakodnevno telovadi, je podobna zaporniku, ki sam sebe nadzoruje. Panoptični model, ki ga je razvil že filozof Jeremy Bentham, lahko razumemo kot preokupacijo s svojimi telesi. Posameznica je tako ujetnica v svoji duši, mislih in se nenehno samonadzoruje, predvsem zato da bi ugajala drugim. V sodobne mehanizme oblasti pa smo tako ujeti tudi takrat, ko domnevamo ravno nasprotno, da smo svobodni posamezniki. Na ujetost v nenehno oblast in nadzorovanje pa v veliki meri vplivajo ravno diskurzi. Današnja družba tudi preko diskurzov nenehno zahteva predanost in disciplino v vseh sferah, ne le fizični

(telesni). Samodisciplina je tako sestavni model kulture, povezuje pa se z vztrajnostjo, delom, s trdom, prizadevanjem, skratka s koncepti dominacije in avtoritarnosti (Elias 2000).

A zakaj bi disciplino povezali z nečim negativnim, saj je ta sama po sebi nekaj dobrega in koristnega? Človek je vsak dan podvržen negativnim vplivom zunanjega sveta in družbe, in če je discipliniran, mu je odrekanje (na vseh področjih) veliko lažje. Disciplina pa je pomembna tudi za področje telesa in z njim povezanim negovanjem. Disciplina lahko predstavlja psihološko plat posameznika, telo pa fiziološko, in ker je nujno, da sta ti komponenti med seboj povezani in da delujeta simultano, je zato tudi (samo)disciplina nujna komponenta oziroma dopolnilo telesa in njegovega negovanja. Duša in telo sta dva različna koncepta, a hkrati pojasnjujeta posameznika kot celoto, med seboj sta povezana in prepletena, nadzor nad enim pa hkrati pomeni discipliniranje drugega in obratno.

### ***2.3 Športno in "fit" telo kot lepotni standard in možnosti za njegovo doseg***

Današnja družba je družba "videza", ki ceni vizualno estetiko, si jo želi in jo nenehno išče. Lepo telo je v 21. stoletju tako postalo že skoraj neformalna zahteva. Predvsem ženske so vsak dan izpostavljene sporočilu, kako je videz pomemben – lepoto se je začelo celo enačiti z uspehom in sposobnostjo. Lepotičenje in telesna vadba pa sta le eni izmed številnih praks človekovega, predvsem pa ženskega vsakdana, s pomočjo katerih se pripadnice nežnejšega spola ukvarjajo same s seboj. Kot ena najboljših tehnik za doseganje lepotnega ideala, vitkosti, je danes gotovo postala telesna vadba. Še nikoli niso ženske tako množično obiskovale fitness centrov in telovadnic, kot to počno danes. Zakaj se je to zgodilo, bom poskušala razložiti v tem poglavju.

Objektivizacija zahodne sodobne družbe ženska telesa obravnava kot objekte (Greenleaf 2005), ki jih ocenjuje, kar povzroča, da so še same podvržene samoocenjevanju. Telo je tako na nek način postalo objekt preobrazbe z brezciljnim iskanjem identitete, saj so sodobni standardi za večino žensk praktično nedosegljivi. Posledično se v primeru telesnega ideala tako prepričanje izrazi v ženskih percepcijah do svojih teles v tej meri,

da se začnejo samostigmatizirati zaradi njihovih odklonov od tega ideala. Posameznice so nenehno potencialno podvržene stigmatizaciji, kar obudi občutja, ki jih Goffman (2008) predpostavlja za osebe s stigmo – sovraštvo do sebe in sram.

Z lepotnim idealom kot najmočnejšo komponento, ki določa ženskost, je pritisk na sodobno žensko postal izjemno velik, saj naj bi izkušnja sebe kot lepe dodatno utrjevala žensko identiteto. Ženske ta pritisk hitro ponotranjijo že v otroških letih, saj je v močnem sodobnem vplivu množičnega medija konstantno reprezentiran. Največjo vplivno moč vizualnega medija imajo prav ženske revije, ki nenehno popularizirajo ne samo ,kako naj bi ženska izgledala, pač pa tudi, kako naj ta videz doseže. Ženske te vsebine vsakodnevno berejo in se izgublajo v užitku in fantazijah želja, da s pomočjo napotkov in uporabe predmetov, ki se jih oglašuje, dosežejo takšno kontrolo uma, ki bo nagovarjal telo, da telovadi. Če so v preteklosti kot najboljšo tehniko za doseganje lepotnega ideala, vitkosti, narekovale diete, je danes k tej praksi dodana, in prav tako pomembna, telesna vadba. Tako je v medijih telesna vadba reprezentirana kot pripomoček za izboljšanje videza, vendar skozi diskurz zdravja, ki daje tem napotkom še večjo legitimnost. Splošno znano in sprejeto zavedanje zdravja, ki ga dobimo s telovadbo, je danes potisneje pod diskurz estetike. Ta diskurz je postavil normo, da je osnovni namen telesnih praks športa za ženske doseganje dobrega videza (Starc 2003). S tem se telovadba zadnjih deset let popularizira na specifičen način, ki predstavlja idealen "mehanizem" do popolnosti telesa. Tako bi gibanje telesa oziroma šport lahko označili kot moderno "tehnologijo" za nadziranje in discipliniranje telesa. Živimo v "keep-fit" kulturi oziroma v družbi, ki nas spodbuja, da ohranjamo naše telo "fit", ga ohranjamo v formi. Skrb za svoj videz in nenehen trud, da bi prikrili napake, je namreč normalno stanje ženskosti.

Večina literature, ki obravnava področje ženskih lepotnih idealov in doseganje lepotnih standardov, vidi kulturno okolje prežeto s seksualno objektivizacijo. Kot ugotavlja Cowardova (1989), so seksualni objektivizaciji podvržene predvsem ženske. »Biti ženska pomeni biti nenehno nagovarjana in skrbno preiskovana« (Coward 1989, 1). Mnogi avtorji ugotavljajo, da sta okolje in družba naravnana tako, da obravnavata ženske kot estetski in seksualni objekt. Okolje ženske hkrati spodbuja, da tudi same nase gledajo kot na estetski objekt in pretirano ponotranjijo odzive drugih na njihovo

telesno podobo. S tem so podvržene pretiranemu poudarjanju in skrbi za lastni (lep) videz (Ambwani in Strauss 2007, 13).

Doseganje idealnega telesa je za ženske izredno težko in je tako rekoč nedokončani projekt. Statistični podatki kažejo, da kar 95 odstotkov žensk ne more doseči idealnega telesa, ker jim to ni naravno dano. Idealno telo je mogoče doseči le z nenehnim discipliniranjem samega sebe, nadzorom in močno voljo (Norton et al. 1996, 287–292). Norton meni (1996), da je težko oziroma skoraj nemogoče priti do idealne postave. A današnja družba je vedno bolj zahtevna in okrutna. Vitkost in idealne telesne mere 90 – 60 – 90 niso več mere, ki bi zagotovile uspeh. K telesnemu idealu se je v zadnjem obdobju pridružila tudi podoba atletskega telesa, mladostni videz, popoln obraz, mladostna koža, čvrsto telo, brez maščobnih blazinic itn. Lepotne zahteve se nenehno spreminjajo in pomikajo v smeri, ki od posameznikov, in predvsem posameznic, zahtevajo odrekanja in discipliniranja najbolj vsakdanjih stvari, začevši s hrano, prostim časom, intimnim življenjem in svobodo (Kuhar 2004).

## **2.4 Športno in "fit" telo kot način samodiscipline ali svobodna izbira ženske?**

Zakaj ženske porabijo veliko več časa, truda in denarja za discipliniranje svojega telesa kot moški? In zakaj ženske, nasprotno z moškimi, v veliki večini telovadijo samo zaradi kontrole telesne teže, čvrstosti telesa in privlačnosti – iz zunanjih motivov torej? Odgovor na vprašanje lahko delno najdemo v objektivizaciji ženskega telesa, ki se ga v sodobni družbi brez zadržkov gleda in konzumira. Lepotni telesni ideal pa je tako strog, da ga večina žensk z normalnimi in zdravimi telesnimi praksami ne more doseči. Objektivizacija, vrednotenje in utelešenje telesnih idealov vodi žensko v to, da zunanje poglede okolice ponotranji in se še sama začne dojemati kot objekt (Fresrickson in Roberts v Greenleaf 2005). Ta pojav Tiggerman in Lynch (v Strelan in drugi 2003) imenujeta samoobjektivizacija. Samoobjektivizacija pa ima lahko tako pozitivne kot negativne učinke. Negativne posledice so predvsem, da so ženske nezadovoljne s svojim videzom in s tem tudi hitreje stigmatizirane. Takšne ženske, ki tudi bolj poudarjajo zunanji videz, posledično telovadijo zato, da bi dosegle lepotni ideal – to kar družba od njih zahteva. Ženske z visoko stopnjo samoobjektivizacije telo uporabljajo kot adut ter potrditev s strani okolice iščejo na tak način, da telovadijo zgolj zaradi

estetskih motivov (Strelan in drugi 2003). Nasprotno pa so ženske, ki imajo nizko stopnjo samoobjektivizacije, bolj zadovoljne s svojim telesom, telovadijo pa zaradi realnih diskurzov športa; to so zdravje, boljše počutje in užitek (Strelan in drugi 2003).

Dokazano je, da ima telovadba dober vpliv na kakovost življenja, saj izboljšuje razpoloženje, krepi telo, povečuje stopnjo energije, prinaša zadovoljstvo in ima antidepresivne učinke (Pritchard in Tiggerman 2005). S teorijo samoobjektivizacije pa nekateri teoretiki razlagajo, da ima lahko povečana telesna vadba ravno obratne učinke na zadovoljstvo in samozavest.

K večanju objektiviziranja lahko pripomorejo tudi prostori za telovadbo, ki se fokusirajo zgolj na videz in so ustvarjeni za preoblikovanje telesa. Takšni prostori so na primer fitness centri, v katerih je ogromno predmetov, ki kažejo na osredotočenje in obravnavanje telesa kot objekta. To so na primer velika ogledala, kjer se lahko vadeči med vadbo nenehno ogledujejo, in slike lepih atletskih teles na stenah, ki opominjajo vadeče, kakšni morajo izgledati. K samoobjektivizaciji prispeva tudi možnost primerjanja vadečih žensk med seboj, ki so največkrat oblečene v oprijete športne drese, namenjene takšni vadbi. Tako vaditeljice aerobike kot vadeči nosijo oprave, ki razkrivajo telesne oblike, kar še dodatno pripomore k objektiviziranju vadečih teles. Vaditeljice vodenih vadb so še bolj kot vadeče ženske podvržene k samoobjektiviziranju, saj so kot osebe, ki naj bi vadeče vodile do lepotnega ideala, nenehno opazovane kot objekt obljubljenе lepote. Svoj delež k objektiviziranju teles v takšnih prostorih doda tudi prisotnost moških pogledov na ženska telesa med vadbo. Tovrstni športni objekti so na primer fitness centri, torej prostori, kjer se telo obravnava kot objekt, ki ga je potrebno preoblikovati (Prichard in Tiggemann 2005). Posameznice, ki se odločijo za telovadbo v takšnih prostorih, so torej nagnjene k visoki samoobjektivizaciji in jim je edini motiv prav ta, ki jim ga tovrstni prostor primarno tudi obljublja – dosega lepotnega ideala. (Prichard in Tiggemann 2005). Prav nasprotno pa je pri posameznicah, ki si za prostor telovadbe izberejo naravo, kjer nobena stvar ne kaže k objektiviziranju teles in zato imajo malo možnosti za samoobjektiviziranje. Okolje, kjer dekleta izvajajo telovadbo, torej modelira stopnjo samoobjektivizacije.

Poleg objektivizacije pa v teoriji (sodobno) žensko označujejo tudi pojmi seksualizacija in dominacija. Lepo in zapeljivo žensko telo v družbi aplicira na spolnost



(seksualizacija), pripisuje pa se mu tudi pasivnost in tako postane (seksualni) objekt (objektivizacija). Dominacijo pa nekateri teoretiki kot na primer Berger (2005) vidijo v tem, da so ženske pasivne, kljub temu, da delujejo. Ženskam po njegovem mnenju godi pozornost, ki ji jo nakazujejo moški. Še več. Razkazovanje je celo njena naloga. Berger pravi: »Moški delujejo, ženske se kažejo« (Berger v Bernard 2005) in trdi, da je za moške v zahodnem svetu značilno, da so aktivni spol, ki opazuje in nadzira nasprotnega – ženske, ki imajo hkrati še nalogo, da opazujejo, kako so opazovane (Berger v Bernard 2005, 156–158). Zato teoretiki, kot je Berger, pišejo o dominaciji, objektivizaciji, vizualizaciji ter seksualizaciji in predpostavljajo, da so ženske podrejene in morajo zato nujno slediti zahtevam zahodnih lepotnih standardov, ki zahtevajo urejenost, lepoto, discipliniranost – torej popolnost.

Na drugi strani pa nekateri teoretiki pravijo, da konceptov dominacije, seksualizacije in objektivizacije ne gre absolutizirati. Raziskave so namreč pokazale (Ivy in Blacklund 2004), da se ženske znajo nadzorovati in so v nekaterih pogledih bolj dominantne kot moški. Lažje dekodirajo in zakodirajo sporočila (Ivy in Blacklund 2004, 211). Obstajajo torej razhajanja med precejšnjim delom teorije o ženskah in ženskem telesu in ugotovitvami empirične raziskave. Določene predpostavke teoretikov in teoretičark ne upoštevajo individualizma in možnosti izbire, in zato postavljajo trditve, da so ženske le pasivni objekti, ki jih okolica dominira. Moderna ženska je svobodna pri svojem presojanju in odločanju ali bo ugodila moškim, ki naj bi jo (domnevno) silili k lepoticenju, in ali bo sledila modnim smernicam in zahtevam zahodnih standardov. Skrb zase in strog nadzor nad svojim telesom torej ni le vsiljen ideal, ampak ga ženske prevzemajo in na ta način delujejo, ker same to želijo. To zamaje prepričanja feminističnih teoretičark, ki zagovarjajo, da se ženske lepoticijo zato, ker jim je to vsiljeno, s tem pa naj bi bile objektivizirane in seksualizirane. Vsekakor pa ostaja odprto še vprašanje, kdo je postavil lepotne standarde in kult lepote ter kdo te predstave in mite vzdržuje. So to ženske, da bi upravičile skrb zase ali celo obsedenost s svojim telesom? Estetika implicira nadzorovanje, vodenje, pravila, ki se jih je treba držati in jim slediti. Če to prenesemo na področje discipliniranja ženskega telesa, lahko jasno sklepamo, da so ženske, ker skrbijo za svoj videz in telo, podrejene. Prav tu se kaže paradoks, ki ga lahko označimo že za absurd, saj ženske pri skrbi zase same sebe dominirajo, za kar pa se odločijo le one. Moški tu nimajo velike vloge, ženske pri tem le sledijo modnim zahtevam in standardom, zato gre tu za poseben odnos, ki ga imajo do sebe, gre za

ljubezen do sebe kot človeka in do lastnega telesa, pri čemer objektivizacija in seksualizacija nimata splošno privzete konotacije. Ženska tako postane estetski spol, ki se ga gleda, obožuje, ljubi, želi. Lepotne standarde so do neke mere ženske postavile same in jih same tudi reproducirajo.

### **3 MEDIJSKO SKONSTRUIRAN TELESNI IDEAL »ŠPORTNE IN "FIT" ŽENSKE«**

Potrošniška kultura, v kateri živimo, je značilna predvsem za evropsko-ameriško tržno družbo. Temeljne vrednote (kot je na primer svoboda pa tudi lepota) so pogojene skozi delovanje trga in potrošniške kriterije (kot so cena, izbira, ponudba, povpraševanje). Telo pa postaja vse bolj blago, pri katerem je pomemben videz. Zato je videz izpostavljen številnim normam, ki opredeljujejo želeni videz. Kultura potrošništva (po Giddensu 1991) pomembno vpliva na posameznikovo identiteto, dojemanje samega sebe in možnosti upravljanja oziroma nadzorovanja svojega življenja (Rose 1989). Telo je tako vse bolj razumljeno kot izraz nas samih, naše samodiscipline in bremena, ki ga nosimo za ohranjanje telesa v skladu z družbeno zapovedanimi normami. Lepo telo v potrošniški kulturi omogoča dostop do dobrega življenja, zdravja, mladosti, lepote in spolnosti (Fatherstone 1982). »Podobe idealnih teles so povsod: na televiziji, fotografijah, videih, v filmih, revijah, knjigah, časopisih. Po navadi se skuša z njihovo pomočjo dobesedno ali metaforično nekaj prodati – vsaj verzijo sebstva, s katero naj bi se ljudje poistovetili.« (Kuhar 2004, 64).

Na tej točki pa je možno zaznati paradoks potrošniške kulture do telesa. Četudi se zdi, da potrošništvo spodbuja hedonistični (uživaški) način življenja, gre v resnici za preračunljiv hedonizem, ko ne smeš pozabiti na učinke takšnega vedenja na telo (npr. uživanje hrane). Coward (1989) poudarja, da je telo zunanji izraz sebstva in znak tega, ali se je posameznik sposoben odrekati in samodisciplinirati. Po Krugerju (1990) so človeku dovoljene samo tiste oblike potrošništva, ki vključujejo ohranjanje telesa v skladu z družbenimi normami (lepo, zdravo, atletsko in mlado telo). Potrošništvo je tako vir možnosti za stalno oblikovanje in preoblikovanje sebe, še posebej telesa (Kruger 1990). Toda »le trdno upravljanje in regulirano sebstvo, ki velja za ideal, zmora ohranjati ravnotežje kljub protislovjem potrošniške kulture, ki temelji na stalni

produkciji novosti. Že oglasi nas nagovarjajo kot shizofrenike: najprej prikazujejo slastno hrano in sladkarije, nato pa dietne pripomočke in opremo za vadbo» (Kuhar 2004, 64).

Družbene norme glede lepotnega telesnega ideala se nenehno spreminjajo glede na okoliščine, prostor in čas. Kontinuiteta lepotnega ideala pa je predvsem v tem, da je praktično nedosegljiv. Tudi po Južničevi (1998, 53) definiciji je: »Idealno telo je prejkotslej telo, ki ga ni, ali pa so v njegovi posesti le redki izbranci.« Sodobni lepotni ideal pa je v večji meri zreduciran na telesni ideal (Kuhar 2003). Telo je tako postalo objekt, ki ga moramo nenehno preoblikovati zaradi norme lepotnega ideala. Predpisani telesni ideal, ki ga zahodni svet definira z družbeno proizvodnjo blaga in simbolov, je precej redek, saj ga ženske brez skrajnega navora ne morejo doseči (Kuhar 2003). Idealni telesni videz, ki je daleč od naravnega, pa je hkrati tudi naturaliziran (Kuhar 2004). Idealne postave imajo praviloma podobe manekenk, ki pa se v množičnih medijih gibajo med minimalističnim videzom, ki ga predstavlja podoba suhljatega manekenskega videza, in mišičastim, atletske grajenim telesom (Wan in drugi 2003). Hkrati je predpogoj oziroma podlaga vsakemu telesu kriterij vitkosti, ki je enačen z lepoto. Vitko telo je danes imperativ lepote (Kuhar 2003). Na tem mestu pa Kuharjeva (2004) izpostavlja vse večji pomen atletskega telesa, ki se kot podoba idealnega telesa pojavlja v medijih, predvsem v ženskih revijah. Takšnemu telesu se ženske lahko približajo samo s pomočjo številnih lepotnih praks, ki jih je kot refleksivne telesne tehnike opredelil že Marcel Mauss (1996), kasneje pa tudi Shilling kot telesne prakse (Shilling, Turner v Starc 2003). Podrobneje jih bom opisala v nadaljevanju diplomskega dela.

Lepotne telesne prakse, kot so redne diete, redna vadba in lepotičenje terjajo ogromno časa, denarja in energije, zato telesni ideal dosežejo redke posameznice (Kuhar 2003). Razkorak med realnim in idealnim telesom ljudi vodi v nezadovoljstvo, to pa posledično privede do ustvarjanja lažnih potreb. Zahodna kultura preko medijev ženskam nenehno nalaga, da mora biti prekomerna teža "pokurjena", "odstranjena", "uničena" (Kuhar 2003). Sodobni lepotni ideal torej poudarja pomen vitkosti in drugih težko dosegljivih značilnosti, ki jih posameznica lahko obvlada le, če se kontrolira, disciplinira in samonadzira.

Po udomačitvi medijev v vsakdanjem življenju ljudi, je osrednja želja posameznika postala prav želja po idealnem telesu (Starc 2003). Sodobna industrija torej s pomočjo medijev, ki prikazuje podobe »idealnih žensk na vsakem koraku, kultivira potrošnjo in ustvarja umetne potrebe, ki so odvečne, družbeno konstruirane in zmanipulirane« (Luthar 2002, 245). Potrošnja je postala pomemben dejavnik oblikovanja posameznikove identitete (Campbell 2001). Morda je celo najširši prostor za produciranje lastne identitete (Kurdija 2000, 131). Motiv sodobne potrošnje ni več proces trošenja, marveč je lociran predvsem v konstituiranje identitet in oblikovanje smiselne samokreacije.

Medijsko prikazovanje enostranskih podob na račun bolj stvarnih podob iz širšega spektra telesnih oblik je posebej škodljivo za mlade. Ti potrebujejo pri kosanju s problematičnimi medijskimi sporočili ustrezno vzgojo. Naučiti se morajo prepoznati medijske pritiske in jim nasprotovati (Kilbourne 1999). Tudi Kuharjeva je prepričana (2004), da je treba mladim pomagati, da bodo vizualnim medijem posvečali svoj čas bolj selektivno in da bodo kritični do medijskih vsebin in idealov in ne bodo le pasivno spremljali in konzumirali, kar jim mediji ponujajo. »Nenazadnje bi lahko množične medije uporabili za izobraževanje javnosti o pomenu motenj telesne samopodobe. Tako bi jih lahko preobrazili v sredstvo za promoviranje zdrave telesne samopodobe« (Kuhar 2004, 99).

### **3.1 Sodobne ženske revije kot pomemben "stvarnik" ženskosti**

Element ženske kot potrošnice se je v ženskih revijah oblikoval šele v zadnjem desetletju 19. stoletja in v revijah ostal do danes. Značilnost ženskih revij je predvsem, da združuje ženske v eno skupno kategorijo: potrošništvo. Z nasveti, kako odpraviti tipične težave žensk, oblikujejo identiteto svojih bralk. Podoba ženske, ki jo revija ponuja, pa je po Hrženjakovi (2002) dvoumna. Razgledana in neodvisna potrošnica, ki z iskanjem zrcalnih podob v sanjskem svetu idealiziranih ženskih teles prostovoljno in z užitkom sodeluje v lastnem družbenem podrejanju (Hrženjak 2002, 11). Ženske revije predpostavljajo moški pogled, zato je to po Foucaultu ena temeljnih tehnik discipliniranja ženskega telesa (Hrženjak 2002, 18).

Medijska sporočila v povezavi s telesnim videzom se zelo razlikujejo glede na spol, ki so jim namenjena. Razlika se kaže predvsem v količini in vsebini revijalnih člankov. Malkinova in Wornianova (v Kuhar 2004) sta natančneje proučevali obravnavanje tematike videza v revijah. Z metodo analize vsebine sta pregledali sporočila v zvezi z videzom telesa na naslovnica 21 popularnih ženskih in moških revij. Ugotovili sta, da vsebuje skoraj vsaka naslovnica revije za ženske neko sporočilo v zvezi z nadzorovanjem teže, hujšanjem, dietnimi navadami in ličenjem. Sporočila na naslovnica pa tudi pogosto namigujejo, da vodi izguba teže k boljšemu življenju, večji spolni privlačnosti in višjemu statusu. Medtem ko so se ženske revije osredotočale na izboljšanje življenja s spremembo videza, pa skorajda nobena izmed naslovnica analiziranih moških revij ni vsebovala informacij v povezavi s fizičnim videzom. Moške revije so se ukvarjale predvsem z zabavo, novimi znanji, hobiji in aktivnostmi (Malkin idr. v Kuhar 2004).

Veliko avtorjev, ki so preučevali ženske revije, se strinja, da imajo le-te odločilno vlogo pri družbenem uveljavljanju žensk. Revije ženskam pomagajo oblikovati pogled nase in jim predstavljajo pogled družbe nanje. Fergusonova (1983) ženskim revijam pripisuje vlogo socialne institucije, ki goji in ohranja kult ženskosti. Funkcije in vloge žensk v družbi, ki jih zrcalijo tovrstne revije, predstavljajo vir definicij ženske vloge. Zlasti mladostnice se iz revij učijo, kakšna je vloga žensk v družbi oziroma kakšna je idealna ženska. Hkrati pa dajejo revije bralkam tudi občutek pripadnosti in zaupanja določeni skupnosti ter ponosa glede lastne identitete (Kuhar 2004, 100). Oblikovalke ženskih revij so največkrat ženske same. Pišejo jih »ženske za druge ženske; so o ženskih vprašanjih in jemljejo ženske skrbi resno« (Wolf 1991, 71). Kuharjeva zato izpostavlja problem, da lahko pride pri branju teh tekstov do napačnega branja celote (vključno z gledanjem oglasov in podobami modelov), ki jo bralka razume kot koherentno sporočilo urednice o njihovi idealni podobi (Kuhar 2004, 100).

Ne gre samo zato, da ženske ta sporočila pasivno vsrkajo kot navodila, kaj naj postanejo. Članki z izkušnjami iz resničnega življenja postanejo popularni teksti, del repertoarja razmišljanja in pogovorov, kaj pomeni biti ženska in za kakšen videz si velja prizadevati. »Ne moremo reči, da silijo revije ženske v normativno ženskost. Ženske kupujejo predvsem revije, ki ustrezajo temu, kako sebe vidijo sicer v življenju, npr.

glede na njihove aspiracije, vrednote, prepričanje, prijatelje ... revije jim nudijo navdih; predstavljajo jim poti, kako doseči predstavljene ideale« (Kuhar 2004, 100).

Ženskim revijam pogosto očitajo, da širijo kapitalistično-patriarhalno ideologijo ženskosti (npr. Bartky 1990, Hrženjak idr. 2002). Razpon verzij ženskosti, ki jih ponujajo ženske revije, je zelo ozek, saj ne ponujajo ženskih podob z manj popolnim videzom. Ženske so predstavljene predvsem kot objekti, sestavljeni iz zadnjice, prsi, trebuha, rok, nog in las. Že samo število člankov, ki opisujejo, kako se obleči, naličiti, se rekreirati, priča o dejstvu, da obstajajo kodi vedenja, katerim se morajo ženske podrediti. Implicitna predpostavka je, da so lepotne rutine normalni in nepogrešljivi del ženskosti. Telesnim praksam pa je ponavadi dodan element zabave, užitka in igrive estetike. Bolj subtilni imperativ teh revij pa je, da morajo imeti ženske brezhibno postavo, seveda ljubko zapakirano in dano v "uporabo" moškim (Kuhar 2004, 100). To pa lahko vodi v nenehno nezadovoljstvo in odtujenost od lastnega telesa. »Ženske revije s podobami popolnih ženskih teles gojijo občutek negotovosti in odtujenosti od lastnega telesa. Čeprav se večina žensk ne enači z nerealnimi podobami modelov, vendarle ponotranjijo norme telesnega videza. Lepotne nasvete v revijah berejo tako zaradi negotovosti kakor tudi zaradi nezadovoljstva« (Kuhar 2004, 100).

V revijah pa je vedno bolj opaziti tudi, da so lepotne teme v veliki meri vsebovane v retoriki zdravja. S tem je apel na bralko še toliko bolj prepričljiv. Svojih bralk torej ne privabljajo zgolj s podobami privlačnega telesa, temveč tudi zdravja, ki ga takšno telo predstavlja (o tem priča tudi najnovejši slogan oglasa kozmetične blagovne znamke Vichy: »Zdravje je lepo!«). Medijske vsebine nasploh so polne »slik zadovoljnih ljudi, ki uživajo v delu na svojem telesu, in člankov o koristnostih tovrstnega početja« (Kuhar 2004, 101). Telesne dejavnosti, kot so jogging, zdravo prehranjevanje, tek, telovadba ipd. so predstavljene tako, da promovirajo zdravje kot temelj dobrega življenja. Skrb za telo pa se povezuje tudi s pozitivnim mišljenjem, samozavestjo, zabavo in užitkom (Kuhar 2004).

Na drugi strani revije bralkam, ki se premalo ukvarjajo s svojim telesom, vzbujajo občutek krivde in sramu. Dietne metode in vaje za telo, ki jih revije predstavljajo, se sicer razlikujejo, obljublajo pa isto: »če shujšaš, boš bolj zdrava, srečna, spolno privlačna in vredna ljubezni« (Kuhar 2004, 101). Kuharjeva na tem mestu izpostavlja

tudi pomen t. i. prej in potem zgodb, ki so tipičen primer podpihovanja prepričanja, da je "vitko življenje" postlano z rožicami (Kuhar 2004, 101).

S takšnimi zgodbami revije implicitno namigujejo, da lahko vsaka ženska, ne glede na biološke predispozicije, doseže popolno telo. Vztrajnost, trud, lastna izbira in pobuda so predstavljene kot ključ do idealnega telesa. »Pri tem pa je zamolčano, da so pomembne telesne spremembe, ki vodijo do vitkega telesa brez tolšče in celulita, dejansko javni in monolitni telesni standardi lepote« (Kuhar 2004, 101). Kuharjeva izpostavlja paradoks, ko ženske revije hkrati podajajo tudi nasvete za izboljšanje samopodobe. Zaskrbljenost teh revij zaradi nezadovoljstva žensk glede svoje zunanje podobe je nenavadna, saj revije same prispevajo k temu z aktivnim promoviranjem nerealne telesne podobe. Kuharjeva na tej točki zaključuje, da bi popolno samosprejemanje pomenilo, da ženske ne potrebujejo več takšnih revij in njihovih nasvetov (Kuhar 2004).

Revije so za zaščito svojega komercialnega interesa prisiljene gojiti nezadovoljstvo žensk s svojim videzom, torej obdržati podobo nerealnih modelov ter zagovarjati ozko definiran obseg sprejemljivega videza. Zaradi oglaševalcev morajo revije svoje bralke spodbujati, da čim več trošijo za izdelke in storitve. V nasprotnem primeru bi prišlo do porušitve sistema in, v najradikalnejšem primeru, do propada teh revij. Vendar do tega ne bo prišlo, saj so tudi ženske same do take mere ponotranjile prepričanje o pomenu ženskega videza, da plačujejo prispevke o videzu oziroma lepoti, sicer bi bile po nakupu razočarane.

V spekter različnih podob ženskih teles v revijah za ženske je bilo nedavno dodano atletske telo. Prispevki in rubrike, namenjene telesni vadbi, podprte s fotografijami mišičastih, atletske oblikovanih vaditeljic fitnesa in drugih telesnih vadb. Kar loči te podobe od drugih podob žensk, je dejstvo, da predstavljajo močno, pozitivno, sposobno in ponosno športno žensko. Hkrati pa je z uporabo ženske iz nemedijskega, "realnega" sveta konotacija še toliko močnejša. Njen seksualni apel temelji na moči. Toda tudi ženska moč je v prvi vrsti marketinški slogan, saj je predpostavka atletske podob in prispevkov o vadbi, da pridejo ženske do tega občutka moči prek lastnega videza in s pomočjo izvajanja telesnih vadb. Fiksacija na telo se pogosto povezuje tudi s poudarjanjem individualnosti, svobodne volje in ženstvenosti.

Poudarjanje kvalitete življenja, čilosti, zdravja in samozavesti v ženskih revijah je vsekakor pozitivno. Sporno pa je po mnenju Kuharjeve to, da so ravno privlačen videz, izguba teže in oblikovanje telesa tako jasni simptomi uspeha. Če bi revije resnično promovirale zdravje, ne pa v prvi vrsti telesne lepote, bi bilo nesmiselno preštovati izgubljene kilograme in meriti obseg delov telesa kot pokazatelje zdravja. »Vendar pa bi bile v tem primeru ogrožene številne industrije, ki služijo bilijonske vsote na račun ženske negotovosti« (Kuhar 2004: 102), ki jo podpihujejo tudi revije s promoviranjem večno nedosegljive idealne ženskosti.

### **3.2 Skrb za telo in refleksivne telesne tehnike**

V moji diplomski nalogi ima osrednjo vlogo športno aktivna ženska, ki s telesno vadbo skrbi za svoje telo in hkrati s tem tudi za svoje zdravje in dobro počutje. Telesna vadba je postala ena najpomembnejših telesnih tehnik, zato bom to poglavje posvetila predvsem predstavitvi teh tehnik, njihovih pomenov in razlogov, zaradi katerih se jih ljudje poslužujejo. Telesna vadba je lahko le en od načinov samodiscipliniranja in jo ženske izvajajo predvsem zaradi estetskih vzgibov, lahko pa je le način za sproščanje, ohranjanje zdravja in dobrega počutja žensk.

Mauss pravi, da je telo fiziološka danost, ki pa se družbeno in kolektivno uresničuje skozi množico deljivih telesnih praks, v katerih je posameznik treniran, nadzorovan in socializiran (Turner 1996). Refleksivne telesne tehnike so tako načini skrbi za telo, ki se od kulture do kulture razlikujejo. Mauss s tem izrazom opredeljuje načine uporabe teles v različnih družbah, saj ima vsaka družba navade, ki so zanjo značilno. Prenajanje teh pa ne more obstajati brez tradicije (Mauss 1996, 205–210). Vsaka telesna tehnika je del (u)človečenja in socializacije, torej t. i. naravno pri človeku ne obstaja (Mauss 1996, 203). Ljudje v vsakem prostoru in času razvijemo določene telesne navade, preko katerih funkcioniramo; svoje telo oblačimo, umivamo, ličimo, hranimo, urimo. Danes so ti postopki še bolj znani kot telesne prakse (Shilling, Turner v Starc 2003). Te pa so družbeno in kulturno pogojene, so naučena ravnanja, ki se samoumevno vsidrajo v telo in se zdijo kot naravna in vnaprej dana (Starc 2003). Te prakse se seveda konstantno spreminjajo, izginjajo ali pa dobivajo nove pomene glede na skupne konsenze neke družbe. Čeprav se telesne prakse zdijo naravne in del normativne realnosti, pa Mauss



pravi, da naravno pri človeku ne obstaja, saj se človek vsega nauči preko interakcije z drugimi ljudmi, s posnemanjem, opazovanjem in identificiranjem z drugimi (Mauss 1996, 2003). Nimajo pa vsi posamezniki v kolektivu enakega dostopa do telesnih praks (Mauss v Crossley 2005, 4–9). Ne morejo si namreč vsi privoščiti dragih članarin v fitnes centrih, osebnih trenerjev, dobre in kvalitetne športne opreme in različnih vadbenih aparatov in preparatov, ki jih oglašujejo množični mediji.

Telo je pri telesnih praksah tehnični predmet oziroma tehnično sredstvo (Mauss 1996, 211). Telo je obravnavano kot orodje, kot svojevrsten stroj, ki sledi modnim muham. Vse, kar posameznik počne, in načini, na katere to počne, je odvisno od socializacije, zatorej je tudi družbeno in kulturno pogojeno (Mauss v Crossley 2005, 7). Na tej točki pa Crossley opozori še na psihološko dimenzijo telesnih praks, ki lahko stimulirajo naša čustvena stanja (Crossley 2005, 8). Kot Mauss tudi Crossley meni, da so telesne tehnike uporabljene za modificiranje, ohranjanje in tematiziranje telesa na različne načine, te pa niso enakomerno porazdeljene v neki družbi. Primeri sodobnih telesnih praks so: friziranje, masaže, zobna nega, lepotičenje, lepotna kirurgija itn., med najpomembnejšimi v današnjem času pa so tudi rekreacija, telovadba, tek ipd. Telesne prakse so med seboj povezane in se združujejo v niz dnevniških praks, ki se konstantno ponavljajo. Mauss reflektivne telesne tehnike povezuje s habitusom, Crossley pa gre še korak dlje, saj meni, da se prek reflektivnih telesnih tehnik oblikuje človeško sebstvo, posameznik pa se hkrati nauči konstituirati sebe zase. Telesne prakse Crossley vidi kot praktične, saj se prek njih ljudje naučijo igrati različne vloge, ki jih nato prevzemajo in igrajo v svojem življenju (npr. vloga staršev, delojemalca, partnerja itn.) (Crossley 2005, 9–14, 31).

### ***3.3 Telesna vadba kot ena najpomembnejših telesnih praks***

Zaradi visokega vrednotenja telesa v sodobni družbi se telesne prakse velikokrat razvijajo v smeri nadziranja telesa po kulturno izpostavljeni "primernosti" oziroma "neprimernosti" telesa. Da bi telo postalo "primerno" in zavarovano pred obsodbami drugih, pa se človek nadzira tudi s tem, da ga nadzirajo drugi (Južnič 1998, 48). Pod telesni nadzor seveda sodi človeška težnja k obvladovanju telesa, ki ga samodisciplinira, kar vpliva na potek celo nekaterih temeljnih procesov v njem (Južnič 1998, 48).

Danes je med telesnimi praksami najbolj razširjena telesna vadba. Telesne prakse športa veljajo za enostavne prakse, ki jih ljudje pogosto uporabljajo in izvajajo. V vsakdanjem življenju sodobnih ljudi predstavljajo načine preživljanja prostega časa, načine vzgoje, načine skrbi za zdravje ali lepoto ter načine identificiranja s samim seboj in skupnostjo (Starc 2003).

Šport telesa posameznikov lahko celo določa osebnostno lastnost in ga oblikuje s pomočjo diskurzov zdravja, estetike, morale, učinkovitosti ali celo nacionalne identitete. Ti diskurzi so se oblikovali zunaj področja športa, a so postali njegov sestavni del. Pomen telesne vadbe se torej spreminja glede na hegemonске diskurze v določenem obdobju, ki se konstruirajo in uveljavljajo preko telesnih praks (Starc 2003).

Danes je splošno znano in sprejeto, da je zavedanje zdravja in dobrega počutja, ki ga pridobimo s telesno vadbo, "splošno zdravje". Vzgibi in motivi za telesno vadbo pa so pri vsakemu posamezniku različni, saj večina žensk telesne prakse (predvsem vadbo in diete) ne uporabljajo za "splošno zdravje", ampak iz estetskih razlogov. Menim, da so motivi za izvajanje telesnih praks žensk v večini primerov podrejeni estetskemu razlogom, vendar se vseeno razlikujejo glede na lasten odnos do telesa in telesne samopodobe. Uživanje v telesni vadbi pa se lahko ob napačnem odnosu spremeni v trpljenje.

Kot smo že ugotovili, se v športnih prostorih, ki so v osnovi namenjeni preoblikovanju telesa, telo obravnava kot objekt (Pichard in Tiggemann 2005). Posameznice, ki se odločijo za takšno vadbo, so torej nagnjene k visoki samoobjektivizaciji (Strelan in drugi v Pichard in Tiggemann 2005), kar je tudi odraz slabe telesne samopodobe in posledično večje obremenjenosti s telesom. Na drugi strani pa vadba v naravi ni tako fokusirana na telo in preoblikovanje le-tega. Vadba v naravi ni podvržena objektivizaciji, saj je gib v naravi dosti manj opazovan in bolj sproščen. Zato vadbe v naravi ne povezujemo toliko z zadovoljstvom telesa, ampak mu pripisujemo druge, bolj psihološke značilnosti. Skupni konsenz gibanja na svežem zraku poudarja pozitivne značilnosti na človekovo počutje, ki dobro vplivajo na duševno zdravje posameznika. Vse to oblikuje t. i. "ideologijo gibanja v naravi", ki telesno vadbo povezuje s psihičnim

zdravjem in s tem zagotavlja kvalitetnejšega funkcioniranja človeka tako na telesni kot tudi duševni ravni.

Glavni problem telesne vadbe je, kako v dnevu ali letu določiti delež časa, ki ga je treba nameniti ukvarjanju s samim seboj, kamor spadajo 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 se danes zmotno misli. Danes je videz pomemben, kar se zavedajo tako moški kot ženske, ki skrbijo za svojo zunanost in telo. Ženskam je torej vseč, da se lahko lepoticijo in preoblačijo, in čeprav večina feministične literature namiguje, da naj bi to počele, ker se od njih to zahteva, nekatere ženske priznavajo, da to počnejo zase, ker jim je vseč. Še več, ko moški pogledujejo za njimi, v tem najdejo (samo)potrditev in neke vrste plačilo za vso skrb zase.

Trditve o pasivnosti in subordinaciji žensk ne upoštevajo eno ključnih sestavin moderne demokratične družbe in neizogibnega pojava globalizacije: individualizma in njegove pomembne komponente, ki je izbira. Individualizem nalaga posameznikom, da sebe aktivno oblikujejo in delujejo kot reflektivni posamezniki, in tako prerašča globoko zakoreninjene (tradicionalne) vzorce delovanja in s tem tudi samo tradicijo (Giddens 2007, 61). Zato individualizem vsakemu modernemu posamezniku, v tem primeru posameznici, ki je aktivna in selektivna, omogoča, da se na podlagi lastnih želja in prepričanj zavestno odloča o vsem, kar bo počel(a), tudi glede lepoticenja in skrbi zase.

### ***3.4 Telesna vadba kot način za nadzorovanje telesa in samodiscipliniranja***

Tehnike za nadzorovanje prakse teles na področju športne rekreacije so zanimive tako za javni, komercialni kot za akademsko-izobraževalni sektor. V Sloveniji smo bili v devetdesetih letih prejšnjega stoletja priča nekaterim poskusom, da bi imela država nadzor nad telesi, ki so bila predvsem na ravni podob. Kljub temu da je izraba prostega časa izredno pomembno področje, bomo skušali pokazati, da so dejavnosti v prostem

času raje v nasprotju kot v soglasju z družbenimi normami. Prosti čas in rekreacija naj bi v vsakdanjem življenju resnično zaživela šele, ko bo odvrženo breme diktature telesa.

Zgodovinsko gledano lahko rečemo, da je industrializacija izjemno povečala produktivnost, posledice so atomizacija delavcev, uniformna delovna dejavnost, odtujitev dela in prostega časa ter fetišizacija dela kot ključa eksistence. Racionalni zagovorniki rekreacije propagirajo koristno porabo prostega časa. Prosti čas je torej propulzivna (prodorna) dejavnost, ki dopolnjuje delo. Pobeg in svoboda postaneta značilnosti izkušnje, ki se kaže le v svetu podob. Seveda je izkušnja pobega ali svobode le trenutne narave, kar kaže na iluzorno naravo svobode, izbire, pobega v modernizmu. Racionalne kampanje rekreacije ob koncu 19. stoletja in med obema svetovnima vojnama so bile torej programi moralne regulacije, namenjene postavitvi prostega časa na pravo mesto – na rob družbe (Rojek 1995). V Sloveniji smo v letih od 1992 do 2000 imeli vsako jesen priložnost opazovati oglaševalsko kampanjo Ministrstva za šolstvo in šport, katere namen je bil vzpodbuditi državljane k ukvarjanju s športno rekreacijo (Savić et al. 2000). Ali to pomeni, da smo tudi pri nas priča državnim poskusom moralne regulacije državljanov? Ali pa lahko, podobno kot nekateri raziskovalci za dietetiko (Turner 1996), trdimo, da je namen športne rekreacije predvsem užitek.

Telo ima v potrošniški družbi posebno vlogo, ki je usmerjena predvsem v čudovito telo, zanikanje staranja telesa, zavračanje smrti, šport in na splošno moralno obvezo biti v dobri kondiciji (Turner 1996). Prehranjevalne navade so pri nadzorovanju telesa bistvene. V današnji družbi je natančen režim diete, večinoma v povezavi s specifičnim vadbenim programom, izraz visoko stopnje samonadzora (Lupton v Maguire, Mansfield 1998). Institucionalizacija telesa v panopticismu, kot temu pravi Foucault, je omogočila statistiko populacije in kvantifikacijo novih metod v klinični medicini, demografiji in sociologiji (Turner 1996). Foucault je želel k zgodovini ekonomije in politike dodatno napisati zgodovino občutkov, obnašanja in telesa. Vprašal se je, ali ne bi bilo primerneje pred vprašanje ideologije postaviti vprašanje telesa in vpliva moči na telo (Foucault v Turner 1996). Moč materialnosti telesa lahko razdelimo v dve različni, a povezani področji: prvo področje pokriva področje posameznega telesa in se nanaša na "anatomopolitiko", drugi pa zajema telo vrste in vključuje "biopolitiko" populacije (Foucault v Turner 1996). Je torej športne rekreacije še ena prisilna praksa in ne

ustvarjanje užitka? Ali je namen športne rekreacije poskus moralne regulacije s strani države?

V poznem kapitalizmu so ugotavljali, da je zaradi spremenjene sestave populacije potreben nov diskurz o demografiji, ki bo usmerjen predvsem v režim prehranjevanja, rekreativni tek in kozmetiko, njegov namen pa bo nadzorovati odtujene državljane. »Rekreativni tek je primer prevrednotenja rabe telesa v potrošniški družbi: vse mora biti dobro za nekaj drugega in množica pričakovanih učinkov se širi v neskončnost« (Turner 1982).

Za rekreacijo lahko trdimo, da je urbani fenomen, podobno kot erotična ljubezen in moda (Bertilsson 1986). Šport in vadbeni programi določajo žensko podobo v skladu z družbenimi ideali vitkega in čvrstega telesa. Še več, rekreativna vadba, zdravje, fitness zapovedi kažejo in spodbujajo dominantne patriarhalne podobe ženskosti (Maguire, Mansfield 1998). Seveda je jasno, da na drugi strani teh patriarhalnih podob tudi na moške preži pritisk mišičastega telesa (Vodeb 1998), ki ga lahko delno zaznamo tudi v pojavu novih tiskanih medijih v slovenskem medijskem prostoru, ki naj bi bile v prvi vrsti namenjene moškim oziroma njihovem telesu.

Obstaja možnost, da ženske dobijo moč skozi šport in rekreacijo. V individualnih športih (na primer pri aerobiki) pa ni moč zaznati upora do prevladujočih idealov ženskosti. Neko vrsto upora je sicer mogoče zaslediti v ženskem oblikovanju telesa (npr. body-building), a spet le do praga vrhunskih tekmovanj (Maguire, Mansfield 1998).

Omenili smo že interese različnih sektorjev (komercialnega, javnega, akademsko-izobraževalnega) pri naštevanju koristi, ki jih prinaša racionalna izraba prostega časa. Nas zanima predvsem področje športne rekreacije, ki ima nekatere osebnosti tako v razmerju do prostega časa kot do športa. Posebnost športne rekreacije in športa sploh so institucije civilne družbe, namreč številna športna društva in klubi. Če v tekmovalnem športu (predvsem poklicnem oziroma vrhunskem športu) že težko postavimo ločnico med pridobitno dejavnostjo (komercialni sektor) in civilno družbo, to postaja vse težje tudi na področju rekreativne športne rekreacije.

Telo je postalo priložnost za imeniten zaslužek. Nekateri celo trdijo, da je industrija vezana na šport celo pred avtomobilsko (Vodeb 2000), kar se zdi precej neverjetno. Podatki sicer pravijo, da je šport osma največja industrija v ZDA (Wright 1999, 272). Športna rekreacija je sicer lahko pomembno sredstvo za vplivanje na telo. Obstaja pa seveda tudi mnogo drugačnih možnosti, ki so javno manj izpostavljene. Izpostavljenost telesa pri športni dejavnosti v prostem času se zdi predvsem zasluga t. i. fitnes industrije, ki z izredno medijsko propagando ustvarja vedno nove "potrošnike športa" (Zagorc et al. 1996). Tako v Sloveniji kot sicer v evropski tradiciji pa na primer moštveni športi, ples, pohodništvo ne poudarjajo športa kot edino zveličavnega učinka na telo. Ideologija (zdravega) telesa, dejavnosti, dobre kondicije in kar je še podobnih atributov, je seveda neoliberalna ideologija (Katz 2000). Na teoretični ravni je jasno, da gre pri promociji zdravja, aktivnosti, skrbi za telo ipd., za nadzorovanje telesa, kvantifikacijo populacije, kot bi rekel Foucault. Jasno je tudi, da hkrati ista, predvsem odrasla populacija, običajno z velikim užitkom počne ravno nasprotno – lenari, ubija čas (Rojek 1995).

Podatki kažejo, da v državah Evropske unije (EU) kar dve tretjini ljudi ni dovolj telesno aktivnih, da bi dosegali pozitivne učinke za zdravje. Vzrok je v veliki meri sodobni način življenja, ki je vse bolj sedeč. Telesna neaktivnost je prepoznana kot samostojni dejavnik tveganja za zdravje, v Evropi tako k skupnemu bremenu bolezni prispeva kar 3,5 % in povzroči tudi do 10 % smrti. Raziskava Eurobarometer 2009, v kateri so sodelovali državljani vseh 27 članic EU je pokazala, da se 40 % državljanov EU vsaj enkrat na teden organizirano ukvarja s športom, 65 % jih je vsaj enkrat na teden telesno dejavnih, 34 % pa je takih, ki so redko ali nikoli telesno dejavni. Med najbolj telesno dejavnimi so državljani nordijskih držav, med najmanj pa državljani mediteranskih držav. Slovenija se uvršča med države z najmanjšimi deleži telesno nedejavnih. Raziskava je tudi pokazala, da je skrb za zdravje najpogostejši razlog za ukvarjanje s telesno dejavnostjo, narava pa prostor, kjer so prebivalci Slovenije najraje in najpogosteje telesno dejavni (Inštitut za varovanje zdravja 2010).

Raziskava Slovensko javno mnenje 2006 (Inštitut za varovanje zdravja 2010) je zajela tudi vprašanja o športni dejavnosti odraslih prebivalcev (od 15 let naprej) glede števila ur na teden, ki jih namenijo športni vadbi. Rezultati so pokazali, da je nedejavnih - tistih, ki športni vadbi na teden ne posvetijo niti ene ure - kar 37,9 % ljudi. Nizko

dejavnih (do 2 uri na teden) je 18,5 %, zmerno dejavnih (od 3 do 5 ur na teden) je 22,4 % in visoko dejavnih (več kot 5 ur) je 21,1 %. Največji del športno aktivnih se ukvarja z nizko intenzivno vadbo (37,4%), pri kateri izstopa hoja.

## **4 MEDIKALIZACIJA IN POPULARIZACIJA TELESNE VADBE**

Pri popularizaciji telesne vadbe in širitvi le-te med vse več ženskami ima pomembno vlogo tudi medikalizacija. Ta pomaga s strokovnimi diskurzi telesno vadbo razširiti med ljudi in jih vzpodbuditi, da bi se jo ti začeli čim bolj posluževati. V današnji družbi se telesna vadba pogosto enači z zdravjem in dobrim počutjem kar je značilno tako za medicinski kot medijski diskurz, kar daje povezavi teh dveh pojmov še večjo vrednost in težo. Posledice medikalizacije nekateri povezujejo s preobremenjenostjo z zdravjem, nekateri pa v njej vidijo le učinkovito tržno nišo strokovnjakov in znanstvenikov. Vlogo medikalizacije pri popularizaciji telesne vadbe predvsem med žensko populacijo bom skozi različne teorije skušala predstaviti v nadaljevanju.

Medikalizacija družbe pomeni širitev medicinskega diskurza na skoraj vsa področja družbenega in intimnega življenja. Medikalizacijo Adam (2002) opredeli kot proces, v katerem medicina in medicinska stroka prevzame normativno vrednotenje številnih področij v življenju posameznika in družbe. Po njegovem mnenju sodobna medicina utrjuje videz nevtralnosti oziroma normativnosti za razvrščanje in oblikovanje družbenih norm zaželenega, tj. zdravega načina življenja ljudi. Nasveti za ohranjanje zdravja pa so pogosto povezani z moraliziranjem, kako naj posameznik spremeni stil življenja (na primer s telesno vadbo ali rekreacijo). »Medicina je zamenjala religijo, prevzela je njeno družbeno funkcijo moralnosti« (Turner v Kuhar 2004, 55).

V današnji družbi se vitkost pogosto enači z dobrim zdravjem. To enačita tako medicinski kot medijski diskurz, kar daje povezavi teh dveh pojmov še večjo vrednost in težo. V zahodnih družbah je vitkost indikator dobrega zdravja, energije, vitalnosti, vzdržljivosti in čilosti. Spitzackova (v Kuhar 2004, 55) govori o estetiki zdravja, saj je le-to vizualno determinirano: na telesu se kaže predvsem v telesni privlačnosti.

Telesni praksi, ki sta največkrat promovirani v povezavi z vitkim in zato zdravim telesom, sta dieta in telesna vadba. Če je prehranjevanje med vsemi oblikami potrošnje najbolj povezano s človeškim telesom (Kamin v Tivadar 2003), potem je šport telesna in družbena praksa, ki jo najbolj povezujemo z zdravjem (Vodeb 2001) in obratno.

S pomočjo koloniziranja zdravja v naše misli se večja legitimnost telesnih praks v dejanskem prakticiranju. Medicinski strokovnjaki povezujejo nadzorovanje prehranjevanja in količino telesne rekreacije z zdravjem. Takšna skrb za telo je po Kuharjevi (Kuhar 2004, 56) visoko vrednotena, vendar pa meni, da je enačenje vitkosti in zdravja silno problematično (Kuhar 2004, 26). Družbene norme vitkosti namreč nimajo zadosti medicinske podlage, kljub temu da zdravstveni diskurzi izpostavljajo povezanost med telesno težo in zdravjem. Za resnično ogrožanje zdravja mora biti posameznik resnično debel, zato so medicinski argumenti, ki podpihujejo zaskrbljenost ljudi zaradi debelosti, pogosto ideološko obarvani. S tem pa medicina legitimira prepričanje, da predstavlja prekomerna telesna teža tveganje za zdravje (Stearns v Kuhar 2004).

Tako tudi Kuharjeva (2004) meni, da je prav značilnost sodobne kulture nadzorovanja telesne teže in medsebojno prepletanje znanosti in zdravorazumskih prepričanj, pomagalo ustvariti znanstveno zaskrbljenost glede debelosti. Pretirana znanstvena odkritja to samo še podpihujejo, celo povzdigujejo medicinska odkritja kot moralna vodila. »Črta, ki loči zdravo aktivnost od preokupiranosti z lastnim telesom in nezdrave obremenjenosti s težo, je zelo tanka« (Kuhar 2004, 57). Tako se je novi telesni ideal razširil na področje zdravstva in ne obratno, z vsem tem pa lahko povežemo še družbo potrošništva. Medicinska odkritja so postala korist profitu in velikim zaslužkom zdravnikov in strokovnjakov.

Posledica medikalizacije družbe pa nekateri vidijo v preobremenjenosti z zdravjem (Kamin in Tivadar 2003), in če zdravje enačimo z vitkostjo in "fit" telesom, se preobremenjenost kaže tudi na ravni telesa. Telesna praksa diet in vadbe z medikalizacijo dobivata še večjo legitimnost v njunem dejanskem prakticiranju. S tem se strinja tudi Roman Vodeb (2001), ki se je v svojem znanstvenem članku posvetil družbeni praksi športa, ki ga omenja kot "športanje". Vodeb meni, da danes vse povezujemo z zdravjem, kar ponazarja s pomočjo pojma mane. Po njegovem mnenju, je



mogoče šport in zdravje prepoznati kot mano, saj je zdravje "manasto" in šport na nek način legitimizira (Vodeb 2001, 290).

Športne statistične analize sicer kažejo, da so ljudje, ki se zmerno ukvarjajo s športom oziroma rekreacijo, bolj zdravi, in taka znanstvena utemeljevanja predstavljajo temelj prepričanja oziroma verjetja, po katerem sta šport in zdravje pozitivno vzročno-posledično povezana (Vodeb 2001). Torej je med športom in zdravjem še nek odločujoči vmesni člen – to je verjetje. "Znanstveni" argumenti v domnevno dokazanih fizioloških povezavah večajo verodostojnost ideji, da je šport zdrav. Toda, če bi se pri teh raziskavah upošteval vmesni člen verjetja, bi bile te fiziološke povezave zagotovo manj učinkovite, saj je prav verjetje tisto, kar pripelje posameznika do tega, da prepozna telesno aktivnost za odločujoč dejavnik zdravja in splošnega dobrega počutja (Vodeb 2001). V modernem svetu je verjetje, da telesno gibanje pozitivno učinkuje na zdravje, splošno sprejeto. K razsežnostim dotičnega verjetja pa veliko pripomoreta ideološki instituciji, kot sta športna ideologija in država, ki sta pomembni v povezavi šport – verjetje – zdravje. Mnoge raziskave, usmerjene v dokazovanja učinkov športa na zdravje, so namreč iz strani države (so)financirane in ravno pompoznost teh raziskav je krivo za masovno verjetje pozitivnega učinka športa na zdravje (Vodeb 2001).

#### ***4.1 Popularizacija telesne vadbe v potrošniški družbi***

V današnjem času je prišlo do neverjetnega porasta telesne aktivnosti na širšem področju našega prostora. Kultura gibanja in telesna aktivnost še nikoli nista bila tako vidna in množična. Kar naenkrat je moč opaziti množice tekačev in kolesarjev, v fitness centrih gnečo nadebudnih akterjev, v dvoranah za aerobiko pa skupine žensk, ki pridno telovadijo, "trošijo" kalorije in oblikujejo svoje telo: za zdravje, za užitek, dobro počutje ali pa le za estetiko telesa.

Za takšen porast telesne vadbe je gotovo kriv razvoj novih komunikacijskih sredstev in tehnologij, mediji pa omogočajo bistveno hitrejše in lažje spoznavanje različnih telesnih praks, ki se na ta način širijo. Športno, atletsko oziroma "fit" telo se množično oglašuje in komercialno izkorišča ter se na ta način popularizira do te mere, da je ukvarjanje s kakim rekreativnim športom postalo takorekoč vsakdan sodobne ženske.

V potrošniški kulturi se je izoblikoval diskurz estetskega in zdravega telesa, ki se nenehno reproducira preko medijskih podob ideala in je tako postal tudi ena izmed vodilnih vrednot sodobnega človeka (Starc 2003). Gibčno in lepo oblikovano telo pa se tudi dobro trži, se kupuje in zato tudi oglašuje ter s tem kraljuje v potrošniški kulturi. Idealni prostor za oblikovanje takšnega telesa pa so prav telovadnice in fitness centri, ki so prav tako postali dobro oglaševani predmet. V oglasih so prikazane le pozitivne strani telovadnic, zato oglaševalci s takšnimi prizori vabijo posameznike, da z užitkom prevzamejo odgovornost za svoja telesa, tako da na jih delajo ter v njih investirajo (Sassatelli v Featherstorne 2000).

Myra Macdonald (1995) ugotavlja, da je popularizacija telesne aktivnosti začetek viška dosegla sredi osemdesetih let prejšnjega stoletja, ko je telesna vadba postala skoraj zapoved. Takrat namreč v ospredje stopi zdrav življenjski stil in se začne debelost povezovati s pomanjkanjem volje in lenobo. Mlade ženske začnejo telovaditi, hujšati in se podrežati sistemu samodiscipline (Macdonald 1995). Posledično pride tudi do novega moralnega imperativa – tj. biti v formi (Kuhar 2004, 109), saj dieta ni več edina telesna praksa za zmanjševanje telesne teže. Dieta postane le prvi korak k vitkosti, do idealne in lepo oblikovane postave pa pridemo šele s telesno vadbo. Telesna vadba oziroma šport tako postane nova "tehnologija" za nadziranje in discipliniranje teles. S tem se strinja tudi Kuharjeva (2004), ki pravi, da se je umetnost vzdrževanja telesa resnično uveljavila. Še več, Macdonaldova (1995) trdi, da je čvrsto in napeto telo brez odvečnih maščobnih blazinic postalo zapoved današnje družbe.

Telesna vadba je kot družbena praksa v današnji kulturi neizogibno povezana z zdravjem in vzdrževanjem telesa, kar še dodatno označuje posameznika, ki se rekreira, kot odgovornega, kontroliranega in tako uspešnega tudi pri obvladovanju drugih področji svojega življenja. Telesna aktivnost žensk, ki jo zlasti poudarjajo ženske revije in tudi ostali medijski teksti, je danes močno povezana z videzom ženske. Kakor pravi Macdonaldova (1995), živimo v "keep-fit" kulturi oziroma v družbi, ki nas spodbuja, da ohranjamo naše telo "fit", ga ohranjamo v formi. Skrb za svoj videz in nenehen trud, da bi prekrili napake, je namreč normalno stanje ženskosti (Macdonald 1995).

Žensko občinstvo pa k telesnemu gibanju in njegovim pozitivnim učinkom nenehno nagovarjajo množični mediji, stroka, literatura in predvsem ženske revije. V mnogih tekstih, predvsem v ženskih revijah, je poudarjen pomen vadbe, ne le estetski vidik vitkega telesa v povezavi z zdravjem, ampak tudi dobro počutje in zdrav um (Kuhar 2004, 109). Povsod je lahko prebrati, da je telesna vadba pogoj za zdravo fizično kot tudi psihično zdravje in počutje ter šele nato "vstopnica" do lepo oblikovanega čvrstega in lepega telesa.

Predvsem v ženskih revijah je telo pogosto povezano s pozitivnim mišljenjem in dobrim počutjem žensk, ki se ga dobi z določeno disciplino. Ženske revije so polne vsebin, ki med seboj povezuje tako vadbo uma, telesa in spolnosti, ki vodijo k »super-življenju«. Z vsemi temi napotki lahko ženska dejansko nenehno skrbi zase, saj vsa pozitivna terminologija "fitnesa in zdravja" in "psihičnega dobrega počutja" prikriva zahteve rigorozne discipline (Macdonald 1995). Ženske te vsebine vsakodnevno berejo in se izgubljajo v užitku in fantaziji, kaj bo, ko bodo s pomočjo teh napotkov dosegle takšno kontrolo uma, ki bo nagovarjalo telo, da telovadi. S konstruiranjem telesa kot cono dela ženske revije spodbujajo svoje bralke, da sebe označujejo kot telo (Wolf 1992, 202).

## **4.2 Telesna vadba za estetiko telesa**

Izboljševanje telesnega videza in ohranjanje zdravja s pomočjo telesne aktivnosti oziroma športa, je postalo temeljni projekt, ki ga posameznik izgrajuje vse življenje. Vsak posameznik je postal moralno odgovoren za svoje telo, pravi Starc (2003). Če danes govorimo o lepi ženski, se nam avtomatično v misli prikrade podoba današnjega ideala o vitki, mladi, atletske oblikovani, uspešni in aktivni ženski. Ta stereotip pa so v današnji družbi ženske ponotranjile do take mere, da z aktivno angažiranostjo izvajajo telesne vadbe, s katerimi nenehno zasledujejo telesne ideale in oblike (Starc 2003).

Telesna vadba je postala idealna telesna praksa za ohranjanje visoko vrednotenega lepega telesa. Telesne aktivnosti so se začele nadgrajevati tudi tako, da so imele najboljše učinke na lepoto. »Čeprav so zagovorniki medicine (v ženskih revijah) omenjali, da vadba pripravlja ženske na dvojno vlogo zaposlitve in materinstva, so hkrati poudarjali, da je njen osnovni namen estetski« (Stewart in Janovicek v Starc

2003). Razvil se je diskurz estetike, ki je kot osnovni namen telesnih praks športa postavil doseganje lepega telesa, torej dobrega videza. Tako je oblikovanje estetskega telesa v zadnjem času postal najpomembnejši projekt žensk in moških (Starc 2003).

Načini ženske in moške vadbe pa se razlikujejo. Za oblikovanje moških teles je potrebna intenzivna in trda vadba; moški športi so predvsem grobi, borbeni in tekmovalni, medtem ko so ženska telesa povržena "mehkejšim" oblikam telesne vadbe; ženske se poslužujejo individualističnih aktivnosti kot so ples, hoja, tek, aerobika. Te načine telesne vadbe lahko razumemo kot ženstvene aktivnosti, saj so povezane z milino in ženskostjo, oblikovanjem telesa in s sodobno estetiko ženske lepote (Frost v Kuhar 2004, 110). Danes obstaja ogromno sestavljenih telovadnih programov, kot so aerobika, pilates itn., ki v "jogging, slimming in keeping fit" procesih promovirajo zdravje, dobro življenje in lep videz. Te telovadne programe in vrste telesnih praks najpogosteje zasledimo tudi v ženskih revijah.

Tovrstne prakse so tako postale legitimno opravičilo za zdravje (Turner 1996, 171), ženske pa so prepričane, da morajo imeti oblast nad svojim telesom. V želji po vitkem, gibčnem in atletsko oblikovanem telesu telovadijo, zato ima nenehna potreba po ugajanju vedno večje posledice v odnosu do svojega telesa. Diskurz zdravja iz resničnih motivov je pri teh posameznicah skoraj popolnoma zignoriran, hkrati pa jim diskurz zdravja omogoča, da svoje obsedeno stanje s telesom do neke mere upravičijo. Vitkost telesa, zdravje in estetika gibanja so temeljni atributi ženskosti, ki se nenehno reproducirajo v diskurzu estetskega telesa v športu (Starc 2003).

### ***4.3 Telesna vadba – trpljenje ali užitek?***

V tem poglavju bom skušala pokazati medsebojno povezanost gibanja in telesne vadbe z na eni strani vitkim in zdravim telesom, na drugi strani z zdravim umom in na tretji strani z sposobnostjo ženske nadzorovati svoje življenje ter disciplinirati svoje telo. Z ozirom na te motive bom skušala prikazati tudi, kakšni motivi ženejo ljudi oziroma v našem primeru predvsem ženske v telesno vadbo.

Odnos človeštva do telesne dejavnosti že tisočletja niha med "ljubeznijo in sovraštvom". Že antični filozofi so pripisovali telesni dejavnosti lastnosti univerzalnega zdravila, ki krepi telo in duha (Blinc in Bresjanac 2005, 74). Tudi mnogo raziskav niza dokaze številnih psiholoških koristi vadbe, kot so zmanjšanje stresa, večja samozavest, pozitiven vpliv na telesno samopodobo in zmanjšanje stopnje depresivnosti, poleg že omenjenega ohranjanja teže ter oblikovanju telesa (Kuhar 2004, 110). Telesna vadba je vsekakor pomemben dejavnik, ki vpliva na kakovost duševnega zdravja in nedvomno pripomore k zagotavljanju kvalitetnejšega funkcioniranja človeka tako na telesni kot tudi duševni ravni. Nenazadnje pa je telesna vadba tudi relativno poceni, predstavlja osebni užitek, ker pomeni čas zase ali za druženje (Kuhar 2004, 110) in izboljša tako našo fizično pripravljenost, zdravje, kot tudi telesno samopodobo in samozavest. Pregovor »zdrav duh v zdravem telesu« vsekakor ni iz trte zvit. Dejstvo torej je, da telesna vadba pozitivno vpliva na marsikatera psiho-fizična stanja posameznikov. Kaj je torej problem? Pomembni dejavniki za učinke med izvajanjem telesne vadbe in tudi njene posledice se od posameznika do posameznika razlikujejo. Diskurzi, ki spodbujajo telesno aktivnost, namreč ves čas poudarjajo zgolj užitek in izbiro (Macdonald 1995, 201–203). Vendar temu ni vedno tako, saj je to, ali nekdo v telovadbi uživa ali ne, odvisno od slehernega posameznika. Gre predvsem za mero uživanja ali trpljenja v telesnih vadbah, ki je močno odvisna od nagonov/motivov za vadbo in telesne samopodobe posameznika. Torej, pomemben je motiv, ki se največkrat izoblikuje na podlagi telesne samopodobe.

Telesna čilost je v Sloveniji v devetdesetih (v ZDA pa že sredi sedemdesetih) postala glavni simbol zdravja, individualne produktivnosti in uspešnosti. V devetdesetih, ko stopi v ospredje zdrav življenjski stil, se debelost povezuje s pomanjkanjem volje in lenobo; toda to se nanaša na pomanjkanje telesne vadbe in ne več toliko na kršenje diet. Nov moralni imperativ je "biti v formi". Mediji pogosto opozarjajo, da komercialne bližnjice po navadi ne vodijo do dolgoročnega uspeha. Kdor želi trajno shujšati in imeti lepo oblikovano telo, mora biti temu cilju predan in zanj trdo delati. Poudarjen je pomen gibanja in vadbe, kar podpira pojmovanje, da vitka postava ne pomeni samo zdravega telesa, temveč tudi zdrav um. Ukvarjanje s telesnimi aktivnostmi pomeni psihično relaksacijo, ki vrača življenjsko moč ter zmanjšuje stres in napetost. Velja za ustrezen način sproščanja energije, obenem pa je znak samonadzora. Na ta način povezuje oblikovanje čilega in "fit" telesa kapitalistično dvojnost nadzora in razbremenitve, dela

in igre, pritiska in svobode. Vadba postaja »glamurizirana in seksualizirana aktivnost japijev« (Bordo 1993, 195), ki omogoča učinkovito upravljanje s (pretirano) potrošnjo. Mnogo ljudi se na primer s pomočjo vadbe skuša "znebiti" zaužite hrane. Mišice ter napeta koža, ki jih vadba razvija in oblikuje, so postale kulturna ikona, saj dokazujejo, da oseba skrbi zase in da je sposobna obvladovati svoje življenje.

Kaj pa motivira današnje telovadce? Mnogo raziskav opozarja na različne motive za vadbo pri moških in ženskah. Moški pogosto vadijo z namenom, da bi izboljšali postavo, ženske pa se za nadzorovanje teže pogosteje poslužujejo diet kakor vadbe. Kljub temu pa sodijo med poglavitne razloge za vadbo pri ženskah želja po hujšanju, boljše počutje in lepša postave. Pri ženskah ni enostavno razlikovati med vadbo za doseganje fizičnega zdravja in dobrega počutja ter vadbo, ki je namenjena oblikovanju lepega telesa.

Psihološke koristnosti vadbe pa so lahko tako pozitivne kot negativne, vendar prve krepko presegajo druge. Kuhar v svoji knjigi piše (2004), da mnogo raziskav niza dokaze o številnih koristnostih vadbe, kot so zmanjšanje stresa, večja samozavest, zmanjšana stopnja rahle do zmerne depresivnosti, občutij nevroticizma, anksioznosti. Redna in zmerno intenzivna vadba ima ugoden vpliv na srčno-žilni sistem in ščiti pred osteoporozo. Poleg tega vodi do dobrega počutja in naraščanja ravni energije. Vadba prispeva tudi k vitkejšemu in bolj oblikovanemu telesu ter k ohranjanju zdrave telesne teže. Vadba predstavlja tudi osebni užitek, saj pomeni čas zase ali za druženje.

Na drugi strani pa rezultati nekaterih raziskav (Davis in Dionne v Grogan 1999) kažejo, da lahko vadba vodi k povečanemu nezadovoljstvu s telesom in ne zmanjšanim. To se ponavadi zgodi zaradi nerealno zastavljenih pričakovanj in zaradi primerjave z drugimi vadečimi. Nekateri ljudje postanejo z vadbo obsedeni. Vendar pa dokazi o koristnosti vadbe za psihološko in fizično zdravje ter izboljšanje zadovoljstva s telesom krepko presegajo dokaze o njenih negativnih učinkih (Grogan 1999).

Naša telesa so v resničnosti zelo različna od idealov: po velikosti, obliki, barvi, ustroju, delovanju, načinu gibanja. Nenehno se tudi spreminjamo. Veliko ljudi je prepričanih, da je njihovo telo pomanjkljivo in ga ne morejo sprejeti takšnega kot je, temveč ga skušajo preoblikovati v skladu s kulturnimi in družbenimi zapovedmi. Obkroženi smo s

sporočili, da lahko vsakdo, ki je pripravljen dovolj trdo delati in vložiti ves svoj trud in denar v telo, doseže telesni ideal. Taka sporočila so zelo škodljiva za telesno samopodobo in potencialno za zdravje, saj pospešujejo nezadovoljstvo, sprožajo občutke krivde in vodijo v nezdrave telesne prakse. Poleg tega je ta predpostavka v nesoglasju z genetsko realnostjo. Telo, ki ga je treba nenehno oblikovati, postane fetiš, lahko celo do stopnje, da ovira številne druge dejavnosti posameznika (Kuhar 2004, 136).

#### ***4.4 Najbolj popularne vadbe žensk za ustvarjanje drugačne (želene) podobe telesa***

Popularne telesne vadbe, kot so aerobika, fitnes, pilates, joga ipd. bom skušala opredeliti kot posebej primerne športne tehnologije pri oblikovanju telesne podobe žensk. Po podatkih Fakultete za šport (Inštitut za varovanje zdravja 2010) se med deset najbolj priljubljenih športnih zvrsti v Sloveniji uvrščajo: hoja, plavanje, kolesarstvo, alpsko smučanje, planinarjenje, jutranja gimnastika, tek v naravi, nogomet, ples in fitnes.

Šport ima pomembno vlogo v naraščajočem zanimanju za telo. Perspektiva teles kot stroja, ponazorjena v medicini, je dosegla svoj vrhunec v športni znanosti (Seymour 1998). Danes v športu ni mogoče doseči vrhunskega rezultata brez pomoči športne tehnologije. Kljub naraščajočim možnostim za preoblikovanje telesa s pomočjo tehnologije pa v vsakdanjem življenju ostaja dejstvo, da so »naši stroji .. danes še kako živi, mi sami pa srhljivo nedejavni« (Haraway 1999). V ljudeh pa je kljub temu še vedno globoko zasidrana želja po preoblikovanju lastnega telesa.

Odkar je podoba telesa najpomembnejši dejavnik v vrednotenju sebe v družbi, tako moški kot ženske delajo na svojih telesih, da bi poudarili, izboljšali svojo podobo zase in za druge (Seymour 1998). Obstaja veliko razprav o razlikah med telesi moških in žensk. Te razlike imajo lahko zelo globoko družbeno logiko. V delu Melite Zajc so kot primeri za ustvarjanje oblike telesa navedeni plastična kirurgija, negovalna oziroma dekorativna kozmetika in telesne vadbe: aerobika, fitnes in druge dejavnosti (1999, 62). Dodamo naj, da ni mogoče postaviti enačaja med športno vadbo (aerobika, pilates) in

povsem dekorativnim postopkom, kakršen je kozmetika. Res je sicer, da lahko ženska s kozmetiko povsem spremeni svoj videz obraza. Za ostale dele telesa pa je to veliko bolj vprašljivo. Obstaja na primer veliko krem proti celulitu, s katerim imajo ženske pri oblikovanju želene postave ker nekaj težav. Učinek teh krem je, da napnejo kožo na problematičnih delih telesa. Nimajo pa te kreme daljnosežnega učinka. Celulita torej ne odpravijo. Izboljšajo le videz kože oziroma kožo napnejo (kar nekaterim ženskam tudi zadostuje). Za globlje učinke pa sta vsekakor potrebna športna vadba (primerna seveda in v primerni količini) in ustrezen režim prehrane.

Ob tem se zdi nujno omeniti še dejstvo, da dosega ženske pri vadbi aerobike, pilatesa ali joge tudi nekatere druge učinke, ki sicer niso neposredno povezani s podobo njihovega telesa, so pa posredno zato vsekakor pomembni. Ti učinki izhajajo po eni strani iz teorije športnega treniranja (na primer vzdržljivost, gibljivost, moč ... ) (Ušaj 1996) in po drugi strani kot neke povsem psihološke značilnosti: beg pred vsakdanjim življenjem, sprostitvev, druženje ...

Nekateri teoretiki ugotavljajo, da je šport žensk »drugačen, ker izhaja iz drugačnih generičnih temeljev ženske biti« (Vodeb 1995). Aerobika je prav gotovo šport žensk. To potrjuje dejstvo, da so ženske v Sloveniji uvrstile aerobiko med deset najpopularnejših športnih panog (Petrovič et al. 1998). Govorimo torej lahko o pravem množičnem gibanju, ki je vzniknilo v zadnjih dvajsetih letih (Zagorc 1986). Wendy Seymour ugotavlja, da se že pri deklicah pričakuje skrb za telo. Zadržano obnašanje, nežne igre, olikano vedenje, preišljena drža in graciozno gibanje so vrednote, ki so cenjene pri dekletih, ure baleta, gimnastike, slikanja ali tečaj retorike, glasbena šola ali pevski zbor so vzorci ženske socializacije (1998, 94). Ženska socializacija (Seymour 1998) je danes še posebej poudarjena v šolah pri urah športne vzgoje. Deklic se pač na sme preveč "preganjati", menijo tudi mnogi ravnatelji na slovenskih šolah. Posebej zanimiva je situacije pri najstnicah v srednjih šolah. Ker pač dekleta pri urah športne vzgoje igrajo odbojko (bolj ali manj statično) in badminton (s čim manj gibanja po prostoru), delajo posebne ženske sklece – vaja moči za roke in prsi, ki so lažje od običajnih, in še bi lahko naštevati, jih v dobi odraslosti, ko si iz različnih razlogov zaželijo več gibanja, ostane bore malo možnosti. Čeprav športni sociologi pravijo, da obstaja neskončno športnih zvrsti, je v praksi resnica bistveno drugačna. To pričajo tudi prispevki o vadbi v ženskih revijah, ki pričajo le o aerobni vadbi, različnih vajah za telo,



ki se ponavadi izvajajo v zaprtih prostorih, kot je na primer fines ali telovadnica za aerobiko. Le malokrat so predstavljeni športi, ki se izvajajo zunaj in so t. i. sezonski športi, kot sta plavanje, smučanje, kolesarjenje in tenis. Aerobika, fitnes, ples ali joga se tako zdijo idealna rešitev; v pomanjkanju boljših idej pač. Skupaj s prijateljico se odpravi k najbližjemu ponudniku te zvrsti, vplača članarino in že je zadovoljna, koliko je s tem naredila zase.

V današnji družbi najdemo veliko prostora za aerobiko kot športno vadbo žensk. Aerobika ima idealne možnosti, da postane ena med mnogimi možnostmi "telesnega inženiringa" (Kunst 1999), niti ne toliko zaradi naštetih ugodnih predispozicij, marveč preprosto zaradi premajhne izbire. Med možnostmi, ki se ponujajo, ženske izberejo najugodnejšo. Ob tem se nam spet poraja vprašanje, zakaj sploh izbirajo med možnostmi za preoblikovanje telesa. Gre verjetno za večni konflikt nezadovoljstva s svojo podobo telesa. Kljub temu da nekatere ameriške televizijske zvezdnice svojo odvečno težo redno odpravljajo z liposukcijo (Zajc 1999), te operacije večini njihovega občinstva niso dostopne. Pa tudi če bi bile, njihov učinek ne bi bil tako velik kot pri modelih oziroma zvezdnicah, po katerih se ženske zgledujejo. Po eni strani je prednost aerobike ravno v dostopnosti in primernosti za vse ženske (le vztrajati je treba), po drugi strani pa je problem, da samo z aerobiko tudi ni mogoče doseči prav takšne podobe telesa, kakršno si ženske želijo.

## **5 ŠTUDIJA PRIMERA: REVIJI LEPA IN ZDRAVA TER COSMOPOLITAN**

V empiričnem delu diplomske naloge bom raziskala reprezentacije ženskosti skozi vlogo ženske kot aktivne, športne in "fit". Obravnavala bom torej telesne prakse, ki se pojavljajo v ženskih revijah. To pa bom storila na primeru raziskovanja dveh ženskih revij, ki sta si po načinu nagovarjanja svojih bralk različni: na primeru revije Cosmopolitan, namenjene predvsem mladim ženskam ter specializirane revije Lepa in zdrava, ki že v naslovu napoveduje, da se dotika predvsem zdravega in aktivnega načina življenja, ki naredi žensko lepo, skrbi za njeno dobro počutje in krepi samozavest. Zanimalo me bo, ali so te reprezentacije ženskosti prevladujoče v ženskih revijah,

oziroma so še vedno drugotnega pomena, in je še vedno v ospredju kult vitkega in lepega telesa.

Poizkušala bom pokazati, da je športna in "fit" ženska izpodrinila lik shirane manekenke v ženskih revijah, vsekakor pa ta še vedno predstavlja vitko, zdravo in "fit" telo kot simbol lepote. Ženske revije so "odgovorne" za nov pogled na žensko telo in žensko lepoto, posledično pa tudi na obremenjenost sodobne ženske s telesnim videzom. Cilj je torej spoznati diskurzivne strategije, ki jih pri pisanju o telesni vadbi ter zdravem aktivnem načinu življenja ženski reviji Lepa in zdrava ter Cosmopolitan uporabljata za nagovarjanje bralk.

Z vsebinsko analizo in načinom pisanja v prispevkih, ki se nanašajo izključno na temo telesne vadbe, športa in aktivnega preživljanja prostega časa žensk, bom pokazala, kakšne diskurzivne strategije uporabljata omenjeni reviji. Predpostavljam tudi, da obe reviji reprezentirata podobo športne in "fit" ženske kot eno pomembnejših vlog in najpomembnejših vrednot sodobne ženske v njenem življenju. Zdravje in športni način življenja povečujeta pred mnogimi drugimi vrednotami. Seveda pa ga povezujeta z zunanjim videzom, ki mora biti v postmoderni družbi popoln, drugače je ženska deležna neodobravanja. Reviji postavljata zdravo in "fit" žensko kot simbol lepote.

Pri svoji analizi bom uporabila številke revij Lepa in zdrava ter Cosmopolitan, ki so izšle v obdobju od januarja 2009 do decembra 2009. Lotila se bom analize tekstov, ki se nanašajo na zgoraj omenjene teme. V nalogi bom skušala ugotoviti, kako športna in "fit" ženska vse bolj izpodriva mit, da je le vitka ženska lepa ženska. Pri tem bom skušala prikazati tudi različne diskurze in diskurzivne strategije, ki jih uporabljata ti dve reviji za nagovarjanje žensk, naj telovadijo in uporabljajo druge telesne tehnike pri skrbi za svoje telo. Dobljeni podatki bodo kvalitativne narave. Če bi želela tudi praktično ugotoviti, kakšen vpliv imata reviji na oblikovanje ženskosti oziroma lik športne in "fit" ženske, in ali se je ta lik ženskosti pri nas zares prijel, bi morala izvesti še analizo bralstva. Moja naloga bo temeljila predvsem na tekstualni analizi prispevkov na prej omenjene teme. V prvi vrsti me bo zanimalo, kako novinarske diskurze v tovrstnih revijah nadomeščajo strokovni diskurzi različnih strokovnjakov, vaditeljev in trenerjev, ki imajo vedno bolj pomembno vlogo v revijah za ženske. Zanimalo me bo tudi, kako diskurz športa in zdravja vse bolj nadomeščata druge diskurze. To različni avtorji, kot

sem ugotovila že v teoretičnem delu diplomske naloge, označujejo s pojmom medikalizacija družbe in popularizacija telesne vadbe. Pred samo analizo pa bom nekaj vrstic namenila predstavitvi preučevanih revij.

## 5.1 Revija Lepa in zdrava

Revija Lepa in zdrava že v naslovu napoveduje, da se dotika predvsem zdravega in aktivnega načina življenja, ki seveda naredi žensko lepo. Tako se predstavlja in oglašuje tudi sama na domači spletni strani:

*Revija Lepa & zdrava je namenjena vsem, ki jih zanima zdravo in srečno življenje. Temelji na verodostojnosti in strokovnosti, ki je bralcem podana na razumljiv način. Z uredništvom že več let redno sodelujejo priznani slovenski strokovnjaki, zdravniki, nutricionisti, športni trenerji, skratka vsi, ki vedo, kako do zdravega, lepšega in bolj zadovoljnega vsakdana. Enkrat mesečno lahko bralke in bralci revije pokličejo na uredništvo v tako imenovano Dežurno ordinacijo, kjer se lahko z našimi strokovnjaki tudi osebno pogovorijo ter jih vprašajo za nasvet. Za vas spremljamo novosti v zdravstvu, kaj je novega v kozmetičnem svetu, na kaj moramo biti pri prehrani še posebej pozorni in kako lahko poskrbimo za notranji mir. Skratka vse, kar je povezano z zdravim načinom življenja, lahko preberete v reviji Lepa & zdrava. (Lepa in zdrava 2010)*

Revijo Lepa in zdrava izdaja Delo revije, d.o.o, izhaja vsakega 10. v mesecu in obsega povprečno 100 strani na izvod. V njej so stalne rubrike Telo, Lepota, Zdravje, Sreča in Prehrana. Revija je začela izhajati marca leta 2004, ob izidu njene spletne različice, pa je pomočnica glavne urednice Alma Glumac zapisala:

*Revija Lepa & zdrava je bila ob svojem prvem izidu (marca leta 2004) vroča novost – ne samo v bogatem revijalnem programu podjetja Delo Revije, d. d., ampak tudi na slovenskem trgu, saj revije z nasveti za zdravo in polno življenje pri nas do takrat še ni bilo! In prav takšne vsebine lahko najdete sedaj tudi na spletnem mestu [www.lepazdrava.si](http://www.lepazdrava.si) Spletna različica revije bo pokazala bralcem, da ni potrebno veliko časa na dan, da poskrbimo za osnovno človekovo vrednoto – zdravje, zdrav duh, lep videz, pravilno prehrano in gibanje. Kakovost življenja posameznika je pomembna, v hitrem tempu vsakdanjega življenja pa ljudje večkrat pozabljamo nase in živimo zelo nezdravo, s tem pa se nam slabša tudi kvaliteta življenja, saj so obolenja in bolezni vedno bolj pogosti spremljevalec populacije. Gibanje pozitivno vpliva na zdravje, redna telesna vadba pa pripomore tudi k zdravju naših sklepov. In ker v pomanjkanju časa vsi hlepimo po hitrih rezultatih, smo k sodelovanju povabili izkušene inštruktorje in strokovnjake, ki spremljajo svetovne novosti v športu, prehrani, zdravju in lepoti. Za novosti v prehrani bo poskrbela Marija Merljak,*

*univ. dipl. ing. živ. teh., strokovnjaki na področju športa – Tanja Želj, prof. športne vzgoje in inštruktorica, Tina Pustovrh, prof. šp. vzg., in Robert Pal, prav tako profesor športne vzgoje in inštruktor – pa bodo s preprostimi vajami in nasveti poskrbeli, da bo obiskovalcem strani resnično potrebno le nekaj minut na dan za ohranitev zdravega duha v zdravem telesu. Čeprav bodo vsebine informativno-izobraževalne, pa bomo poskrbeli, da bodo razumljive širšemu segmentu obiskovalcev, saj le razumljivo branje motivira ljudi k akciji, torej h gibanju in uživanju zdrave prehrane. (Lepa in zdrava 2010)*

Revija Lepa in zdrava je specializirana revija, saj obsega točno določeno tematiko, in se, kot je razvidno že iz naslova, pretežno ukvarja z zdravjem, skrbjo zase in nego telesa. S sloganom *Revija za polno življenje* sporoča, da je namenjena ljudem, ki si prizadevajo živeti zdravo in kvalitetno življenje. Vsebina revije temelji na strokovnosti, verodostojnosti in prijaznosti. Revija je namenjena ženskam, starim od 16 do 40 let, prebira ali prelista pa jo v povprečju 64.000 bralcev (Nacionalna raziskava branosti 2010).

V reviji Lepa in zdrava bom analizirala prispevke na temo telesne vadbe, športa in aktivnega preživljanja prostega časa žensk. Poiskala bom, kakšne diskurze uporablja za nagovarjanje žensk v smislu zdravega načina življenja z izvajanjem različnih telovadb, fitnes vadb in drugih načinov aktivnega preživljanja prostega časa. Pregledovala bom izključno prispevke, ki se nanašajo na omenjene teme.

Zanimalo me bo, ali so te reprezentacije ženskosti prevladujoče v ženskih revijah ali so še vedno drugotnega pomena in je še vedno v ospredju kult vitkega in lepega telesa, ki si ga ženska lahko kupi z različnimi lepotnimi izdelki, oblekami in drugimi lepotnimi pripomočki. Na podlagi svoje analize bom preverjala naslednje teze:

1. Športna in "fit" ženska je izpodrinila lik shirane manekenke v ženskih revijah.
2. Revija Lepa in zdrava v svojih diskurzivnih strategijah, ki jih uporablja za nagovarjanje bralk, uporabljata telesno aktivno in "fit" žensko kot simbol lepote, zdravja, užitka in uspešnega življenja. Revija Lepa in zdrava to počne veliko bolj eksplicitno kot revija Cosmopolitan, pri tem pa namesto novinarskih diskurzov uporablja večinoma strokovne, saj o telesni vadbi pišejo predvsem strokovnjaki in poznavalci na tem področju.

3. Lik športne in "fit" ženske je postal le eden od načinov samodiscipline in skrbi za svoje telo žensk.

Moje teze so vezane na objavo prispevkov o zdravem in aktivnem načinu življenja v reviji Lepa in zdrava, ki osvobaja žensko in podpira trud, ki ga ženska vloži v svoje telo in življenje. Revija Lepa in zdrava se veliko bolj poslužuje drugih diskurzov, ne le novinarskih. Tako tu prevladujejo strokovni in znanstveni diskurzi, ženskam pa svetujejo različni strokovnjaki in poznavalci vadbe.

Preden pa sem se lotila natančne analize revije, me je zanimalo, kdo piše v tovrstnih revijah, kdo so njeni ustvarjalci. Glavna in odgovorna urednica revije je Gordana Sredojevič, pomočnica gl. in odg. urednice pa Alma Glumac. Vodstvo revije je torej žensko, prav tako pa mi pregled novinarske ekipe pove, da je tudi ta večinoma sestavljena iz žensk. V ekipi je 16 novinark in le dva novinarja. To potrjuje dejstvo, da revija za ženske ustvarjajo predvsem ženske same. Urednice ženskih revij z novinarsko selekcijo oziroma s prednostnim tematiziranjem, odločanjem o vsebinah, ki jih bodo vključile v revijo, ustvarjajo in utrjujejo meje ženskega sveta. Dejstvo, da ženske revije ustvarjajo prav ženske, nedvomno vpliva na vzpostavitev prijateljskega in zaupnega odnosa med revijo in bralko in posledično na pripadnost, ki jo bralke čutijo do revije.

Vedno bolj pomembno vlogo pri soustvarjanju revije pa imajo tudi različni strokovnjaki in znanstveniki, ki s svojim znanstvenim in strokovnim diskurzom nadomeščajo oziroma izpodrivajo novinarskega. Dejstvo je, da ljudje veliko bolj verjamemo strokovnjakom kot navadnim laikom, zato so pri tovrstnih revijah za ženske, ki svetujejo predvsem na področju zdravja, prehrane, oblikovanju telesa, lepote, strokovni diskurzi še toliko bolj pomembni. Bolj kredibilni in potencialno tudi bolj verodostojni za nakup njihovih nasvetov. Verodostojnost športa oziroma telesne vadbe kot sredstva za doseganje vitkega in atletskega telesa pa podpira tudi verjetje (Vodeb 2000).

V vsaki reviji, ki povprečno obsega od 90 do 100 strani, lahko naštejemo najmanj deset strani, ki govorijo izključno o telovadbi, telesni ali športni aktivnosti, fitnes vadbi in drugih pristočasnih rekreacija (kar je 10 odstotkov celotne revije). Seveda pa ne gre prezreti vseh spremljajočih prispevkov o discipliniranju telesa, kot so prehrana, razne masaže in drugi lepotni tretmaji, nasveti za nego telesa in nasveti za lepo postavo. Ker

pa se v diplomski nalogi želim osredotočiti le na šport in pridobivanje lepega telesa s telesno vadbo, sem se osredotočila le na te prispevke.

## **5.2 Vsebinska analiza prispevkov o telesni vadbi v Lepi in zdravi**

V tem delu diplomske naloge bom podrobno predstavila, kako revija Lepa in zdrava piše o temah, povezanih s telesno vadbo, športom, o aktivnem in zdravem preživljanju prostega časa in drugih temah, povezanih s telesnimi praksami za oblikovanje ženskih teles. V enem letniku revije (januar 2009 do december 2009) bom pregledovala izključno prispevke, ki se nanašajo na omenjene teme. Predpostavljam namreč, da je uvrščanje teh tem v revije za ženske povzročilo, da je zdrava in "fit" ženska začela izpodrivati lik shirane manekenka, telesna vadba pa je postala, poleg diet in lepotičenja, ena najpomembnejših telesnih praks žensk. V ženskih revijah se je tako začel pojavljati nov pogled na žensko telo in žensko lepoto.

Že sodeč po kazalu lahko vidimo, čemu revija posveča največ pozornosti: stalne rubrike Telo, Lepota, Zdravje, Sreča in Prehrana pričajo o tem, da revija veliko pozornosti nameni prav oblikovanju telesa, ki je seveda posledično zdravo in lepo, v sebi pa nosi tudi zadovoljstvo s samim seboj in srečo. Že v kazalu lahko pod stalno rubriko Telo zasledimo podrubriko, ki je stalnica v tej reviji, to je Kritična cona. Že samo ime "Kritična cona" se mi zdi zelo provokativno za bralke, saj napeljujejo na to, da so njihov trebuh, zadnjica in noge (o katerih je tudi največ govora v tej rubriki) kritične za opazovalca. Opazovalcev pa je veliko, saj smo ženske vedno opazovane. Podrubrike v kritični coni so vezane predvsem na estetiko telesa ter poudarjajo le dele ženskega telesa in ne telesa kot celote. Izpostavljene so predvsem zadnjica, trebuh, noge, ponekod tudi roke in prsi, kar je vidno tudi iz sledečih podnaslovov: Vaje za čvrsto zadnjico, Zazrite se v svoje telo, Anticelulitna vodna gimnastika, 10 zapovedi za lepe noge in čvrsto zadnjico (sanje vsake ženske), S toploto nad celulit, Hitro v bikini, Šest bližnjic do bikini telesa, Postavimo si uresničljive cilje, Trebušček, Fit za plavanje, 5 vaj za seksi telo, Čas za morje – hitro v bikini, Vaje za lepo postavo in sanjsko počutje, Vaje ki delujejo – lepe noge in zadnjica, Učinkovit vadbeni urnik za čvrste roke, Z žogo do lepega telesa, Vitki za praznike, Čvrst trebušček tudi decembra.

Sicer pa najdemo v rubriki Telo tudi podrubrike, kot so Tek na smučeh, Napolnite se z energijo, Telovadimo s Tanjo Želj (prof. športne vzgoje in inštruktorica pilatesa), Športno življenje v tujini, Vaje za zdrav hrbet, Fit za borilne veščine, Akcija salonov za oblikovanje telesa Linaea snella, Podvodna proticelulitna masaža – spodbuja cirkulacijo, Fit za igro tenisa, Fit za pohode (pohodništvo je več kot samo gibanje), V formi z zimskimi športi. Te teme so že po naslovih sodeč bolj vezane na šport v naravi in tiste telesne vadbe, ki so povezane predvsem z dobrim počutjem in ne toliko z estetiko telesa. Vsaj ne neposredno.

### **5.2.1 Osebnostni diskurz – pisma bralk in "navadnih žensk"**

Sprva bom pogledala, kako revija svoje bralke nagovarja v prvi januarski številki letnika 2009. V prvi januarski številki letnika 2009 naslovnico krasí Anamarija Avbelj, miss Universe 2008. Že takoj opazimo, da na živobarvni naslovnici bralke nagovarjajo veliki naslovi, kot so: »23 lepotnih trikov, Čas je za čvrsto zadnjico, Tek na smučeh«. Naslovi so vezani na rekreacijo, telesno aktivnost in oblikovanje telesa s telovadbo. Na drugi strani revije opazimo Pisma bralcev (bralk), ki nagovarjajo druge ženske, da je revija Lepa in zdrava s svojimi nasveti pozitivno vplivala na njihovo rekreacijo. Takšen diskurz, ko revija uporabi "navadne ženske" v svojih tekstih, še dodatno prepriča potencialne potrošnice, jih nagovarja "da je vse mogoče, če si tega zares želiš", tudi "navadnim smrtnicam". Strokovni diskurz, ki ga je revija uporabila v eni izmed prejšnjih številčk revije, ko je trener fitnesa predstavil vadbeni urnik z vajami, ki je že sam po sebi zaradi svoje strokovne note kredibilen, je še dodatno podprt z neznanstvenim diskurzom – izkušnjo ženske: »Priprava na smučanje - Začela sem smučati pred tremi leti, in ker še ne znam prav dobro, rada kaj na to temo preberem. Zato bi se vam rada zahvalila za vaš članek. Všeč mi je, da ste nam pripravili vadbeni urnik z vajami. Na koncu ulice imam prav priročno fitnes, časa do februarja, ko grem smučat, je pa ravno dovolj, da se pošteno pripravim. Angelca iz Postojne« (Lepa in zdrava 2009, 2).

Pismo bralke je še dodatno približano drugim bralkam z navedbo imena in lokalnosti. Bralke v tem primeru nagovarja Angelca iz Postojne, kar pri bralkah še poveča poistovetenje in jim daje neko zadovoljstvo in upanje, da lahko tudi njim uspe.

Tudi v marčevski številki pod rubriko Telo zasledimo osebnostni diskurz – to je novo akcijo salonov za oblikovanje telesa Linea Snella. Gre za nekajmesečni tretma "šestih srečnic", kot jih imenuje revija, ki se bodo pod nadzorom podale na preoblikovanje svojega telesa, tako s programom posebne prehrane kot tudi z osebnim trenerjem v fitnesu.

#### *Komaj čakajo na začetek probrazbe*

*Letošnje leto se bo, v sodelovanju s centri Linea Snella, s kilogrami in z zdravim načinom življenja spopadlo kar šest srečnic. V treh mesecih jih bomo pospremili na pot do zavidljivega videza, odličnega počutja in nepozabnega poletja. Udeleženke se bodo na začetku akcije najprej udeležile uvodnega posveta, kjer jim bodo v centrih Linea Snella izvedli natančno analizo telesa in tako pridobili vse potreben podatke glede telesne konstitucije, telesne teže, problematičnih predelov ter zdravstvenega stanja. Vseh šest udeleženk si bo tudi postavilo svoje cilje, ki jim bodo sledile skozi celoten program. Po uvodnih posvetovanjih bodo naše srečnice začele izvajati individualne programe pod nadzorom terapevtov in trenerjev. (Štular 2009, 36)*

Rubrika Akcija centrov za oblikovanje telesa Linea Snella, kjer so objavljeni odzivi zadovoljnih srečnic, se nato pojavi v julijski številki, ko izbrane ženske končajo svojo "telesno preobrazbo".

#### *Naša dekleta so lažja za 55,6 kg in ožja za 436 cm!*

*Tudi letos nam je naša akcija centrov za oblikovanje telesa Linea Snella odlično uspela. Naša dekleta, ki so pridno obiskovala centre po vsej Sloveniji ter tako izgubljala centimetre in kilograme, so presenetila tudi nas. Na zaključku jih skorajda nismo prepoznali, številke, ki so jih izgubile, pa so naravnost ogromne! Čestitamo!*

*Romana, Helena, Petra, Anamarija, Bojana in Renata so skupaj z nami in centri za oblikovanje telesa Linea Snella uspele izgubiti kar 55,5 in 436 cm, kar je naravnost fantastičen rezultat. Da pa bo jasno, na danes objavljamo izgubo centimetrov na štirih delih telesa in da se ti centimetri razlikujejo od končnih. Toda ker so bile tako pridne in vestne, smo jim obljubili, da objavimo njihov končni rezultat, torej izgubo centimetrov po celotnem telesu. Pa pogledjte njihove uspešne rezultate in morda prepričamo tudi vas, da čimprej zavijete v enega izmed centrov za oblikovanje telesa Linea Snella in se o njihovi odlični metodi prepričate kar sami! (Štular 2009, 34)*

Za bralko ženskih revij se mi na tem mestu zdi zelo zanimivo poudariti tudi odzive žensk, ki so sodelovale v tej akciji, ki s svojimi izjavami še bolj spodbudijo bralke, da bi tudi same poskusile izgubiti težo in obseg telesa v enem izmed takšnih centrov. Če se za



obisk ne bodo odločilo, pa jim vlivajo pogum, da lahko tudi one z nekaj truda in denarja dosežejo takšne rezultate.

*Udeleženke o metodi Linea Snella, o akciji, rezultatih in načrtih za naprej:*

*Romana: "Moram priznati, da sem te tri mesece tako uživala, da bolj ne bi mogla. Znova sem se počutila odlično, saj sem vedela, da delam nekaj zase, za svoje telo in svojo dušo ..."*

*Helena: "Še nikoli nisem bila tako polna energije, kot sem sedaj. Metoda Linea Snella zares učinkuje in je kar ne morem prehvaliti /.../ Pri tej akciji sem presenetila še samo sebe in povem vam, da bom še naprej vzdrževala ta rezultat, saj je naravnost fantastičen."*

*Renata: "Nad akcijo sem prijetno presenečena, saj takih rezultatov zares nisem pričakovala. Izgubila sem kar 92 centimetrov. Si predstavljate, da sem sedaj ožja za skoraj en meter?"*

*Bojana: "Zelo sem vesela, da imam spet toliko kilogramov, kot sem jih imela pred devetimi leti oziroma pred nosečnostjo. Pri mojem zdravem načinu življenja so me spodbujali tako mama in oče kot tudi moja hčerka, s katero sva vsak večer tudi telovadili ..."*

*Petra: "Odlično se počutim in ne morem vam povedati kako vesela sem, da mi je v treh mesecih s petimi obroki na dan uspelo izgubiti skoraj devet kilogramov /.../ Sicer pa imam že načrte za naprej. Ti se skrivajo v športu, ki mu bom ostala zvesta, saj sem se nanj navadila. Trudila se bom, da bom poleti čim več kolesarila in plavala, v svoj urnik pa bom vključila še kako športno aktivnost."*

*Anamarija: "Do konca imam še nekaj terapij in resnično upam, da mi bo uspelo izgubiti okroglih deset kilogramov. Nad rezultatom in načinom vadbe sem navdušena, saj preprosto ne morem verjeti, kako majhna sprememba je potrebna za tako velik napredek ..." (Štular 2009, 36)*

Diskurzivna strategija, ko revija za nagovarjanje bralk uporabi osebnostni diskurz, je v ženskih revijah zelo pogosta in učinkovita. Kot sem lahko ugotovila pri analizi prispevkov, se bralke lažje poistovetijo z drugimi ženskami kot pa le s strokovnjaki ali idealiziranimi podobami žensk. V reviji Lepa in zdrava je v primeru akcije Linea Snella strokovni diskurz dodatno podprt z osebnostnim. Ta je še posebej učinkovit pri nagovarjanju bralk k telesni vadbi, športnim aktivnostim in oblikovanju telesa, saj se tega marsikatera ženska ne more lotiti, ali pa ji telovadba predstavlja muko in napor. S pozitivnim odzivom žensk, ki so poizkusile tretma, ostale ženske prepričujejo, da je vse mogoče, le če imajo dovolj volje in močan um. Na drugi strani pa revije bralkam, ki se premalo ukvarjajo s svojim telesom, vzbujajo občutek krivde in sramu. Tako imenovane »prej in potem zgodbe«, so tipičen primer podpihovanja prepričanja, da je "vitko življenje" postlano z rožicami. Hkrati pa so tovrstni prispevki odlična priložnost salonov, fitnes in wellness centrov za oglaševanje svojih storitev in polnjenje svojih blagajn.

## 5.2.2 Strokovni diskurz

Revija Lepa in zdrava za nagovarjanje žensk v smislu zdravega načina življenja s posluževanjem različnih telovadb, fitness vadb in drugih načinov aktivnega preživljanja prostega časa, uporablja zelo veliko strokovnih in znanstvenih diskurzov. Lahko bi celo rekli, da novinarske diskurze v tej reviji nadomeščajo strokovni in znanstveni diskurzi različnih strokovnjakov, vaditeljev in trenerjev, ki imajo vedno bolj pomembno vlogo v revijah za ženske. To lahko podkrepim tudi s primeri iz revije. Na šesti strani januarske številke revije opazimo naslov Strokovnjaki za vas. V januarski številki jih je navedenih kar deset, ki imajo stalne ali pa občasne rubrike in prispevke v reviji. To dokazuje, da imajo pri sooblikovanju revije Lepa in zdrava izredno pomembno vlogo:

*Strokovnjaki za vas*

*Marija Merljak, univ. dipl. ing. druž. med,*

*Lilijana Ločniškar, dr. med., spre. druž. med.*

*Katja Fašink, kozmetičarka, vizažistka, stilistka in voditeljica*

*Tanja Želj, prof. športne vzgoje in inštruktorica pilatesa*

*Svyetlana Arh, direktorica strokovne znanstvene komunikacije Vichy*

*Tina Pustovrh, prof. športne vzgoje, spec. Kondicijska trenerka, vaditeljica fitnessa*

*Bojan Popovič, dr. med., dipl.prav., spec. dermatolog*

*Robert Pal, osebni trener in svetovalac na področju prehrane in fitnessa*

*Lana Mihele, grafologinja*

*Tina Fabjan, dr. dent. med. (Lepa in zdrava 2009, 6)*

Lahko opazimo, da je največ strokovnjakov, ki pišejo v reviji, ravno iz področja športne vzgoje, vadbe, fitnessa in zdrave prehrane.

V rubriki Telo svoje strokovne nasvete na več straneh revije januarske številke podaja profesorica športne vzgoje in kondicijska trenerka Tina Pustovrh. Pri nadaljnjem pregledovanju revije lahko ugotovimo, da se njeni prispevki v tej rubriki pojavljajo redno, vedno pa so vezani na oblikovanje telesa s pomočjo telesne vadbe oziroma določenih vaj za določene "kritične dele" telesa. Prispevki so slikovno podprti s fotografijami mišičaste in atletske oblikovane kondicijske trenerke Tine Pustovrh. Njena podoba predstavlja močno, pozitivno, sposobno in ponosno športno žensko. Pojavlja se v športnih oblačilih, nekajkrat tudi v zelo kratkih športnih hlačah in športnemu nedrčku, v številkah poletnih mesecev pa seveda v bikiniju. Že v prvi januarski številki izpostavlja, t. i. Kritično cono, ki je "nadloga skoraj vsake ženske": zadnjica in noge.

### *Za čvrste noge in zadnjico*

*Drage bralke, na kateri del telesa vam po vseh teh praznikih najprej uide pogled? Na vašo zadnjico seveda. Skrb, da se bodo praznične dobrote poznale prav na njej, je verjetno prisotna pri večini ženske populacije. In prav zato smo v januarski kritični coni pripravili vaje, s katerimi boste lahko poskrbeli, da bodo posledice praznikov vidne čim manj, vaša zadnjica pa bo ostala ali postala čvrsta in vredna vašega ponosa.*

*Vaje za zadnjico so najbolj iskane in uporabljene vaje pri ženskah, in to predvsem zato, ker je večina žensk danes nezadovoljnih z obliko svoje zadnjice ali njeno čvrstostjo. Veliko jih meni, da je njihova zadnjica premajhna ali prevelika, povešena, brezoblična in podobno. Posebne vaje za zadnjico so tiste, ki resnično pripomorejo k spremembi njene oblike, posledično pa k zapeljivemu videzu celotnega telesa. (Pustovrh 2009, 26)*

V nadaljevanju avtorica prispevka opisuje vaje za zadnjico, predstavi vadbeni urnik in predstavi, zakaj vaje delujejo. Vse vaje so podprte s fotografijami, na katerih trenerka te vaje tudi izvaja.

Tudi v februarški številki se pojavi prispevek Pustovrhove. Tokrat govori o vajah joge, umirjeni vadbi. Opazim lahko, da je na fotografijah športnica oblečeno v lahka športna oblačila, ki ne razkrivajo veliko telesa (kot na primer v prejšnji številki, ko je trenerka kazala veliko več gole kože). Ob pregledovanju revije pa lahko tudi opazim, da telesne vaje športnica vedno izvaja v naravi (spomladi na travniku, poleti na obali ali v morju, jeseni pa v gozdu).

### *Zazrite se v svoje telo*

*Hitri časi, v katerih živimo, nam ne dovolijo, da se ustavimo za trenutek in uživamo v majhnih in lepih stvareh, ki so okoli nas. Problem je, da se večina ljudi niti ne zaveda, kako koristne so te malenkosti v življenju za zdravje, odpravljanje stresa in konec koncev naše telo. /.../ Večina ljudi misli, da bo do dobrih vadbenih rezultatov in do lepo oblikovanega telesa prišlo z vsakodnevnimi, tudi po večurni vadbo, niti profesionalni športniki ne vadijo vsak dan na vso moč, čeprav potrebujejo odlično telesno pripravljenost. Zakaj bi bilo potem to dobro in koristno za rekreativce? (Pustovrh 2009, 26)*

V vsaki številki je opaziti stran, kjer so objavljene številke različnih strokovnjakov, ki bralkam ob določenem dnevu v mesecu in ob določeni uri svetujejo po telefonu. Vsaka številka revije Lepa in zdrava ima tako Dežurno ordinacijo, kjer med določenim obdobjem strokovnjaki iz različnih področij odgovarjajo na vprašanja bralcev.

V rubriki Vprašanja in odgovori v marčevski številki na vprašanja bralk odgovarja strokovnjak na področju telesne vadbe. "Na vaša vprašanja odgovarja osebni trener Robert Pal, svetovalec na področju fitnesa in prehrane:

*Dober dan g. Robert. Stokrat sem že poskušala teči. Nimam dovolj psihične volje, pa naj naredim kar hočem. Mi lahko kako pomagate? Tina.*

*Odgovor: "Dober dan gdč. Tina. Nevrolingvistična tehnika NBG (New Behaviour Generator) je učinkovita tehnika, ki jo lahko uporabimo takrat, ko želimo spremeniti neko vedenje ali pa to vedenje želimo še izboljšati. Tehniko NBG lahko uporabite za katerokoli novo vedenje, ki bi ga želeli ustvariti ..."* (Pal 2009, 39)

V rubriki Telo marčevske številke lahko opazimo aerobne telesne vaje profesorice športne vzgoje in inštruktorice Tanje Želj. Ta podaja vaje in nasvete, kako se pravilno pripraviti na sezono kolesarjenja – Fit za kolesarjenje. Svetuje z vajami za kolesarjenje, ki pomagajo, da lahko kolesarite dlje in močneje. Te vaje so počepi z utežmi, saj pri počepu sodelujejo najpomembnejše mišice nog, ki so prav tako zelo pomembne pri kolesarjenju; nadaljuje z vajami na veliki žogi, ki krepijo zadnje stegenske mišice, zadnjico in vključuje delovanje medeničnih mišice; predstavi tudi vaje proti bolečinam v križu med kolesarjenjem itn. (Želj 2009, 34–35)

Trenerka Tina Pustovrh tudi v oktobrski številki "izpostavlja kritično cono" ženskega telesa. Tokrat predstavi vadbo z veliko žogo:

#### *Z žogo do lepega telesa*

*Ne, niste edini, ki ste slišali za veliko žogo, jo videli od blizu, mogoče že sedeli na njej, a si preprosto ne predstavljate, kako bi z njo lahko vadili. Vam izdamo skrivnost? Žoga je ena najboljših pripomočkov za oblikovanje telesa. Je varna, z njo si lahko čudovito utrdimo trup, predvsem pa na njej lahko izvajamo nešteto vaj. In to kar doma. Svet fitnesa se že nekaj let vrti okoli velike žoge za vadbo, ki je postala tako zelo priljubljena, da so jo začeli vključevati v vse vrste vadbe, tako v jogo, pilates kot tudi v vaje za oblikovanje telesa. Zakaj je tako priljubljena? Poleg tega, da je žoga poceni, je tudi izredno prilagodljiva. Z njeno uporabo lahko raztegnete in okrepite praktično vsako mišico v telesu, hkrati pa izboljšate ravnotežje, koordinacijo in telesno držo.* (Pustovrh 2009, 31–33)

Pustovrhova nato navaja posamezne vaje in njihovo pravilno izvedbo. Telesno vadbo in različne vaje za telo bralkam v reviji Lepa in zdrava najbolj približata trenerki Tina Pustovrh in Tanja Želj, ki imata v reviji objavljenih tudi največ prispevkov na to temo.

Ugotavljam pa, da to počneta na različne načine in različnimi diskurzivnimi strategijami. Medtem ko se Željeva osredotoča bolj na telesno aktivnost celotnega telesa, športa v naravi, kondicijske in aeorobne vadbene programe, se Pustovrhova bolj osredotoča na vaje za oblikovanje telesa oziroma posameznih "kritičnih" delov telesa.

Strokovni in znanstveni diskurzi različnih strokovnjakov, vaditeljev in trenerjev imajo vedno bolj pomembno vlogo v revijah za ženske. To dokazuje tudi pregledovanje revije Lepa in zdrava, kjer ima strokovni diskurz pomembno vlogo, kar lahko povežemo tudi z dejstvom, da je revija namenjena pisanju o zdravi in "fit" ženski in veliko pozornosti posveča telesni vadbi. Hkrati pa lahko ugotovim, da se vse več fitnes trenerjev, vaditeljic aerobike, pilatesa odloča za pisanje v tovrstnih revijah, saj gre za novo tržno nišo. Strokovnjakom predstavlja dodaten vir zaslužka in hkrati odlično promocijo.

Iz vsebinske analize posameznih prispevkov o zdravem in aktivnem načinu življenja, ki jih pišejo strokovnjaki v reviji Lepa in zdrava lahko zaključim, da revija veliko bolj osvobaja žensko in podpira trud, ki ga lahko ženska vloži v svoje telo in življenje kot pa kake druge reprezentativne ženske revije. To lahko pripišemo dejstvu, da gre za specializirano revijo. Revija Lepa in zdrava vsebuje veliko več drugih diskurzov, ne le novinarskih. Tako tu prevladujejo strokovni in znanstveni diskurzi, ženskam pa svetujejo različni strokovnjaki in poznavalci vadbe.

### **5.2.3 Diskurz novinarjev in oblikovalcev revije**

Da tega podpoglavja nisem poimenovala novinarski diskurz, ni naključje. Ženske revije spadajo med popularni revijalni tisk, kjer o pravem »normativnem« novinarstvu niti ne moremo zares govoriti. Novinarski diskurz zagotavlja kakovost informacij na temelju naslednjih profesionalnih meril: kompleksnost (ki naj pokaže na zapletenost in protislovnost dogajanj in družbenih procesov), objektivnost (komunikator mora podati neokrnjeno, popolno, objektivno podobo dogajanj), in razumljivost (sporočilo mora biti razumljivo vsem državljanom) (Vreg 2000, 60). Novinarski diskurz ni enoten. Tako kot je večplasten poklic oziroma »semiprofesija«, kot novinarstvu status podeljuje Splichal (1988, 621), tako je večplasten tudi novinarski diskurz. Pod nazivom novinarstvo je združenih več različnih načinov novinarskega diskurza. Tako lahko razpravljamo o

televizijskem, radijskem, in časopisnem novinarstvu, po drugi strani o rumenem in resnem novinarstvu, pa pristranskem in nepristranskem itd. Vsekakor pa je novinarski diskurz kot vsak drug diskurz mesto, kjer se »srečata jezikovni sistem in družbene razmere« (Hartley 1989, 6). Novinarski diskurz pa se v ožjem pomenu nanaša na politične, družbene in kulturne dogodke oziroma na »tradicionalno razumevanje novinarstva v smislu ustvarjanja t. i. tehtnih novic (hard news)« (Poler Kovačič 2004, 9).

Pod taktirko potrošniško usmerjene družbe se je oblikovalo tržno usmerjeno novinarstvo, kakršno je značilno tudi za ženske revije. Glavno in prvo vodilo uredniških oddelkov postane marketinška logika – kako prodati čim več izvodov bralcem in kako prodati čim večje število bralcev oglaševalcem ter tako sproducirati medij s čim manj stroški. Medij se tako osredotočajo na prodajo pozornosti potrošnikov in ne njihovo informiranje, skladno z merili novičarske vrednosti. »Tržno novinarstvo naslovnika ne naslavlja kot državljana, ampak kot potrošnika« (Poler Kovačič 2001, 68). Funkcijo obveščanja javnosti zamenja funkcija zadovoljevanja potreb potrošnika – kupca oziroma bralca. Proizvajanje zabave, preprostih tem, prispevkov s čustvenim odzivom avtorja in subjektivnim pogledom na ljudi, je na splošno cenejše od novinarskih prispevkov s kontekstom in perspektivo, ki zahtevajo več časa ter bolj izkušene, profesionalne in izobražene poročevalce, novinarje.

Novinarske diskurze, ki tudi sicer nimajo prave novinarske vrednosti in teže, v tej reviji nadomeščajo strokovni in znanstveni diskurzi različnih strokovnjakov, vaditeljev in trenerjev, ki imajo vedno bolj pomembno vlogo v revijah za ženske. Posebej lahko to opazimo pri temah, kot so telesna vadba, šport in rekreacija, ki jih večinoma pišejo strokovnjaki in poznavalci. Pri teh temah novinarskega diskurza skorajda ni zaznati. Vseeno sem našla nekaj primerov, ko so o telesni vadbi pisale ustvarjalke revije, ti pa se vsebinsko popolnoma razlikujejo od tistih prispevkov, ki jih pišejo strokovnjaki. Novinarke navadno v svojih prispevkih delijo le splošno znana dognanja ali pa delijo "že ničkolikokrat" slišane nasvete. V novinarskem diskurzu je veliko bolj uporabljen diskurz estetike in užitka kot pa diskurz zdravja.

V prvi januarski številki v rubriki Telo, pomočnica urednice Alma Glumac, piše o telesni vadbi v povezavi z zdravjem, seveda pa poudarja tudi vadbo kot način oblikovanja "popolnega" telesa:

#### *Z vadbo do optimalne presnove*

*Redna vadba je porok za lepo postavo, saj spodbuja k uživanju več ogljikovih hidratov in manj maščob. Dolgoročno to vpliva na telesno težo. Poleg tega, da gibanje razgrajuje maščobe in krepi mišice, ugodno vpliva tudi na presnovo. Telesna dejavnost pomaga, da se hrana kar najbolje izrabijo, to pa je neprecenljive vrednosti za vašo postavo in zdravje. Šport uredi presnovno neravnovesje. Že 30 do 60 minut živahne hoje vsak dan zadošča za optimalno izgorevanje maščob v celicah in preprečuje nalaganje maščob v mišičju. Telesna dejavnost poskrbi tudi za ravnovesje občutkov lakote in sitosti. Aktivne osebe samodejno jedo manj, razlog za ta nadvse dobrodošel fenomen: pri redni vadbi pride maščoba neposredno v mitohondrije, nekakšne peči za izgorevanje v celici. Nasprotno pa se maščoba pri neutrjeni mišici nalaga predvsem okrog celične membrane. Zato po eni strani ne zgori, po drugi strani pa prepreči vstop sladkorja v celico. Sladkor zato ostaja v krvi in spodbuja sproščanje inzulina. Ščasoma postajajo celice odporne proti inzulinu, trebušna slinavka ga izloča vedno več. To spet povzroči pospešeno nalaganje maščob v celicah, in začne se začaran krog.*

#### *Premalo časa?*

*Če imate ta vzdržljivostno vadbo na voljo le malo časa, si omislite stopničko za aerobiko. Dobite jo v športnih trgovinah ali na športnih oddelkih blagovnic. Tako boste lahko vadili doma, kadar boste pač utegnili. Pomagate si lahko tudi s klasično kolebnico in si priskačete dobro kondicijo. Že pet do deset minut skakanja poživi krvni obtok in odpravi utrujenost. Če boste kolebnico zavihтели dva- do trikrat na dan, to sicer ne bo popolnoma nadomestilo vzdržljivostne vadbe, vas bo pa nadgradilo z dobro kondicijo in dobrim počutjem. (Glumac 2009, 25)*

V rubriki Prehrana v julijski številki preseneti prispevek, ki govori o "Psihologiji vitkih žensk". Prispevek je napisala novinarka Marijana Mandić. Presenetil me je naslov, kajti nikoli si nisem mislila, da imajo vitke ženske za svojo postavo prav posebno psihologijo oziroma način razmišljanja. Prispevek spremlja fotografija nasmejane ženske v kratkih oblačilih, ki razkrivajo njeno lepo vitko postavo, nasmejan obraz pa priča o osvobojenosti ženske od svojega telesa. Ženska na fotografiji teče, torej je v gibanju, in je nasmejana, za njo pa teče postaven moški v kopalnih hlačah. Slika priča o tem, da si »vitke ženske sproti odpuščajo, do sebe se dosledno obnašajo kot do svoje najboljše prijateljice. Če pojedjo preveč, si rečejo, da pač naslednjic ne bodo. In se nasmehnejo« (Mandić 2009, 84).

## *Psihologija vitkih žensk*

*Niso na dieti, ne štejejo kalorij in na splošno nimajo občutka, da so za karkoli prikrajšane. Kako še razmišljajo vitke ženske in kako jim lahko vi sledite, da boste izgubili tistih zadnjih nekaj kilogramov. Si zamišljate, kako bogati bi bili, če bi za vsako uro razmišljanja o odvečnih kilogramih in samoobtoževanja zaradi grižljaja viška dobili 10 evrov? No, bogati bi že bili, vitki pa prav gotovo ne. Vitkost mora priti po naravni poti. In veste, katera pot je najbolj naravna? Številne ankete med vitkimi ženskami so pokazale, da je najlažje shujšati, če sam sebe vidiš kot vitkega, lepega, predvsem pa priljubljenega, družabnega zemljana. S samega začetka, ne glede na to, koliko kilogramov dejansko kaže tehtnica. In veste kaj, vse to tudi v resnici ste!*

### *Vitke možgane je treba vaditi*

*Številne raziskave in ankete čez lužo so potrdile, da vitke ženske, ki so vitke za vse življenje, ob hrani razmišljajo približno takole:*

- Ko jedo, se osredotočijo na hrano; se sicer pogovarjajo, če so med kosilom v družbi, a si ne dovolijo, da bi jih pogovor tako zanesel, da bi pozabile na porcije. Med obrokom ne gledajo televizije, niti ne odgovarjajo na elektronsko pošto. Vitka ženska se med kosilom ne bo odzvala na vaš telefonski klic, raje se bo zlagala, da je bila na sestanku. Želi uživati v vsakem grižljaju.*
- Želijo, da se jim lahkota zgodi. Večina vitkih žensk je v anketi dejala, da zelo dobro zaznajo, kdaj postanejo lačne. Koncentracija jim rahlo upade in v želodcu jih rahlo stiska. Istočasno pravijo, kako je to zanje jasen znak, da je treba nekaj malega prigrizniti, ne pa stlačiti v usta prvo, kar pride v roke. Vseeno večina vitkih žensk počaka približno deset minut po tistem, ko menijo, da so lačne. Kar tako, da se prepričajo, ali morajo res jesti. Same ne vedo, od kod jim ta navada, a pravijo, kako so se tako naučile, da je vsak tretji signal lakote lažen.*
- Rade si privoščijo. Vitke ženske dobro vedo, da če ne bodo potešile svojega "sladkega zoba", bodo le še bolj vneto iskale naokoli, kaj bi lahko prigriznile. O, da, vitke ženske sežejo po piškotu, kadar jim ta res zadiši. A ker nimajo občutka, da bo ta eden in edini in potem ves mesec spet nič, pri enem ali dveh tudi ostanejo.*
- Vitke ženske se redno ukvarjajo s športom. Drži kot pribito! Telovadijo, tečejo, kolesarijo, hodijo, plešejo, kot bi bile debele in bi morale za vsako ceno shujšati. Vsak dan! Pa ne zato, ker bi želele shujšati, ampak zato, ker so že davno spoznale po telesni vadbi boljše volje in da so zaradi nje boljšega zdravja. Telesna vadba zleze vitkim ženskam pod kožo kot umivanje zob, k prenajedanju nagnjeni ljudje pa žal v njej pogosto vidijo mučne ure telesne vzgoje iz srednje šole.*
- So družabne! Značilno za vitke ženske je tudi to, da vedno načrtujejo, kaj bodo počele, s kom se bodo družile in smejale, in ne, kaj bodo jedle. Ne razmišljajo toliko o hrani kot o življenju.*
- Vitke ženske si sproti odpuščajo. Do sebe se dosledno obnašajo, kot do svoje najboljše prijateljice. Če pojedjo preveč, si rečejo, da pač naslednjic ne bodo. In se nasmehnejo. Če se vendarle zagledajo v televizijsko nadaljevanko in*



*pozabijo na tek, si svojo nepopolnost zlahka odpustijo in nadaljujejo življenje. Raje kot v negativnem, se znajdejo v pozitivnem začaranem krogu.*

- *Telovadijo za zabavo! Vitko žensko boste prepoznali po igri na igrišču. Ni ena tistih, ki bi s klopce opazovala igro svojih otrok, ampak se jim raje veselo pridruži na toboganih in vrtiljakih. Avtomatično se odpovedo dvigalu in se v svojo pisarno odpravijo po stopnicah, ne lovijo avtobusa, ampak gredo k prijateljici peš.*
- *So večje medsebojnih odnosov. Zanimiva lastnost vitkih žensk je še ta, da so rahločutne in igrive v medosebnih stikih. Znajo prisluhniti sebi in drugim in kovati pristne prijateljske ter kolegialne odnose. Z veseljem se priklopijo na Facebook in odpišejo prijatelju. Niso nagnjene k prepirljivosti in zameram, s seboj ne nosijo težkih duševnih bremen. Kar nas niti ne sme toliko presenetiti. Samo pomislite, koliko energije bi potrebovali za vse to in še kaj več, če bi nenadoma nehali misliti na hrano. (Mandić 2009, 84–85)*

Novinarka prispevek nadaljuje z nasveti, kako "zaživeti" življenje vitke ženske v samo treh tednih. Bralke se morajo seveda držati psihologije, opisane v zgornjem prispevku, ustvariti nov odnos do hrane in začeti uporabljati telesno vadbo kot način igranja in užitka. Novinarka veliko bolj povezuje telesno vadbo z estetiko telesa kot pa strokovnjaki, ko pišejo o telesni vadbi. Tam skoraj vedno v prvi vrsti prevladuje zdravstveni vidik in šele nato estetski. Novinarka vitkost telesa, ki ga seveda ženska pridobi tudi s telesno vadbo, povezuje z osebnostjo, dobrim počutjem in človekovo notranjostjo. Novinarka preveč eksplicitno povezuje telo z dušo in na ta način ohranja stereotipe lepih, uspešnih, vitkih in samodiscipliniranih žensk. In namiguje, da bi morala biti takšna vsaka ženska, sicer ni dovolj dobra in cenjena.

#### **5.2.4 Diskurz zdravja**

Zdravje je postalo cilj in ne sredstvo, nujno potrebno za doseganje drugih življenjskih ciljev. Urjenje teles, ohranjanje fizične kondicije, odpoved kajenju, pijači itd. so bistvene navade za ohranjanje dobrega zdravja in normalnega življenja. So pa tudi znak discipliniranja in samonadzora nad telesom in življenjskimi navadami posameznika. To dvoje pa se v modernih družbah zelo ceni. Predvsem v višjih in srednjih slojih je prosti čas postal čas za ukvarjanje s svojim zdravjem in svojim telesom.

Kot z večino ideologij je tudi z ideologijo zdravja tako, da generalizira pričakovanja, vrednote in norme družbeno dominantnih razredov in slojev na vso družbo. Ljudem nalaga nova in nova bremena, skoraj neizpolnljive naloge, npr. skrb za zdravje, za dober

videz, za ohranjanje življenjske energije, optimizem, mladostno telo, kljub temu, da jih stiskajo druge, bolj usodne življenjske in socialne okoliščine.

O zdravju in zdravem načinu življenja v reviji Lepa in zdrava pišejo predvsem strokovnjaki. To lahko ugotovimo tudi na primeru naslednjega prispevka, ki se pojavi v marčevski številki. S svojim nasveti ponovno sodelujejo različni strokovnjaki, kot je na primer tale: »Za zdravje gre! - "Ko indeks telesne mase (itm) doseže vrednost 30 in več, potem lahko govorimo o debelosti. Oseba s tako visokim indeksom ima zaradi tega petkrat večje tveganje, da bo zbolela za sladkorno boleznijo in dva- do štirikrat večje tveganje za srčno-žilni zaplet", je prepričan internist, diabetolog, doc. dr. Andrej Janež, dr. med. spec.« (Štular 2009, 62).

Majska številka vsebuje še en prispevek kondicijske trenerke Tine Pustovrh o telesni vadbi in gibanju, ki je pritegnil mojo pozornost. Telovadba je namreč povezana z zdravjem in ne le z obliko telesa oziroma zdravje je posledica vadbe, katere posledica nista le čvrst in zapeljiv trebušček ter lepa in gladka zadnjica. Seveda pa je na koncu prispevka dodan nasvet, da se o vadbi vendarle posvetujete s fitnes trenerjem.

*Vsakodnevno moramo telovaditi 30 do 60 minut, da dosežemo učinek za zdravje.*

*Vsi vemo, kako težko je v današnjem času najti čas za telesno aktivnost. To je ena tistih stvari, ki nam najpogosteje spolzi na dno liste dnevnih opravil. Marsikatera ženska meni, da si je skorajda nemogoče vzeti uro časa na dan samo za vadbo. Ves čas pa poslušamo, da je polurna dnevna vadba bistvena za zdravje vsake ženske. Vadba, pri kateri telo hitro in ponavljajoče "privedemo" do skrajne situacije in nazaj (do točke, ko tako težko dihamo, da komaj govorimo), je učinkovita. Če vadimo na ta način, zadostuje že vadba tri- do štirikrat na teden po dvajset minut, da izboljšamo svoje zdravje. Takšna vadba vam lahko koristi, ne glede na to, kako zaposleni ste ali v kakšni kondiciji ste. Je učinkovita metoda – vse dokler jo redno izvajate. O vrsti in primernosti takšne vadbe za vaše telo predhodno povprašajte osebnega trenerja v športnem centru. (Pustovrh 2009, 60)*

V majski številki se pod rubriko Tema meseca pojavi tudi prispevek o »seznamu stvari, ki vas bodo popeljale do zdravja in boljšega počutja ter lepe postave, da se boste lahko brez oklevanja spravili v kopalke in se ob tem počutili popolnoma sproščeno in neobremenjeno.« (Mauer 2009, 14)

### 5.2.5 Diskurz estetike

Ko gre za ženske, se ideje o zdravju vedno končajo z videzom: Telovadba izboljša krvni obtok, pospeši presnovo, porabi kalorije, napolni vas z občutkom zdravja, energije, in take so potem tudi na pogled. Skrb za zunanji videz je prevladala nad vsakršnim pravilnim razumevanjem zdravja in povezave med duševno in telesno blaginjo. Posledice poudarjanja duševne kontrole nad telesom so v nekaterih primerih še slabše od predhodne ideologije. Včasih so za videz lahko krivile naravo, zdaj je problem njihova duševnost. »Lahko imate lepo telo, če si to želite«, nikjer pa ni navodil kaj storiti, če nimajo energije, da bi zlezele iz postelje ali pa zaradi dnevnih obveznosti (služba, otroci, gospodinjska opravila ...) imele prekratek dan.

Lepota je vpeta v diskurz zdravja, zato je apel na bralko še bolj prepričljiv. Temeljno protislovje ženskih revij, ki ga lahko opazimo tudi v Lepi in zdravi, je, da kljub deklarativnemu kritiziranju lepotnega mita slednjega istočasno ohranjajo in obnavljajo ter mu dodajajo nove razsežnosti (Vendarmin 2002). Bralkam pa dajejo občutek skupnosti in povezanosti. Ženske revije delujejo s sklicevanjem na znanstveni diskurz in v službi kapitala v funkciji discipliniranja ženskega telesa in s tem subjektivizacije sodobne ženske kot subjekta potrošnje, zunanje podobe in skrbi zase (Hržanjak 2002).

Že v kazalu revije Lepa in zdrava lahko pod stalno rubriko Telo zasledimo podrubriko, ki je stalnica v tej reviji, to je Kritična cona. Že samo ime "Kritična cona" se mi zdi zelo provokativno za bralke, saj napeljujejo na to, da so njihov trebuh, zadnjica in noge (o katerih je tudi največ govora v tej rubriki) kritične za opazovalca. Podrubrike v kritični coni so vezane predvsem na estetiko telesa ter predvsem poudarjajo le dele ženskega telesa in ne telesa kot celote. Največkrat so izpostavljene zadnjica, trebuh, noge, ponekod tudi roke in prsi, kar je vidno tudi iz sledečih podnaslovov: Vaje za čvrsto zadnjico, Zazrite se v svoje telo, Anticelulitna vodna gimnastika, 10 zapovedi za lepe noge in čvrsto zadnjico (sanje vsake ženske), S toploto nad celulit, Hitro v bikini, Šest bližnjic do bikini telesa, Postavimo si uresničljive cilje, Trebušček, Fit za plavanje, 5 vaj za seksi telo, Čas za morje – hitro v bikini, Vaje za lepo postavo in sanjsko počutje, Vaje ki delujejo – lepe noge in zadnjica, Učinkovit vadbeni urnik za čvrste roke, Z žogo do lepega telesa, Vitki za praznike, Čvrst trebušček tudi decembra.

Aprilska številka vsebuje rubriko Telo, kjer ponovno piše profesorica športne vzgoje Tina Pustovrh. Ponovno piše o desetih zapovedih za lepe noge in lepo zadnjico, kar je, predvidevam, povezano z letnim časom, saj je april mesec pred začetkom poletja. Podoben prispevek sem zasledila že v januarski številki, kjer sta kritična cona prav tako zadnjica in noge. Tudi vaje, ki jih profesorica predstavlja, so podobne. O ponavljanju priča tudi podobno besedilo: »Lepe noge in zadnjica - O lepih nogah in čvrsti zadnjici sanja vsaka ženska. Glede njihove dolžine ni mogoče ničesar storiti, veliko pa lahko storimo glede njihove oblike in čvrstosti. Vse je dosegljivo, tudi vitkejše noge v letošnjem poletju. A pozor, za to je treba nekaj narediti ...« (Pustovrh 2009, 39).

Junjska številka, kot pričakovano, telesno aktivnost povezuje s poletjem, morjem in "Časom za bikini". S tem ohranja in še bolj utrjuje stereotipe, da mora biti ženska poleti na morju s popolnim telesom ter lepo poltjo, svetlečimi lasmi v najbolj trendovskih kopalkah. Pri tem bo zopet opazovana. To potrjuje tudi podnaslovi, ki ženske opominja na to, da se morajo za "skok v bikini" še potruditi: Čas za morje – hitro v bikini: vaje za lepo postavo in sanjsko počutje. Program vadbe za čvrsto telo in lepo postavo ponovno podaja kondicijska trenerka Tina Pustovrh, ki je, kot se za junijsko izdajo revije "spodobi", v kopalkah na plaži.

#### *Kritična cona*

*Hitro v bikini – vaje za lepo postavo in sanjsko počutje*

*Dolga zima je za nami in prihaja tisto, na kar smo tako dolgo čakali – poletje. Čas za razposajeno energijo, plažo morje in kopalke. Pa ste pripravljeni da se oblečete vanje?*

*Ste bili pridni če z zimo, ste pridno vadili in vas zdaj ne čaka preveč dela in skrbi, preden se oblečete v kopalke? Ali ste spali zimsko spanje in ste bolj za "instantne" rešitve v zadnjem hipu? Tiste, ki spadate v prvo skupino, ste vredne zavidanja in pohvale in vaša naloga je, da s tem nadaljujete. Tudi z našimi vajami, seveda. Tiste, ki spadate v drugo skupino, pa čaka veliko več dela. In vprašanje, ki se zastavlja, je, koliko lahko naredite v zadnjih mesecih. Seveda ne toliko, kot če bi vadili redno čez vse leto, ampak nekaj zagotovo. Znebite se lahko nekaj maščobe, pridobite mišično maso in oblikujete ter učvrstite mišice. In tisto, kar je najpomembnejše, je, da boste zagotovo izboljšale počutje.*

<i>DAN</i>	<i>VADBENA NAVODILA</i>
<i>ponedeljek</i>	<i>HOJA: nizka intenzivnost, trajanje: 30 do 55 minut</i>
<i>torek</i>	<i>KOLO: nizka intenzivnost: 20 minut; intervali: 20 minut (izmenično: 2 minuti visoka intenzivnost, 3 minute nizka intenzivnost; ponovite 4- krat);</i>

	<i>trajanje 40 minut</i>
<i>sreda</i>	<i>TEK: nizka intenzivnost: 20 minut; intervali: 15 minut (izmenično: 4 minute nizka intenzivnost, 1 minuta srednja intenzivnost; ponovite 3-krat; trajanje 30 do 40 minut</i>
<i>četrtek</i>	<i>HOJA: nizka do srednja intenzivnost; trajanje: 30 do 55 minut</i>
<i>petek</i>	<i>PROSTO</i>
<i>sobota</i>	<i>TEK: srednja intenzivnost; 10 do 20 minut; intervali: 15 minut (izmenično: 3 minute nizka intenzivnost, 2 minuti srednja intenzivnost; ponovite 3-krat); trajanje: 25 do 30 minut</i>
<i>nedelja</i>	<i>PROSTO</i>

*Kako določiti intenzivnost vadbe?*

*Nizka intenzivnost. Tempo, ki ga lahko vzdržujete, ne da bi se počutili obremenilno pri priporočljivem trajanju.*

*Srednja intenzivnost. Tempo, ki vas naredi rahlo zadihane, vendar pa z njim lahko nadaljujete priporočeno trajanje*

*Visoka intenzivnost. Tempo, ki vas spravi ob sapo in ga ne morete nadaljevati več kot 3 minute. (Pustovrh 2009, 26–28)*

Na naslednjih nekaj straneh pa junijska številka ponuja še "Šest bližnjic do bikini telesa". Tokrat prispevek piše profesorica športne vzgoje in inštruktorica številnih vadbenih programov Tanja Želj. Prispevek je podprt s fotografijami omenjene inštruktorice, ki izvaja te vaje s pomočjo male žoge. Pod vsako fotografijo je natančen opis vaje in vadbeni program s številom ponovitev. Tako avtorica predstavlja vaje, kot so »Skleca na žogi, leteči most, žabji stisk, odmik nog stoje, široki počep in lastovka« (Želj 2009, 32–36).

V rubriki Kritična točka v junijski številki ponovno svetuje in piše Tina Pustovrh, ki tokrat izpostavi del ženskega telesa, ki je poleti veliko bolj razgaljen kot v drugih letnih časih: »Trebšček po vaši želji - Večino stvari v življenju je lahko doseči, če si tega zares želite in v svoj cilj verjamete. Je cilj letošnjega leta, da se znebite odvečne maščobe na trebuhu in končno pokažete svoj trebšček, na katerega boste ponosni? Lahko vam uspe! (Pustovrh 2009, 26).

Vaba ideologije dobrega počutja je sestavljena iz več obljub:

- To je najbolj učinkovita pot do spremembe (v smeri kulturnega ideala) oblike telesa
- To je način, da pridobimo to obliko, in obenem pojemo več. Dieta Plan F: dieta brez stradanja, kjer bo večja zagrizenost pomagala telesu, da se otrese kilogramov.

Ideje izražajo skrb za dobro žensk, vendar ga omejujejo na ukvarjanje s postavo, kondicijo. Utrujenost, naveličanost se da ozdraviti, če vzameš telo v svoje roke. Ni dvoma, da so zdravje, telovadba, kisik, predpogoj za dobro počutje. Vendar vse to ponujajo ženskam kot rešitev pred boleznijo in depresijo. Rešitve so prepletene z narcistično konstrukcijo žensk kot objektov za »pogled«, kar je že samo po sebi dejavnik za depresijo.

### 5.2.6 Osebnostni intervjuji s "fit" ženskami

V vsaki reviji Lepa in zdrava se pojavi tudi intervju z dekletom iz naslovnice. V prvi številki je to Anamarija Avbelj. Kot pa lahko ugotovim po pregledu vseh dvanajstih številčk revije, se vprašanja ponavljajo. Gre za osebni intervju, vendar s točno določeno tematiko in ponavljajočimi se vprašanji. Ta se navezujejo na lepotne nasvete intervjuvank, njihovo prehrano, ukvarjanje s telesnimi dejavnostmi, oblikovanjem lastnega telesa in nenazadnje z lastnim zadovoljstvom. Vprašanja so torej iz tematik, ki jih pokriva tudi sama revija: telo, lepota, prehrana, zdravje in osebna sreča ter zadovoljstvo. Intervjuji z mladimi znanimi in uspešnimi Slovenkami (vedno so objavljene le mlade, uspešne, velikokrat športnice, sicer pa tudi manekenke, voditeljice) so vedno objavljeni pod rubriko Za dušo in telo.

*Anamarija Avbelj, miss Universe 2008*

*Raje tečete ali telovadite? Saj telovadite, kajne? Raje telovadim. Že v šoli pri telovadbi nisem marala teka. Poskusila sem teči, vendar mi ne ustreza. Po navadi telovadim v fitnessu. S fitnessom sem se začela ukvarjati en mesec pred tekmovanjem za miss Universe Slovenije, po zmagi pa sem imela redne treninge v fitnessu Moj Fit z osebnim trenerjem Primožem Raspotnikom. (Glumac 2009, 16)*

Tu lahko vidimo oglaševanje določenega fitnesa. Ker ga je uporabljala tudi lepotna ikona, je to toliko bolj privlačno za ostale uporabnice, saj bodo s tem trenerjem in fitnessom zagotovo dobile takšno postavo, kot jo ima ona. Na tem mestu bi lahko izpostavila popularizacijo telesne vadbe, ki jo opisujem že v teoretičnem delu.

Na naslovnici februarske številke Lepa in zdrava je Ula Furlan, oblečena pa je v športna zimska oblačila in je na drsalkah. Z njo je v rubriki Za dušo in telo narejen tudi intervju.

Ta dokazuje, da se vprašanja intervjuvank ponavljajo in nazorno pokažejo, katere teme v intervjuju izpostavljajo.

*Februarja je izredno aktivna ... študij, gledališče, vodenje prireditev, humanitarnost.*

*Za našo revijo ste se s fotografom in stilistko odpravili na drsališče. Radi drsate?*

*Mislím da (smeh). A če povem po pravici, ne vem, kdaj sem nazadnje stala na drsalkah ...*

*Vam ljudje tako kot meni kdaj rečejo, da ste presuhi?*

*O, da. Kdaj pa kdaj res slišim kaj takega. Ali pa vsaj opazko, madonca, kako si pa ti suha, ali sploh kaj ješ in podobno ...*

*In skrivnost vaše linije je v tem, da jeste počasi in večkrat na dan?*

*Jem normalno, zajtrk, kosilo, večerjo. Vmes kakšno banano, pomarančo, Snickers, čipse, Smokije, Toblerone ... Počasi pa ne jem ... Se učim tega, ampak je res da rada, sploh če je dobro, kar pohitim z žlico v usta ... (Glumac 2009, 16–17)*

Na naslovnici Lepe in zdrave maj 2009 je manekenka Natalija Osolnik v športni opravi, majčki in trenerki. Že naslovnica napoveduje, da bo kmalu čas poletja, zato z nje privabljajo naslovi: Le še mesec do poletja ... Učinkoviti aerobni vadbeni program, Znebimo se odvečnih maščobnih zalog, Podvodna proticelulitna masaža – spodbuja cirkulacijo. V majski številki je tudi intervju z manekenko, v katerem je moja pozornost znova pritegnilo nekaj vprašanj in odgovorov. Menim, da so vprašanja zastavljena zelo klišejsko oziroma predvidevajo klišejske odgovore. Ko ženske berejo tovrstne intervjuje, ne izvedo nič novega. Tovrstni intervjuji ohranjajo status quo v družbi in ne prinašajo nikakršnih novih informacij. S tem, ko manekenka odgovori, da ima pri svoji postavi "dobre gene", negativno vpliva na tiste ženske, ki se morajo za svojo postavo in obliko telesa truditi, odpovedovati in samodisciplinirati.

*Se ukvarjate s kakšnim športom?*

*Ničesar ne treniram, vendar rada rolam, smučam, vsaj dvakrat na teden grem na orbitrek za ohranjanje kondicije. Poleti pa zelo rada tudi plavam.*

*Imate urnik ali telovadite kadar imate čas?*

*Zame je zelo pomembno, da sem vsak dan vsaj malo aktivna in da sem, če je le možno, nekaj časa na svežem zraku. Saj veste, zdrav duh v zdravem telesu.*

*Ali redno delate vaje za kak poseben del telesa?*

*Niti ne. Res pa je, da dam malo več poudarka na zadnjico in trebuh. Poskušam se potruditi, da je to dvoje vedno fit.*

*Glede na to, da ste manekenka, ljudje navadno mislijo, da nimate težav s postavo. Imate dobre gene ali je potrebno veliko telovadbe?  
Vse manekenke imamo težave s postavo, tako kot vsako drugo dekle. (Žigon 2009, 10–12)*

Opaziti je torej, da so na naslovnica vedno vitalne ženske, s "fit" postavo, ki svoj videz tudi redno vzdržujejo. Ženske na naslovnica so medijsko znane, pogosto pa so modeli tudi iz sveta športa.

### **5.2.7 Diskurz znane osebnosti o telovadbi in telesu**

V pregledovanju revije sem kar nekajkrat zaznala tudi rubriko, ki sicer ni stalna. Revija v tem primeru uporabi znano osebo, da nagovarja svoje bralke in potencialne potrošnice. »Alenka Godec – zmeraj športno oblečena: postala je ambasadorka zdravega hujšanja. Z osebno zgodbo o zdravem načinu življenja bo Alenka nagovarjala Slovenke in Slovence, da se odločijo za zdrav odnos do svojega telesa in za nov začetek v življenju z manj kilogrami, ki je najbolj učinkovito pod nadzorom zdravnika« (Lepa in zdrava februar 2009, 11).

Mojo pozornost pa je pritegnilo tudi nagovarjanje bralk z izjavami zelo uspešnih mednarodnih zvezd, kot je manekenka Tyra Banks, ki jo občuduje marsikatera najstnica in je vzornica marsikateremu dekletu, saj ni podlegla medijskim pritiskom in kritikam, da je za manekenko predebela. Njena izjava je uporabljena pod rubriko Sreča:

*Ljubite svoje telo!*

*"Nikoli me ne boste slišali, da jokam za svojim videzom, ko sem imela devetnajst let. To je potrata časa in neizogiben boj z zakoni gravitacije in naravnim procesom staranja," pravi nekdanja vrhunska manekenka, danes pa priljubljena televizijska voditeljica in ena najuspešnejših medijskih osebnosti, čudovita Tyra Banks. "Dokler se zdravo prehranjujem, redno telovadim in se trudim biti najboljša, kar zmorem, bom ponosna na osebo, kakršna sem danes." (Lepa in zdrava 2009, 80)*

Kljub temu, da je Tyra marsikateri ženski idealno dekle, z idealno postavo in idealnimi oblinami, pa to mediji in razni modni kritiki kvarijo s senzacionalističnimi prispevki, v katerih jo obravnavajo kot debelo, s celulitom in podobno. S tem ne kritizirajo le nje, ampak tudi vse njene oboževalke - mlada dekleta po svetu, ki se zgledujejo po njej.



### **5.3 Revija *Cosmopolitan* kot reprezentativna ženska revija**

Slovenija je septembra leta 2001 dobila svetovno priznano licenčno revijo *Cosmopolitan*. In ker *Cosmo* filozofija deluje po vsem svetu, ne glede na kulturne razlike, se tudi vsebine, ki jih vsaka posamezna država prilagodi, ne razlikujejo od tistih v Italiji, Angliji, širši Evropi. Teme v *Cosmopolitanu* niso specifično vezane na slovenski prostor, temveč so nekako globalne teme, ki so zanimive ciljnemu občinstvu revije po vsem svetu. »*Cosmopolitan* je tako ena izmed 'globalizacijskih' revij, ki izhajajo po vsem svetu in se ukvarjajo z domnevno univerzalnimi problemi, težavami, vprašanji ipd., so globalne, hkrati pa naj bi se poskušale uglasiti tudi na lokalno okolje, torej slovenski prostor« (Vendramin 2002, 83). Teme so si po vseh delih sveta, kjer izhaja, zelo podobne in tako se bralke povezujejo v navidezno globalno skupino.

*Cosmopolitan* je najbolj tipična predstavnica revij za mlade ženske. Prebirajo jo bralke od 15 do 30 let starosti. Raziskave o branosti (Nacionalna raziskava branosti 2010) kažejo, da v povprečju izvod revije prebere ali prelista 99.000 bralcev. Zaradi prepoznavnega imena in mednarodne prepoznavnosti je tako zelo dobro sprejeta tudi med slovenskimi bralci.

Po vsebini in obliki se bistveno razlikuje od revije *Lepa in zdrava*, saj veliko bolj poudarja, da je ženska enakovredna moškemu in žensko osvobaja od tradicionalnih nalog in vlog, pripisanih ženskam. Revija poudarja pomen spolnosti, ki je po pisanju te revije zelo pomembna tako v razmerjih kot v življenju posameznice nasploh. Revijo sestavlja množica oglasov, s katerimi pa se ujema tudi vsebina, saj večina prispevkov govori o tem, kako naj mlada, samostojna, emancipirana ženska olepša svoj videz, svoje telo. Glavni poudarek revije je na vizualni komunikaciji. Revija se ukvarja z domnevno univerzalnimi problemi, težavami in vprašanji. V reviji se močno promovira tudi seksualnost, ki pomaga ženski, da dobi, kar želi. Kljub temu pa še vedno krepi tradicionalna pričakovanja, ki jih družba podeljuje ženski, hkrati pa jo z raznimi nasveti spodbuja in informira, kako postati »super ženska«.

*Cosmopolitan* je mesečnik, ki je namenjen »mladi bralki, kateri se hoče približati, jo želi razumeti, potolažiti, ji vliti poguma, jo spodbujati in nenazadnje zabavati.« (Legan

2004, 26) Z vsebino želi nagovoriti tako, da bo »bralka zadovoljna odložila revijo in jo naslednji mesec zopet kupila.« (Legan 2004, 97). Revija predstavlja statusni produkt.

V raziskavi o vlogi ženskih revij pri podajanju novih tipov reprezentacij ženskosti sem za svoj predmet raziskave izbrala revijo *Cosmopolitan*, tudi zato, ker je najbolj reprezentativna za žanr ženskih revij, saj dobro uteleša vse njegove značilnosti, je zelo popularna in dobro brana revija. *Cosmopolitan* je ameriška revija, last družbe Hearst Communications Inc., ki pa ima svoje licenčne različice po številnih državah sveta, poleg tiskane ima tudi svojo spletno različico, kar se dandanes zdi skorajda nepogrešljivo. *Cosmopolitan* naj bi bila revija za sodobno, emancipirano žensko – ob tem pojmu pomislim na žensko, ki je samostojna, neodvisna, uspešna, zadovoljna sama s sabo, s svojim življenjem in kariero. Kot pravijo slovenski izdajatelji, je *Cosmopolitan* revija »o modi in lepoti pa seksu in razmerjih tudi nekoliko drugače. Naj gre za ustvarjanje kariere, skrb za lepoto in zdravje ali moške, vedno je pripravljena priskočiti na pomoč. Za mlade frajle, po srcu ali videzu« (Adria Media Ljubljana).

Če skočimo na domačo spletno stran slovenskega *Cosmopolitana*, nas prav noben od desetih "zavihkov", ki nas povežejo s podstranmi, ne nagovarjajo o telesni vadbi ali telesni aktivnosti. Po preprosti logiki rečeno torej so najpomembnejše teme, ki jih obravnava spletna različica (s tem pa tudi tiskana) *Cosmopolitana*, Seks in razmerja, Moški, Moda, Lepota, Kariera. Nekaj pozornosti sicer temam, ki jih obravnavam v svoji diplomski nalogi, vsebuje rubrika Zdravje, vendar je delež teh besedil skoraj zanemarljiv. Čeprav se torej *Cosmopolitan* predstavlja kot moderna revija za sodobno žensko, pa »pod to krinko izhodišč popularnega feminizma ponuja stereotipno podobo ženskosti in pravzaprav ne prelamlja s tradicijo ženskih revij« (Vendramin 2002, 87).

Glavni delež vsebine *Cosmopolitana* predstavljajo oglasi, preostala vsebina pa predstavlja prispevke, v katerih so teme nekako enakomerno razporejene, prepletajo se prispevki na temo mode, odnosov, izpovedi bralk, strani o zdravju itd. Prispevki so večinoma močno sporočilni, saj ponujajo predvsem veliko nasvetov o vseh področjih življenja. Veliko pozornosti je posvečene zunanji podobi, saj je o njej iz številke v številko vedno veliko govora. Poleg zunanjega videza pa v *Cosmopolitanu* dominirata še dve tematiki – partnerska razmerja in spolnost.

Cosmopolitan na žensko ne gleda starokopitno, kot na žensko, vezano na dve primarni vlogi, kot sta gospodinjstvo in materinstvo, ampak jo vidi kot aktivno udeleženko v odnosu do lastnega življenja in telesa. Namiguje tudi, da je prav ona tista, ki nosi odgovornost zase in za svoje telo. Žensko predstavlja kot emancipirano, samostojno in sposobno, da sama poskrbi za svojo srečo. Ne postavlja je le v tradicionalno podobo "plena", ki ga mora uloviti moški lovec ali pa v podobo gospodinje in matere, katere "mesto" je v kuhinji, temveč jo napravi aktivno, pri tem pa ji seveda ponuja nasvete, kako se lotiti telesne vadbe, da ta ne bo prinesla trpljenja, ampak užitek, zabavo in dobro počutje. S tem, ko jo postavlja v takšno vlogo, jo spodbuja, naj vstopa v aktivno preživljanje prostega časa, telesno aktivnost in jo spodbuja pri oblikovanju telesa na najbolj naraven način – s telesnimi vajami in telovadbo.

V nadaljevanju bom skušala ugotoviti, koliko pozornosti revija Cosmopolitan namenja temam o telesni vadbi, športu, aktivnemu in zdravemu načinu preživljanja prostega časa ter drugim temam o telesnih praksah za oblikovanje ženskih teles. Pregledovala bom izključno prispevke, ki se nanašajo na omenjene teme. Pri govoru o telesni vadbi žensk je zelo pogost glagol "padi notri", "zaljubi se v šport", "naredi", "premakni", "začni", "zadaj si cilj", "uživaj", "naj se ti zrola", kar daje slutiti, da je ženska tista, ki naj prevzame pobudo za svoj odnos in skrb do lastnega telesa, za aktivno življenje ter nenazadnje užitek v gibanju.

Poglejmo nekaj tipičnih primerov iz izbranih izvodov revije iz leta 2009. V prvi januarski številki Cosmopolitana letnik 2009 naslovnico krasí Jessica Simpson, ameriška pop pevka in zvezdnica. Že takoj opazimo, da na živobarvni naslovnici bralke nagovarjajo veliki naslovi, kot so: Vodnik po moškem telesu (spoznaj velike skrivnosti njegovega vzburjenja), Tvoji lasje in zimske nadloge, Horoskop za leto 2009, Naj plašči te sezone, Kar si od nekdaj želela vedeti o vitaminih, 45 vsakdanjih polomij, ki jih reši samo Cosmo, Resnična zgodba: skupna točka – rezanje.

Naslovi so vezani na odnose med moškim in žensko, lepoto oziroma lepotni nasveti, horoskop (ki ima vedno posebno in pomembno mesto v ženskih revijah), zdravje, izpostavljajo pa tudi družbeno problematiko, kot so na primer psihosomatske težave z rezanjem (kar je bolj resna tema). Glede na naslove na prvi strani je mogoče ugotoviti,

da ni noben naslov vezan na področja, ki jih raziskujem v svoji diplomski nalogi, torej na vadbo, rekreacijo, telesno aktivnost in oblikovanje telesa s telovadbo.

V podnaslovih na četrti strani revije opazimo teme, ki jih iščemo v omenjeni reviji. To je pod rubriko Zdravje, kjer se vsakomesečno pojavi rubrika Bodi aktivna. Ko pregledamo vse revije letnika 2009 lahko ugotovimo, da je v celotni reviji Cosmopolitan vadbi, rekreaciji, telesni aktivnosti in oblikovanju telesa s telovadbo, namenjena le ta stalna rubrika, ki običajno zavzema eno oziroma dve strani v celotni reviji. Glede na to, da ima revija v povprečju od 150 do 170 strani (odvisno od meseca), obsegajo te teme le 1,4 odstotka revije. Pri tem sem izpustila vse oglase, ki oglašujejo priznane športne znamke in fines centre po Sloveniji.

V vsebinski analizi bom skušala pokazati, kakšne diskurze uporablja revija za nagovarjanje žensk v smislu zdravega načina življenja s posluževanjem različnih telovadb, fitnes vadb in drugih načinov aktivnega preživljanja prostega časa. Prispevke bom kot pri reviji Lepa in zdrava analizirala na primeru 12 števil, ki so izhajale od januarja 2009 do decembra 2009.

## **5.4 Vsebinska analiza prispevkov o telesni vadbi v Cosmopolitanu**

V tem delu diplomske naloge bom podrobno predstavila, kako revija Cosmopolitan piše o temah, povezanih s telesno vadbo in športom. V enem letniku revije (januar 2009 do december 2009) bom pregledovala izključno prispevke, ki se nanašajo na omenjene teme. Pri prispevkih, ki jih bom v posameznih številkah revije analizirala, pa se bom osredotočila predvsem na diskurzivne strategije.

### **5.4.1 Strokovni diskurz**

V februarški številki sem našla prvi prispevek, ki vsebuje strokovni diskurz. V prispevku novinarka citira strokovnjaka na področju fitnesa, osebnega trenerja Gašperja Grošlja. Ta govori o tem, da je postala dieta drugotnega pomena in je šele telesna vadba tista telesna praksa, ki prinaša zelene učinke na telo in telo oblikuje.

*Zakaj so diete skoraj vedno neučinkovite?*

*Diete obljublajo čudežno izgubo kilogramov v kratkem času, a vse, kar v tem času izgubiš, je zelo malo maščobe, v veliki večini pa voda in mišična masa. Velja pravilo, da se z redno vadbo in primernim načinom prehranjevanja v enem mesecu izgubi do dva kilograma maščobe. Ob tem moraš krepiti mišice, ki so eden večjih porabnikov energije in s tem tudi maščobe. V treh do šestih mesecih se telo prilagodi novemu načinu delovanja in tako lahko preprečiš tako imenovan jo-jo učinek (težo hitro izgubiš in še hitreje pridobiš še kakšen kilogram več), ki je pri dietah skoraj vedno prisoten,« odgovarja osebni trener Gašper Grošelj. (Pravst 2009, 134)*

Da je telesna vadba užitek in zabava, bralke nagovarja prispevek novinarke v aprilski številki, ki za nagovarjanje bralk ponovno uporablja mnenje strokovnjaka. To mnogi teoretiki imenujejo medikalizacija družbe. Novinarka uporablja izjave strokovnjakov, v tem primeru dr. Petre Zaletel, ki pravi:

*Športno dejavnost je treba dojeti kot del življenja, zabavo sprostitvev, zadovoljstvo, smeh druženje.*

*Petra Zaletel, profesorica na Fakulteti za šport ter vodja osebnega fitnesa in studia za oblikovanje telesa, hujšanje in zdravo prehrano v wellnesu Breza, spodbuja: "Ko dobimo občutek telesne pripravljenosti, ga ne želimo več izgubiti, saj nam daje neprimerno večje zadovoljstvo s samim seboj in z okoljem. Takrat želja po aktivnem preživljanju prostega časa ostane za vedno in tako je prav."*

*"Dandanes se prav vsi srečujemo s pomanjkanjem časa, vendar je to izgovor za tiste, ki se še niso lotili telesne dejavnosti. Takšni naj zjutraj vstanejo pol ali eno uro prej, da gredo na kolo, tečejo, plavajo," svetuje dr. Zaletelova. (Milej 2009, 132–133)*

V prispevku je opaziti še nekaj tovrstnih nasvetov strokovnjakinje, ki daje prispevku večjo verodostojnost in kredibilnost. Ljudje bolj zaupajo stroki oziroma nasvetom strokovnjakov kot pa laikom. Zanimivo pa je, da tudi strokovnjakinja ženske nagovarja na način, da se glede telesne vadbe vedno izgovarjajo, da nimajo časa, ali da se jim ne da telovaditi in s tem še bolj izpostavlja ženske, ki so lene in ne skrbijo zase. Strokovni diskurz se v reviji Cosmopolitan ne razlikuje od ostalih diskurzov, saj določene teme ubesedi popolnoma enako. Ob tem pa moram poudariti, da je strokovni diskurz uporabljen znotraj novinarkinega prispevka in ne kot samostojni prispevek nekega strokovnjaka, kot je to praksa v reviji Lepa in zdrava.

#### 5.4.2 Diskurz novinarjev in oblikovalcev revije

Kot sem ugotovila že pri reviji Lepa in zdrava, ženske revije spadajo med popularni revijalni tisk, kjer o pravem "normativnem" novinarstvu niti ne moremo zares govoriti. Načini naslavljanja bralk, pomenska struktura besedil in stil pisanja je lahkoten, osebni in prijeten. V "običajnih" prispevkih je uporabljen lahkoten stil pisanja – odrezavi stavki, neposredno nagovarjanje, neknjižni jezik itd. Stil pisanja in razporejenost besedila v ženskih revijah posnemata razgibanost medosebnega komuniciranja, v isti sapi pa telesno vadbo povezujeta s prevladujočimi družbenimi predstavami o telesu, zunanem videzu, zdravju in dobrem počutju.

Ženske revije pri nagovoru svojih bralk uporabljajo pristop prijateljice in zaveznice. Takšen odnos novinarji ženskih revij dosežejo z uporabo subjektivnih izrazov in izražanjem svojega lastnega mnenja, ki ni značilno za novinarstvo v klasičnem pomenu besede. Dokaz, da morajo biti ustvarjalci ženskih revij tudi tipična bralka določene ženske revije, je način izbora vsebine posamezne številke ženskih revij. Tematike, o katerih pišejo, izberejo na podlagi lastnih idej – ob listanju vseh najboljših svetovnih revij, seveda. Pri ženskih revijah imamo tako na eni strani bralko, na drugi pa ustvarjalko ženskega medija. Skupno jima je, da sta obe potrošnici in svoje življenje in identiteto oblikujeta skozi potrošnjo. Vendar pa je zanimivo, kot piše Naomi Wolf v svojem delu *The Beauty Myth, How Images of Beauty are Used against Women*, da ženske same mislijo, da so ženske revije trivialne, da gre v teh revijah za sporočanje najslabših vidikov lepotnega mita, da poneumljajo bralstvo; nekatere pa celo pravijo, da se sramujejo, a jih vseeno redno kupujejo z mešanico občutkov med užitkom in tesnobo (Wolf v Vendramin 2002, 79). Ženske revije bralkam zastavljajo previsoke cilje in ideale, ki jih morajo dosegati preko potrošnje. Bodisi so te prodajane identitete predrage za bralke ali pa celo biološko nemogoče, kar je še bolj izrazito značilno za licenčne revije, ki prodajajo eno identiteto in podobo številnim ženskam po celem svetu. Vendar pa bi se v sodobnem času multiple identitete ženske brez svojega medija počutile še bolj izgubljene in nesrečne. Od tod izvira razlog, da kupujejo medij, za katerega pa menijo, da je trivialen in nekoristen. Ženska revija je tako hkrati zaveznica in sovražnica sodobne ženske.

Teoretiki ugotavljajo, da je telesni vadbi kot eni najpomembnejših telesnih praks, v ženskih revijah oziroma medijih nasploh pripet element zabave, užitka in igrive estetike. To lahko potrdimo tudi na primeru Cosmopolitana, kjer novinarka v februarski številki piše skladno s teorijo o tem, kako se zaljubiti v šport. Prispevek se nahaja pod rubriko Bodi aktivna:

*Kako se zaljubiti v vadbo?*

*Ljubezen do športa se rodi v glavi. Zaradi drugačnega razmišljanja lahko začneš gojiti čustva do športa.*

*Pozabi na besedo moram. Poišči takšno aktivnost, ki ji boš lahko rekla hobi in na katero se boš odpravila z veseljem. Če ne maraš zaprtih prostorov, fitnes ni zate.*

*Šport pisan na tvojo kožo. Izbiraj med aktivnostmi, pri katerih boš lahko hitro napredovala – to te bo navdalo s samozavestjo. Pri izboru pazi na to, da aktivnost ne bo preveč naporna – z dolgimi vožnjami domov, nakupi opreme ....*

*Priložnost za druženje.*

*Če se rada družiš, greš lahko na aerobiko s prijateljico ali se veseliš dvoboja s trenerjem borilnega športa.*

*Naj te vodi cilj.*

*Zadaj si takšen cilj, ki bo napolnil tvoje zaloge motivacije. Na list si napiši načrt in vse cilje, ki jih boš lahko brez težav dosegla v zastavljenem času. Če imaš jasen cilj, je pot veliko lažja. (Pravst 2009, 134)*

Prispevek je pripravila novinarka Metka Pravst iz njega pa je razvidno, da gre le za nasvete, kako se lotiti vadbe in ne o vadbi oziroma izvajanju nekega športa samega.

V majski številki me je presenetil uvodnik, ki ga je napisala glavna urednica Cosmopolitana Tina Deu, z naslovom Aktivna številka. V njem obsoja lenarjenje, poležavanje in tiste ženske, ki niso telesno aktivne.

*Zdravilo za utrujenost*

*Ko pridejo topli pomladanski dnevi, najprej pomislim, kako bi jo mahnila na najbližji hrib, sedla na kolo, ali odtekla svoj najljubši krog. V nasprotju z nekaterimi, ki v tem času prisegajo na martinčkanje pred lokali, nalivanje s kavo, lenarjenje in še kaj. Saj jih ne obsojam, sploh ker se da oboje čisto prijetno združiti, kljub temu pa sodim med tiste, ki spomladansko utrujenost namesto s poležavanjem raje zdravijo s takšnim in drugačnim poskakovanjem, poganjanjem, celo pospravljanjem. Da je zimsko spanje nepreklicno mimo, dokazuje tudi številka, ki smo vam jo pripravili in vam bo zagotovo pomagala pri tem, da se spet spravite v tek. Za začetek se lahko lotite kar zgodbe z naslovnice, na kateri je ta mesec manekenka, ki je vedno v dobri kondiciji in fit – svoje skrivnosti razkriva na strani 66. Pripravili smo tudi nekaj o tem, kako se zdravo in telesu prijazno*

*znebiti kilogramčka ali dveh, poleg tega pa nismo pozabili na pred-poletno nego telesa, ki je seveda obvezna, preden spet smuknemo v kopalke. (Deu 2009, 12)*

Na isti strani pa je uporabljen še en diskurz za nagovarjanje bralk. Uporabljeni so odzivi novinarjev oziroma ustvarjalcev revije, ki tako ustvarijo neko bližino in povezanost med bralko in revijo. "Da v gibanju in telovadbi bralka ni sama" revija doseže z izjavami novinarjev, ustvarjalcev revije. Te ustvarijo neko posebno noto, ki v bralkah vzbudi simpatijo, povezanost, poistovetenje. Hkrati pa personalizira nek problem oziroma temo. Skupna točka med teorijo o ženskih revijah in reprezentativno revijo Cosmopolitan je, da so oblikovalke ženskih revij večinoma ženske same. Cosmopolitan ima žensko urednico in glavno pomočnico urednice pa tudi novinarski kader je večinoma ženski. Kuharjeva zato izpostavlja problem, da lahko pri branju teh tekstov pride do napačnega branja celote, ki jo bralka razume kot koherentno sporočilo urednice (Kuhar 2004, 100).

Prispevki z izkušnjami iz resničnega življenja postanejo popularni teksti in hkrati sooblikujejo pomen ženskosti, kaj pomeni biti ženska in za kakšen videz si velja prizadevati. Bralke revije se preko tovrstnega nagovarjanja lažje poistovetijo z revijo. Skladno s to teoretično predpostavko piše tudi Cosmopolitan oziroma njegove ustvarjalke v prispevku o tem, kako najraje telovadijo.

*Cosmo v akciji – ustvarjalci tvoje najljubše revije razkrivajo, kako najraje migajo. Migam vedno in povsod, kadar le ne sedim za računalnikom. Rada veliko hodim, pa čeprav le od ene do druge avtobusne postaje, tečem s cosmo bejbami, kolesarim v službo, poleti pa še plavam in kajakarim.*

*Petra  
C.*

*Zaradi super cosmo ekipe in zelo vztrajen trenerke Petre sem začela teči. Občasno se odpravim na kakšen hrib pa tudi v službo se vozim s kolesom.*

*Renata*

*Tek, košarka, tenis, odbojka, fitnes.*

*Simon*

*Vsak dan izvajam Keglove vaje – v vseh mogočih položajih.*

*Metka*

*Ko igram floorball, migam hitro, ko plešem salso, malo počasneje, in ko tečem, migam srednje hitro.*

*Teja*

*Na poti v službo in domov na kolesu, popoldne v tekaških copatah skozi Tivoli, zvečer pa ... ☺*

*Manca*

*Najboljša telovadba trenutno je dvigovanje in prenašanje moje desetmesečnice.*



*Katari*  
*na*  
*Najbolj pogosto migam na tri načine: jutranji pozdrav soncu, ples in seks.*  
*Marta*  
*L.*  
*V službi s skakanjem po trgovinah, doma pa se bolj sproščam v postelji. No, vsaj*  
*trikrat na teden tečem, dvakrat s puncami, enkrat pa s svojim dragim.*  
*Maja*

(Cosmopolitan 2009, 12)

Julijska številka ponovno o telesni vadbi piše le na eni strani pod rubriko Bodi aktivna. Besedilo je zopet napisala Metka Pravst, tokratni prispevek pa navezuje na astrologijo: »Miganje z astrologijo - Si se kdaj vprašala, zakaj ti je določen šport všeč, pri drugem pa ti zmanjka volje? Krivo je zodiakovo znamenje, ki razkriva, katera vrsta vadbe ti je pisana na kožo« (Pravst 2009, 128).

Zanimivo je, da telovadbo povezuje s horoskopom oziroma astronomijo. Za vsak znak (zračni, ognjeni, zemeljski in vodni) so navedene druge oblike telesne vadbe, najbolj primerne za določeno je zodiakovo znamenje. Torej, če ste na primer rojeni v znaku raka, se najbolje počutite v vodi. Vaši športi so plavanje, deskanje, potapljanje in vožnja s kajakom, zato se nikar ne čudite, če vam tek ali kolesarjenje ne dišita.

V oktobrski številki Cosmopolitana preseneti obširen prispevek, ki govori o ženskah v moških športih. Temi so namenjene štiri strani, v prispevku pa se pojavijo izpovedi žensk, ki se ukvarjajo s športi, v katerih sicer prevladujejo predvsem predstavniki moškega spola. Tako je predstavljena boksarka, igralka floorballa in nogometašica. »Teja se je našla v igri floorball oziroma t. i. dvoranskega hokeja na parketu, Andreja si je izborila svoj prostor v ringu, Eva pa na nogometnem igrišču preigrava žogo bolje od povprečnega moškega. Ni treba poudarjati, da občudujemo njihov pogum, z odločnostjo so namreč dokazale, da si zaslužijo medaljo za hrabrost. Naj ti te tri vražje športnice vlijejo dovolj poguma, da boš tudi ti nekoč samozavestno stopila pred ekipo fantov in se jim kot edina predstavnica nežnejšega spola pridružila pri igri« (Cosmopolitan 2009, 79).

S tem prispevkom revija malce razbija stereotipe, da bi morale med različnim telesnimi vadbami ženske izbirati le tiste, primerne za žensko, in le tiste, kjer si lepo izoblikujejo

telo oziroma posamezne dele telesa. Z omenjenim prispevkom želi Cosmopolitan zabrisati meje med spoloma, ki je še kako prisoten tudi v športu, rekreativni vadbi in različnih telesnih praksah.

Ali lahko torej govorimo o tem, da so ženske revije ogledalo družbe? »(...) ženske revije privzemajo vlogo prodajnega okna. To je prodaja po aktualnih tematskih sklopih, ki igrajo "na človeške strahove in šibke točke".« (McCracken v Legan 2002, 109). In to prodajno okno skuša bralkam predstaviti idealni, fantazijski svet, ki obstaja zunaj njihovega sedanjega življenja in ki je dosegljiv, vendar samo z nakupom izbranih in oglaševanih izdelkov. Z razlagami, kakšno bi življenje lahko bilo, poskušajo postopoma oblikovati potrošnico. Ženske revije so okno; vendar ne okno v realni svet, pač pa prodajno okno oziroma izložba. Vsebina ženskih medijev sledi načelu aktualnosti, ne pa tudi ažurnosti.

Iz tega lahko sklepamo, da funkcija ženskih medijev ni v informiranju svojih bralk, v tem, da jim pove, kaj se dogaja v svetu okoli njih, pač pa je primarna vloga ženskih medijev komuniciranje potrošniških izdelkov s svojimi bralkami, kramljanje z njimi in vzpostavljanje tesnega prijateljskega stika. Iz tega bi lahko sklepali, da bralci "resnih" klasičnih medijev gradijo svoj odnos z medijem na podlagi zaupanja v kredibilen vir informacij, bralke ženskih medijev pa gradijo svoj odnos s tovrstnimi mediji na temeljih (psevdo)prijateljstva. Za čimbolj učinkovito "zgrabitev" in pritegnitev bralk v ta "navidezni" ženski svet ženske revije uporabljajo nekakšno neosebno žensko solidarnost. Hkrati pa se za ustvarjanje večjega občutka intimnosti in zaupnosti uporablja tudi psevdointimni jezik.

### **5.4.3 Diskurz estetike**

Kot v vseh ženskih revijah je tudi v Cosmopolitanu diskurz estetike in telesnega videza izredno pomemben in izpostavljen. Prvi takšen diskurz se v povezavi s telesno vadbo pojavi že v januarski številki revije Cosmopolitan v rubriki Bodi aktivna. »Za lahek začetek leta - Če se je med tvojimi novoletnimi zaobljubami znašla tudi točka o tem, da boš v novem letu bolje skrbela za telo, potem ne spreglej vaj za učvrstitev mišic. Ker so tako pravljичno lahke (vsako ponovi devetkrat), na boš obupala že po prvem tednu. 1. Zapeljiva sirena – na mehki podlagi sedi na pete in roki v širini bokov položi na tla ...« (Pravst 2009, 156).

Zelo so me presenetili naslovi vaj, kot so zapeljiva sirena, usmerjena puščica in mačji preteg. Navodila so podprta tudi s fotografijami telovadke, ki izvaja te vaje. Na isti strani je predstavljena tudi plesno-borilna večšina Capoeira, ki naj bi se razvila med afriškimi sužnji v Braziliji. Kot piše: »Gre za koristno večino, ki blagodejno vpliva na celo telo. Povečuje gibljivost, moč in vzdržljivost telesa, usklajuje telesno gibanje in izboljšuje koordinacijo v prostoru, gradi zdravo držo, pozitivno vpliva na dihalni in krožilni sistem. Je učinkovita aerobna vadba, ki elegantno izoblikuje mišice trebuha, zadnjice, bokov in stegen,« smo izvedeli od Urške Habjan, predsednice športno-kulturnega društva Capoeira Slovenija (Cosmopolitan 2009, 156). Prispevek vsebuje pojasnilo strokovnjakinje na tem področju, kar veča kredibilnost prispevka. Hkrati pa gre v tem primeru tudi za oglaševanje, saj s predstavitvijo neke vadbe izvemo še, kdo v Sloveniji izvaja to vadbo. V prispevku je ponovno opaziti razčlenitev ženskega telesa na posamezne dele, ki so opazovani. Žensko telo je po Foucaultu že samo po sebi objekt, ki je opazovan. Z razčlenitvijo samega telesa pa gre za popolno raztelesenje ženske na njene boke, njeno zadnjico, noge, velikokrat tudi prsi, roke in posamezne dele telesa, ki morajo biti popolni sami zase in kot celota.

V prispevkih o telesni vadbi in športu pa novinarji vse pogosteje uporabljajo tudi retoriko zdravja. Svojih bralk torej ne privabljajo zgolj s podobami privlačnega telesa, marveč tudi zdravja, ki ga takšno telo predstavlja. Skrb za telo pa hkrati povezujejo tudi s pozitivnim mišljenjem, samozavestjo, dobrim počutjem in užitkom. Vendar pa po pregledu prispevkov na temo telesne vadbe v Cosmopolitanu, lahko ugotovimo, da je bolj kot diskurz zdravja v telovadbi še vedno uporabljen lepotni in estetski diskurz. O tem priča tudi naslednji prispevek novinarko. V aprilski številki se pod prispevki v rubriki Bodi aktivna zopet podpiše novinarka Metka Pravst. Tokrat piše o dveh telovadnih vajah za močan trebuh. »Močan trebuh za lepšo držo. Z dvema vajama lepo oblikuj trebuh in hkrati popravi telesno držo.« Navodila so podkrepljena s fotografijo ženske, ki prikazuje pravilno izvajanje teh vaj. Na isti strani pa Pravstova piše še:

*(Telo)vadba – Kaj ima skupnega z lepoto?  
Vadba lahko zviša vrednost tvojega lepotnega kvocienta. Nobena krema ne pomaga tako kot šport.*

*Mini maščobne celice: ob redni telovadbi in pravilnem prehranjevanju se volumen maščobnih celic zmanjša – pozor, to ne velja, če si na dieti in ne telovadiš!*

*Sijajna koža: Nobena krema ne more pričarati takšnega sijaja na koži kot aerobna telesna aktivnost: hoja, tek, kolesarjenje, plavanje ...*

*Adijo, mozolji: Vadba pospeši cirkulacijo in s tem pomaga očistiti pore, v katerih nastajajo nadležni mozoljčki. (Pravst 2009, 134)*

Po teh prispevkih sodeč, novinarka uporablja nek splošen družbeni diskurz, ki so ga ženske že ničkolikokrat slišale in zasledile v tovrstnih revijah. Z njimi le spodbuja ženske, da morajo biti za lepo telo vedno telesno aktivne. Torej telovadba je pogoj za lepoto. Vendar pa omenjeni prispevek ne poda nikakršnih novih informacij ali napotkov, ampak predstavlja že splošno znana dejstva.

Novembrska številka zopet obsega zelo malo prispevkov o telesni vadbi, ponovno o tem piše le rubrika Bodi aktivna. Tokrat predstavlja veliko športno žogo, kot pripomoček za oblikovanje lepega telesa. Žogo je v svojem prispevku v reviji Lepa in zdrava predstavila tudi kondicijska trenerka in profesorica športne vzgoje Tina Pustovrh, v Cosmopolitanu pa o njej piše novinarka Metka Pravst. Iz tega lahko razberemo, da revija Lepa in zdrava pri pisanju o telesni vadbi veliko bolj uporablja znanstveni in strokovni diskurz kot revija Cosmopolitan. To daje telesni vadbi večjo legitimnost in bralke v veliki večini bolj verjamejo strokovnjakom kot laikom (v tem primeru novinarki).

*Naj se (ti) rola*

*Z veliko športno žogo do čvrstih mišic*

*Začetni položaj: Pod kolena postavi mehko brisačo on dlani položi na veliko žogo. Roki naj bosta stegnjeni, hrbet pa zravnani.*

*Rolanje: močno stisni trebušne mišice in podlakti zarolaj po površini žoge, dokler telo ni popolnoma stegnjeno*

*Pomembno: če po nekaj ponovitvah vaje ne izvajaš več pravilno – hrbet postane usločen in trebušne mišice popustijo – nadaljuj z vajo po kratkem predahu.*

*(Pravst 2009, 130)*

Decembrska številka je zopet zelo skopa s prispevki o telesni vadbi, saj o njej zopet piše le na eni strani. V rubriki Bodi aktivna tokrat novinarka Metka Pravst govori o Svobodi v gibanju in o tem ali je ples ob drogu varen (Pravst 2009, 142).

Eden glavnih načinov komuniciranja z okolico v današnji dobi je zagotovo zunanji videz. Zunanji videz komunicira o posamezniku in s posameznikom hitreje in univerzalneje kot katerokoli drugo komunikacijsko sredstvo. Ženske revije so tako v sodobni družbi postale pomemben medij, ki z namenom dobička delujejo v funkciji discipliniranja ženskega telesa ter oblikovanja sodobne ženske kot potrošnice. Še več. Ženski mediji ne disciplinirajo samo ženske, pač pa ji preko nasvetov in napotkov nalagajo tudi nalogo discipliniranja tako moškega kot tudi otroškega telesa. Ženske revije imajo v razširjenem pogledu učinek in moč nad celotno družbo in ne samo nad bralkami, katerim je neposredno namenjeno. Pomembnost ženskega telesa, njegove estetske izpopolnjenosti, urejenosti izpostavlja tudi slovenska izdaja revije Cosmopolitan. Estetsko telo brez maščobnih blazinic pa lahko ženska pridobi le z redno telovadbo, športnimi aktivnostmi in drugimi telesnimi vadbami, o čemer priča tudi tale primer iz revije: »(Telo)vadba – Kaj ima skupnega z lepoto? Vadba lahko zviša vrednost tvojega lepotnega kvocienta. Nobena krema ne pomaga tako kot šport ...« (Pravst 2009, 134).

#### **5.4.4 Diskurz seksa**

Revija velik pomen pripisuje spolnosti, ki je po pisanju te revije zelo pomembna tako v razmerjih kot v življenju posameznice nasploh. V reviji se močno promovira tudi seksualnost, ki pomaga ženski, da dobi, kar želi. Kljub temu pa še vedno krepi tradicionalna pričakovanja, ki jih družba podeljuje ženski, hkrati pa jo z raznimi nasveti spodbuja in informira, kako postati "super ženska". To dokazuje tudi prispevek v februarški številki pod rubriko Bodi aktivna, ki kot obliko vadbe priporoča seks. Zanimivo je, da se tudi v prispevku o telesni vadbi ustvarjalke vsebin Cosmopolitana niso mogle izogniti spolnosti, saj ponujajo nasvete za seks, ki je v tem primeru zelo koristen tudi za "kurjenje odvečnih kalorij". »Preden greš v posteljo, pripravi telo na vroč seks. V položaju na fotografiji zakroži z boki v desno stran, po desetih ponovitvah zamenjaj smer. Vaja ogreje boke in poveča njihovo okretnost. Močan objem – Sedi, da nogi prekrižaš in z rokama primeš prste ne nogah. Naredi par Keglovih vaj. Raztegnila boš zakrčene mišice telesa in ogrela vaginalne mišice« (Pravst 2009, 134).

Seksistični diskurz, ki je v reviji Cosmopolitan zelo pogost (predvsem pri prispevkih o partnerskih odnosih), se pojavi tudi v temi o telesni vadbi. Seksistična prezentacija

žensk implicira na ohranjanje stereotipnih razlik med spoloma. Cosmopolitan govori novi generaciji osvobojenih žensk, da promovira poslovno plat ženskosti kot razvito sposobnost, ki pomaga vsaki ženski, da dobi tisto, kar hoče, delno tudi z manipuliranjem na osnovi njene seksualnosti in fizičnega videza. Ženske so v Cosmopolitanu reprezentirane ne le kot ljubice ali žene, pač pa kot visoko motivirane, energične, delovne ženske, ki lahko uspejo na vseh področjih. Tako so npr. uspešne ženske redko predstavljene v besedi ali pa so le tej dodane fotografije, na katerih bolj izstopajo njihove telesne vrline kot pa samo delo. Sicer res prevzemajo nadzor nad svojim življenjem, vendar je njihovo delovanje povezano z njihovo seksualnostjo in njihovim telesom. kot bi bila ženska vedno najprej seksualno bitje, šele potem profesionalka na določene področju. Ženska seksualnost, kot kaže prispevek, je povezana tudi z najbolj osnovnimi življenjskimi dejavnostmi, kot je na primer telesna vadba.

#### **5.4.5 Tržni diskurz**

Ženske revije so emblem in kreator sodobnega potrošniškega sveta. Vpliv na svoje bralke izvajajo iz pozicije prijateljice. Ženske revije so se skozi čas vtihotapile v življenja številnih žensk po celem svetu kot njihove zaveznice, svetovalke, opora in vsevednice. S svojo vsebino vplivajo na potrošniške navade sodobne ženske in na ta način predstavljajo pomembno gonilno silo kapitalizma in potrošništva.

Ženske so v oglasih sredstvo in cilj oglaševanja. Ena izmed lastnosti oglasov v ženskih revijah je, da ne poudarjajo toliko uporabne vrednosti oglaševanega izdelka, kot pripisujejo izdelku simbolno vrednost. To oglas počne tako, da izdelku pripiše pomene, ki se razlikujejo od pomenov drugih izdelkov iste vrste (Hrženjak 2002, 20).

V Cosmopolitanu sem v septembrski številki našla oglas, ki oglašuje svetovno znano športno blagovno znamko adidas. Oglas se razteza čez celo stran, v njem pa piše: »Uspešen začetek jeseni – Da slovo od poletja ne bo preveč stresno, se obleci v adidasovo športno linijo, ki si jo je zamislila Missy Elliott, in v prve jesenske dni stopi še bolj samozavestno« (Cosmopolitan 2009, 131). S tem oglas ne prodaja le nove športne linije, ampak športnim copatom in oblačilom pripiše pomene, ki se razlikujejo

od pomenov drugih izdelkov iste vrste. Ženskam hkrati oglas »prodaja« samozavest ob nošenju kvalitetnih športnih izdelkov in užitek v telesni vadbi in športnih aktivnostih.

V januarski številki *Cosmopolitan* se prav tako pojavi stran, zapolnjena z oglasi, ki se navezujejo na temo, ki jo obravnavam v diplomski nalogi (telesna vadba) in oglašujejo športno blagovno znamko adidas ter spletno stran *aktivna.si*. Tako ponuja "V treh mesecih do lepega telesa" - Vadbeni načrt osebne trenerke Jasne Zagrajšek na *www.aktivna.si*. Oglas za adidas pa narekuje, da morajo imeti ženske pri telesni vadbi izpopolnjen zunanji stil in biti pri tej dejavnosti urejene in popolne. »Modna tudi v športni dvorani - V oblačilih blagovne znamke adidas si lahko v katerikoli športni dvorani videti ultra modno« (*Cosmopolitan* 2009, 156).

Veliko strani revije *Cosmopolitan* prekrivajo oglasi za wellness centre in športne znamke, v kateri bodo ženske tudi med vadbo »čudovite, zapeljive, zabavne in originalne«. Telesne prakse, oblike kultiviranja, discipliniranja in oblikovanja se konstantno spreminjajo. Prav tako pa se spreminjajo tudi telesni tretmaji, ponudba pripomočkov za oblikovanje telesa na trgu, pojavljajo se nove fitnes naprave, novi treningi ter nove oblike telesne vadbe (kot so joga, pilates, bodypump, anticelulitni tretmaji, itn.). Čeprav se telesne prakse zdijo naravne in del normativne realnosti, pa naravno pri človeku ne obstaja, saj se človek vsega nauči preko interakcije z drugimi ljudmi, s posnemanjem, opazovanjem in identificiranjem z drugimi. Nimajo pa vsi posamezniki v kolektivu enakega dostopa do telesnih praks. Ne morejo si namreč vsi privoščiti dragih članarin v fitnes centrih, osebnih trenerjev, dobre in kvalitetne športne opreme in različnih vadbenih aparatov in preparatov, ki jih oglašujejo množični mediji. Torej je za telovadbo ali druge telesne prakse, ki oblikujejo lepo telo, potrebno odšteti kar zajeten kup denarja. Tiste ženske, ki nimajo dovolj denarja, si teh tretmajev seveda ne morejo privoščiti.

V zadnjem času se je oglaševanje razvilo v smer t. i. hibridnega oglaševanje, kjer smo priča vpetosti oglasa v uredniško-novinarske prispevke in izginjanje oglasa kot samostojne in ločene vsebine, izdelke pa se predstavlja v okviru izbranega življenjskega stila. (Baudrillard v Legan 2002, 110). Značilnost ženskih revij je, da so nasičene z oglasi in da počasi oglasna vsebina vse bolj nevidno prehaja v uredniško-novinarsko vsebino. Oglasi danes obsegajo tretjino vsake ženske revije. Ženske revije pa so po

drugi strani tudi eden od medijev z najbolj obsežnim deležem prikritega oglaševanja. Po mnenju nekaterih strokovnjakov, naj bi oglasna vsebina (v obliki klasičnih oglasov in prikritih oglasov) obsegala kar 90 odstotkov celotnega obsega ženskih revij. Ni naključje, da so najbolj nasičene z oglasi ravno ženske revije. Ženska je namreč »osrednja potrošnica, glavna družinska nakupovalka v sodobni izrazito potrošniško naravnani družbi.« (Hrženjak 2002, 18). Prikrto oglaševanje je tako po zakonodaji kot tudi po kodeksih novinarske in oglaševalske stroke prepovedana oblika oglaševanja. Zakon o medijih v 47. členu predpisuje: »Prepovedano je prikrto oglaševanje, ki naj bi prepričalo bralca, poslušalca oziroma gledalca, da v primeru objave posameznega oglasa ne gre za oglaševalske vsebine. Za prikrto oglaševanje odgovarjata naročnik objave in odgovorni urednik. V primeru prikritega oglaševanja velja domneva, da je bilo storjeno z namenom (Zakon o medijih).

Bolj kot predstavljanje realnega sveta se vloga ženskih revij skriva v predstavljanju potrošniškega sveta. Vedno novi lepotni ideali v potrošniški svet prinašajo vedno nove izdelke, ki ženski omogočajo doseganje vedno novih idealov. Vedno spreminjajoči se svet, pa omogoča neprestano vrtenje kapitalističnega kolesja. V trenutku, ko bi ženske dosegle nek lepotni ideal, bi se prodaja izdelkov, ki omogočajo dosego teh idealov ustavila. In ustavilo bi se tudi kolesje potrošništva. Tako pa so ideal spremeni vedno tik preden dosežemo njegov vrh in zopet stojimo na začetku s stotinam izdelkov, ki nam bodo omogočili pot do tega novega ideala. Blagovne znamke imajo vlogo determinacije sodobnih družbenih slojev. Ko se te blagovne znamke pojavljajo v izbrani ženski reviji, postane tudi slednja determinanta določenega družbenega sloja in življenjskega stila.

## **5.5 Diskusija**

V vsakem izvodu revije Lepa in zdrava v letu 2009, ki povprečno obsega od 90 do 100 strani, lahko naštejemo najmanj deset strani, ki govorijo izključno o telovadbi, telesni ali športni aktivnosti, fitnes vadbi in drugih prostočasnih rekreacija (kar je 10 odstotkov celotne revije). Revija Cosmopolitan v primerjavi z revijo Lepa in zdrava skoraj zanemarljiv delež (le 1,4 odstotka) posveča telesni aktivnosti, vadbi oziroma zdravemu načinu življenja z gibanjem in rekreacijo. Če pa se že spomni na ta aspekt življenja, je to skoraj vedno v povezavi z lepim zunanjim videzom, čvrstim trebuhom, zadnjico in



nogami. Predpostavlja torej, da ženske telovadijo predvsem zaradi lepotnih in estetskih vzgibov. Žensko pa hkrati raztelesi oziroma jo razčleni na posamezne dele telesa (trebuh, noge, zadnjica in prsi).

Reviji Lepa in zdrava ter Cosmopolitan v svojih diskurzivnih strategijah, ki jih uporabljata za nagovarjanje bralk, uporabljata telesno aktivno in "fit" žensko kot simbol lepote, zdravja, užitka in uspešnega življenja. Revija Lepa in zdrava to počne veliko bolj eksplicitno kot revija Cosmopolitan, pri tem pa namesto novinarskih diskurzov uporablja večinoma strokovne, saj o telesni vadbi pišejo predvsem strokovnjaki in poznavalci na tem področju. Reprezentacije ženskosti skozi vlogo ženske kot aktivne, športne in "fit" se v obeh revijah razlikujejo, še vedno pa uporabljata nekatere podobne diskurzivne strategije pri nagovarjanju svojih bralk v smislu zdravega in aktivnega načina življenja. Te diskurzivne strategije so strokovni in estetski diskurz, diskurz zdravja, diskurz oblikovalcev revije in novinarjev, osebni diskurz ter diskurz znanih in slavnih ljudi o telesni vadbi. Vendarle pa ima vsaka revija nekaj specifičnih diskurzov, ki jih uporablja za nagovarjanje svojih bralk. To je v reviji Lepa in zdrava strokovni diskurz ter osebni intervju s športnimi in "fit" ženskami, ki ju revija Cosmopolitan ne vsebuje oziroma se v njej strokovni diskurz pojavi le znotraj novinarskih prispevkov. Na drugi strani pa se v Cosmopolitanu pojavi seksualni diskurz, saj revija močno poudarja žensko seksualnost. Diskurza seksa v reviji Lepa in zdrava v povezavi s telesno vadbo ni zaznati, vsaj ne neposredno. Je pa seksualni diskurz gotovo vpet v prispevke o ženskem telesu ter v načinu pisanja o ženskem telesu kot seksualnem objektu oziroma objektu na ogled. Cosmopolitan velik pomen pripisuje spolnosti, ki je po pisanju te revije zelo pomembna tako v razmerjih kot v življenju posameznice nasploh. V reviji se močno promovira tudi seksualnost, ki pomaga ženski, da dobi, kar želi.

Reviji imata poleg spletne različice še eno pomembno skupno točko. Vodstvo omenjenih revij je žensko, prav tako novinarska ekipa. To potrjuje dejstvo, da revije za ženske ustvarjajo predvsem ženske same. V prispevkih o telesni vadbi in športu pa novinarke vse pogosteje uporabljajo retoriko zdravja. Svojih bralk torej ne privabljajo zgolj s podobami privlačnega telesa, marveč tudi zdravja, ki ga takšno telo predstavlja. Skrb za telo hkrati povezujejo tudi s pozitivnim mišljenjem, samozavestjo, dobrim počutjem in užitkom. Vendar pa po pregledu prispevkov na temo telesne vadbe v

Cosmopolitanu lahko ugotovimo, da je bolj kot diskurz zdravja v telovadbi še vedno uporabljen lepotni in estetski diskurz. Cosmopolitan navkljub deklarativnemu nastopu proti "lepotnemu mitu" in poudarjanju ženske avtonomnosti pod krinko ponuja stereotipno podobo ženskosti, utemeljeno na lepoti/lepotičenju/modi, romanci in spolnosti, ki je v neposrednem odnosu z zabavno in lepотно industrijo.

Kot pa lahko razberem iz svoje analize, imajo pomembno vlogo pri soustvarjanju revije Lepa in zdrava različni strokovnjaki in znanstveniki, ki s svojim znanstvenim in strokovnim diskurzom nadomeščajo oziroma izpodrivajo novinarskega. Dejstvo je, da ljudje veliko bolj verjamejo strokovnjakom kot navadnim laikom, zato so pri tovrstnih revijah za ženske, ki svetujejo predvsem na področju zdravja, prehrane, oblikovanju telesa in lepote, strokovni diskurzi še toliko bolj pomembni. Bolj kredibilni in potencialno tudi bolj verodostojni za nakup njihovih nasvetov. Revija Lepa in zdrava za nagovarjanje žensk v smislu zdravega načina življenja uporablja zelo veliko strokovnih diskurzov, kar lahko pripišemo dejstvu, da gre za specializirano revijo. Zgodba je drugačna v licenčni reviji Cosmopolitan. V reviji Cosmopolitan o telesni vadbi pišejo predvsem ustvarjalke revije, ti prispevki pa se vsebinsko popolnoma razlikujejo od tistih prispevkov, ki jih pišejo strokovnjaki. Novinarke navadno v svojih prispevkih delijo le splošno znana dognanja ali pa delijo "že ničkolikokrat" slišane nasvete.

Cosmopolitan z objavo prispevkov, vezanih na zdravo in športno življenje ženske, veliko manj spodbuja žensko k takšnemu načinu življenja kot revija Lepa in zdrava. Cosmopolitan še vedno uporablja reprezentacijo ženskosti skozi vlogo ženske kot lepotice, ki se je z idealnimi telesnimi merami že rodila in jih ni pridobila. S tem veliko bolj ohranja vklenjenost ženske v nek začaran krog potrošnje, saj bo tista ženska, ki se ni rodila lepa, le z različnimi lepotnimi preparati in drugimi izdelki, ki se jih mora vedno znova posluževati, dosegla normo lepe ženske.

Teoretiki ugotavljajo, da je telesni vadbi kot eni najpomembnejših telesnih praks v ženskih revijah oziroma medijih nasploh pripet element zabave, užitka in igrive estetike. To lahko potrdimo tako na primeru Cosmopolitana kot revije Lepa in zdrava. Prispevki z izkušnjami iz resničnega življenja v obeh revijah postanejo popularni teksti in hkrati sooblikujejo pomen ženskosti, kaj pomeni biti ženska in za kakšen videz si velja prizadevati. Bralke revije se preko tovrstnega nagovarjanja lažje poistovetijo z revijo.

Primarni žanr za predstavljanje ženskega telesa pa je v obeh revijah še vedno lepo vitko telo in popoln videz. Diskurz o lepem telesu in telesu kot projektu se med drugim vedno bolj širi prek institucije športa oziroma telesne vadbe. Ukvarjanje s športom pa ne vključuje zgolj telesnih aktivnosti, meje športa postajajo namreč vedno bolj ohlapne. Biti športen pomeni (poleg ukvarjanja s telesno vadbo) imeti tudi dobro znamko obutve in športnih oblačil, smuči ali kolesa, pomeni skrb za zdravo življenje z zdravo prehrano in (če je potrebno) dietami. Vsi ti pripomočki pomagajo posameznikom zgraditi podobo o samem sebi kot športniku. Ali če strnem: ni pomembno, koliko se kdo ukvarja s telesno vadbo, pomembno je tudi, da je videti kot športnik. V reviji Lepa in zdrava, predvsem pa v Cosmopolitanu je zaznati kar nekaj takšnih prispevkov, ki so namenjeni predvsem trženju in s tem telo poblagovljajo.

Ženske revije so emblem in kreator sodobnega potrošniškega sveta. Vpliv na svoje bralke izvajajo iz pozicije prijateljice, zaveznice, svetovalke, opore in vsevednice. S svojo vsebino vplivajo na potrošniške navade sodobne ženske in na ta način predstavljajo pomembno gonilno silo kapitalizma in potrošništva. Ženske so v oglasih sredstvo in cilj oglaševanja. Ena izmed lastnosti oglasov v ženskih revijah je, da ne poudarjajo toliko uporabne vrednosti oglaševanega izdelka, kot pripisujejo izdelku simbolno vrednost. To oglas počne tako, da izdelku pripiše pomene, ki se razlikujejo od pomenov drugih izdelkov iste vrste. Veliko strani revije Cosmopolitan prekrivajo oglasi za wellness centre in športne znamke. Telesne prakse, oblike kultiviranja, discipliniranja in oblikovanja se konstantno spreminjajo. Prav tako pa se spreminjajo tudi telesni tretmaji, ponudba za oblikovanje telesa na trgu, pojavljajo se nove fitness naprave, novi treningi ter nove oblike telesne vadbe (kot so joga, pilates, bodypump, anticelulitni tretmaji itn.). Nimajo pa vsi posamezniki v kolektivu enakega dostopa do telesnih praks. Ne morejo si namreč vsi privoščiti dragih članarin v fitness centrih, osebnih trenerjev, dobre in kvalitetne športne opreme in različnih vadbenih aparatov in preparatov, ki jih oglašujejo množični mediji. Torej je za telovadbo ali druge telesne prakse, ki oblikujejo lepo telo, treba odšteti kar zajeten kup denarja. Tiste ženske, ki nimajo dovolj denarja, si teh tretmajev seveda ne morejo privoščiti. Telesna vadba in skrb za telo sta postala nekakšen družbeni status, zagotovo pa nova lepotna norma ženskih revij, h kateri morajo ženske stremeti in za katero si morajo prizadevati.

## 6 SKLEP

Na podlagi vsebinske analize prispevkov na temo telesne vadbe in športa v omenjenih revijah sem ugotovila, da športna in "fit" ženska ni izpodrinila lika shirane manekenke, ga pa je nekoliko preoblikovala in zasenčila. Uvrščanje teh tem v revije za ženske je povzročilo, da je telesna vadba postala, poleg diet in lepoticenja, ena najpomembnejših telesnih praks žensk. V ženskih revijah se je tako začel pojavljati nov pogled na žensko telo, ki ni izključno vezan le na vitko, suho, mršavo telo, ampak na zdrave obline in športno obliko telesa, ki posameznicam prinaša tako telesno kot duševno zdravje.

V sodobni družbi so ženske revije učinkoviti medij, ki s sklicevanjem na strokovni diskurz in v službi kapitala deluje v funkciji discipliniranja ženskega telesa in s tem subjektivacije sodobne ženske kot subjekta potrošnje, zunanje podobe in "skrbi zase". Vprašanje, ki nastane pri takšni tezi, pa je, kaj ženske sili, da navidezno prostovoljno sprejemajo mehanizme discipliniranja telesa. Odgovor je mogoče iskati v Foucaultovi koncepciji sodobne oblasti, ki je institucionalno nevezana, anonimna in široko razpršena. Kozmetična sredstva, kozmetične prakse in telesne tehnike, ki so skupni imenovalec vsebine vseh ženskih revij, ponujajo z definiranjem in oblikovanjem kulturno povzdignjene podobe "prave" ženskosti ženskam užitek, ugodje in občutek identitete ob hkratnem discipliniranju in nadzoru ali, natančneje, samodiscipliniranju in samonadzoru. Ženske torej prostovoljno sprejemajo vse obdelave telesa, ki jih promovirajo revije, zaradi latentno prefinjene disciplinirajoče oblasti, ki prežema tako institucije kot subjekte, izraža pa se v t. i. zdravem razumu oziroma v vsakdanjem razumevanju normativne ženskosti, osredotočene na žensko telo, na to, da je "fit" in "in".

Telesna vadba je postala idealna telesna praksa za ohranjanje visoko vrednotenega lepega telesa. Telesne aktivnosti so se začele nadgrajevati tudi tako, da so imele najboljše učinke na lepoto. Čeprav so zagovorniki medicine (v ženskih revijah) omenjali, da vadba pripravlja ženske na dvojno vlogo zaposlitve in materinstva, da prinaša zdravje, dobro počutje, samozavest itn., so hkrati poudarjali, da je njen osnovni namen estetski. Razvil se je diskurz estetike, ki je kot osnovni namen telesnih praks

športa postavil doseganje lepega telesa. Tako je oblikovanje estetskega telesa v zadnjem času postalo najpomembnejši projekt žensk.

V ženskih revijah je poleg estetskega, poudarjen tudi zdravstveni pomen telesne vadbe, saj je ta predstavljena kot pogoj za zdravo fizično kot tudi psihično počutje. Telesna vadba je neizogibno povezana z zdravjem in vzdrževanjem telesa, kar še dodatno označuje posameznika, ki se rekreira, kot odgovornega, kontroliranega in tako uspešnega tudi pri obvladovanju drugih področji svojega življenja. Povsod je lahko prebrati, da je telesna vadba pogoj za zdravo fizično kot tudi psihično zdravje in počutje ter šele nato "vstopnica" do lepo oblikovanega čvrstega in lepega telesa.

Ženske revije so polne vsebin, ki med seboj povezuje vadbo uma, telesa in spolnosti, ki vodijo k "super-življenju". Z vsemi temi napotki lahko ženska dejansko nenehno skrbi zase, saj vsa pozitivna terminologija "fitnesa in zdravja" in "psihičnega dobrega počutja" prikriva zahteve rigoroznih oblik kultiviranja telesa. Ženske te vsebine vsakodnevno berejo in se izgublajo v užitku in fantaziji, kaj bo, ko bodo s pomočjo teh napotkov dosegle takšno kontrolo uma, ki bo nagovarjalo telo, da telovadi. S konstruiranjem telesa kot cono dela, ženske revije spodbujajo svoje bralke, da sebe označujejo kot telo.

V današnjem času je prišlo do neverjetnega porasta telesne aktivnosti. Kultura gibanja in telesna vadba še nikoli nista bili tako vidni in množični. Kar naenkrat je moč opaziti množice tekačev in kolesarjev, v fitness centrih gnečo nadebudnih akterjev, v dvoranhah za aerobiko pa skupine žensk, ki pridno telovadijo, "trošijo" kalorije in oblikujejo svoje telo: za zdravje, za užitek, dobro počutje ali pa le za estetiko telesa. Pri tem se pojavi vprašanje, ali je telesna vadba postala le nova tehnologija za nadziranje in discipliniranje telesa, ali način preživljanja prostega časa in dejavnost telesno in duševno zdravih posameznikov in posameznic? Je morda telesna vadba ali obisk fitnesa le modna muha, ki so jo sproducirali mediji in popularizirale tudi ženske revije?

Na podlagi analize lahko potrdim hipotezo, da je športna in aktivna ženska v ženskih revijah postala le eden od načinov samodiscipline in kultiviranja ženskega telesa. Menim, da diskurz telesne vadbe v povezavi z diskurzom zdravja, estetike, dobrega počutja in užitka neposredno nagovarja ženske k discipliniranju njihovih teles, pri

čemer pa ne poudarja same telesne aktivnosti, ampak predvsem reprezentacijo pomenov, ki jih izvajanje telesnih praks prinaša. Ženske revije s sklicevanjem na strokovni diskurz in v službi kapitala reprezentirajo ukvarjanje s telesno vadbo kot normo ženskosti. Vplivom medijev pa niso podvržene vse ženske enako. Ženske niso le gole receptorke teh sporočil, ampak aktivno sodelujejo pri sprejemanju in njihovem ponotranjenju. Ženske ne smemo obravnavati kot produkt sodobne družbe in množičnih medijev, »nova športna in "fit" ženska« pa bo morda čez nekaj let le še senca tega, kar za nekatere pomeni danes.

## 7 LITERATURA

Adam Phillipe in Claudine Herzlich. 2002. *Sociologija bolezni in medicine*. Ljubljana: Društvo pljučnih in alergijskih bolnikov Slovenije.

*Adria Media Ljubljana*. Dostopno prek: <http://www.adriamedia.si/> (10. februar 2010).

Ambwani, Suman in Jaine Strauss. 2007. Love theyself 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 *Spol: Ž*, ur. Lenca Bogovič in Zoja Skušek, 217–234. Ljubljana: ISH.

Berger, Peter in Thomas Luckmann. 1999. *Modernost, pluralizem in kriza smisla orientacija modernega človeka*. Ljubljana: Nova revija.

Bernard, Malcom. 2005. *Moda kot sporazumevanje*. Ljubljana: Sophia.

Blinč, Aleš in Mara Bresjanac. 2005. Telesna dejavnost in zdravje. *Zdravniški vestnik* 74: 771–7.

Bordo, Susan. 2003. *Unbearable weight: Feminism, Western culture, and the body*. California: University of California Press.

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

Campbell, Colin. 2001. *Romantična etika in duh sodobnega porabništva*. Ljubljana: Studia Humanitatis.

Canguilhem G. 1989. *The Normal and the Pathological*. New York: Zone.

*Cosmopolitan*. 2009. Cosmo v akciji, 12 (maj).

--- 2009. Uspešen začetek jeseni, 131 (september).

*Cosmopolitan Slovenija*. Dostopno prek: <http://www.cosmopolitan.si> (15. februar 2010).

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.
- Deu, Tina. 2009. Aktivna številka. *Cosmopolitan*, 12 (maj).
- Elias, Norbert. 2000. *O procesu civiliziranja: Sociogenetske in psihogenetske raziskave*. Ljubljana: Založba.
- Featherstone, Mike. 1991. The body in consumer culture: Social process and cultural theory. V *The Body: Social process and cultural theory*, ur. Mike Featherstone, Mike Hepworth in Bryan Turner, 170–196. London: Sage Publications.
- Foucault, Michael. 1993. *Zgodovina seksualnosti 3: Skrb zase*. Ljubljana: ŠKUC.
- 1984. *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.
- Fraser, Mariam in Monica Greco. 2005. *The Body, A Reader*. London: Routledge.
- Giddens, Anthony. 2000. *Preobrazba intimnosti: Spolnost, ljubezen in erotika v sodobnih družbah*. Ljubljana.
- Glumac, Alma. 2009. Anamarija Avbelj, miss Universe 2008. *Lepa in zdrava*, 16 (10. januar).
- 2009. Telo. *Lepa in zdrava*, 25 (10. januar).
- 2009. Za dušo in telo. *Lepa in zdrava*, 16–17 (10. februar).
- 2010. *Za polno življenje*. Dostopno prek: <http://www.lepazdrava.si/Sreca/Spremenimo-svet-na-bolje/Za-polno-zivljenje.html> (10. februar).
- Goffman, Erving. 2008. *Stigma: zapiski o upravljanju poškodovane identitete*. Maribor: Aristej.
- Greenleaf, Christy. 2005. Self-objectification among physically active women. *Sex Roles: A Journal of Research* 52 (1–2): 51–62.
- Hacking, Ian. 1990. *The Taming of Chance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Haralambos, Michael in Martin Holborn. 1999. *Sociologija: Teme in pogledi*. Ljubljana: DZS.
- Hartley, John. 1989. *Understanding news*. New York & London: Routledge.
- Hrženjak, Majda. 2002. Biopolitika teles v ženskih revijah. V *Njena (re)kreacija: Ženske revije v Sloveniji*, ur. Majda Hrženjak, 77–90. Ljubljana: Mirovni inštitut.



Inštitut za varovanje zdravja. 2010. *Z gibanjem do boljšega zdravja*. Dostopno prek: <http://ivz.arhiv.over.net/index.php?akcija=novica&n=2216> (5. september 2010).

Ivy, Diana K. in Phil Backlund. 2004. *Genderspeak: Personal effectiveness in gender communication*. New York: McGraw-Hill.

Krpič, Tomaž. 2003. Esej o telesnih dogodkih. V *Raziskovalno delo podiplomskih študentov v Sloveniji*, ur. Martin Klanjšek, 173–183. Ljubljana: Ena znanost.

--- 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.

--- 2003. *Odraščati v kulturi vitkosti: Kako mlade ženske doživljajo nezadovoljstvo s telesom*. *Teorija in praksa* 40 (5): 860–873.

--- 2004. *V imenu lepote: Družbena konstrukcija telesne samopodobe*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Kurdija, Slavko. 2000. *Družbene identitete in pomen potrošnje*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Legan, Jerca. 2002. Ženske revije kot oglaševalski medij. V *Njena (re)kreacija*, ur. Majda Hrženjak, 92–111. Ljubljana: Mirovni inštitut.

--- 2004. *Razgaljena: Žensko branje v Sloveniji*. Ljubljana: ISH.

*Lepa in zdrava*. Dostopno prek: <http://www.lepazdrava.si> (10. februar 2010).

--- 2009. Ljubite svoje telo, 80 (10. marec).

--- 2009. Priprava na smučanje, 2 (10. januar).

--- 2009. Strokovnjaki za vas, 6 (10. januar).

Luthar, Breda. 2002. Homo ludens – Homo šoper. V *Cooltura - uvod v kulturne študije*, ur. Aleš Debeljak, Peter Stankovič, Gregor Tomc in Mitja Velikonja, 245–263. Ljubljana: Študentska založba.

Macdonald, Myra. 1995. *Representing women: Myths of femininity in the popular media*. London: Edward Arnold.

Mandić, Marijana. 2009. Psihologija vitkih žensk. *Lepa in zdrava*, 84–85 (10. julij).

Mauer, Petra. 2009. Postavimo si uresničljive cilje. *Lepa in zdrava*, 14–15 (10. maj).

- Mauss, Marcel. 1996. *Esej o daru in drugi spisi*. Ljubljana: ŠKUC.
- Milej, Laura. 2009. Športno dejavnost je treba dojeti kot del življenja, zabavo sprostitev, zadovoljstvo, smeh druženje. *Cosmopolitan*, 132–133 (april).
- Milek, Vesna. 2004. *Žensko telo v ogledalu množičnih medijev: Kdo nam postavlja merila? Sobotna priloga*, 26–27 (26. junij).
- Nastran-Ule, Mirjana, Anuška Ferligoj in Tanja Rener. 1990. *Ženska, zasebno, politično*. Ljubljana: Znanstveno publicistično središče.
- Nastran-Ule, Mirjana. 1993. *Psihologija vsakdanjega življenja*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
- Norton, Kevin, Timothy Olds, Scott Olive in Stephen Dank. 1996. Ken and Barbie at Life size. *Sex roles* (34): 287–294.
- Pal, Robert. 2009. Vprašanja in odgovori. *Lepa in zdrava*, 39 (10. marec).
- Poler Kovačič, Melita. 2004. *Novinarska (iz)virnost: novinarji in njihovi viri v sodobni slovenski družbi*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Pravst, Metka. 2009. Kako se zaljubiti v vadbo? *Cosmopolitan*, 134 (februar).
- 2009. Miganje z astrologijo. *Cosmopolitan*, 128 (julij).
- 2009. Naj se (ti) rola. *Cosmopolitan*, 130 (november).
- 2009. Preden greš v posteljo pripravi telo na vroč seks. *Cosmopolitan*, 134 (februar).
- 2009. Svoboda v gibanju. *Cosmopolitan*, 142 (december).
- 2009. Za lahek začetek leta. *Cosmopolitan*, 156 (januar).
- 2009. Zakaj so diete skoraj vedno neučinkovite? *Cosmopolitan*, 134 (februar).
- 2009. (Telo)vadba – Kaj ima skupnega z lepoto? *Cosmopolitan*, 134 (april).
- Primorac, Igor. 2002. *Etika in seks*. Ljubljana: Krtina.
- Prichard, Ivanka in Marika Tiggemann. 2005. Objectification in fitness centres: self-objectification, body dissatisfaction, and disordered eating in aerobic instructors and aerobic participants. *Sex Roles: A Journal of Research* 53 (1–2): 19–28.
- Pustovrh, Tina. 2009. Kritična cona. *Lepa in zdrava*, 26–28 (10. junij).
- 2009. Lepe noge in zadnjica. *Lepa in zdrava*, 39 (10. april).
- 2009. Trebušček po vaši želji. *Lepa in zdrava*, 26 (10. junij).

--- 2009. Vsakodnevno moramo telovaditi 30 do 60 minut, da dosežemo učinek za zdravje. *Lepa in zdrava*, 60 (10. maj).

--- 2009. Z žogo do lepega telesa. *Lepa in zdrava*, 31–33 (10. oktober).

--- 2009. Za čvrste noge in zadnjico. *Lepa in zdrava*, 26 (10. januar).

--- 2009. Zazrite se v svoje telo. *Lepa in zdrava*, 26 (10. februar).

Rose N. 1989. *Governing the Soul, The Shaping of Private Self*. London: Routledge.

Shilling, Chris. 1999. The body and difference. V *Identity and difference*, ur. Kathryn Woodward, 65–107. London: The Open University.

Splichal, Slavko. 1988. Izobraževanje, etika in profesionalizacija novinarstva. *Teorija in praksa* 25 (5): 619–624.

Starc, Gregor. 2003. Diskurz vsakdanjih telesnih praks športa med estetiko, moralo in zdravjem. V *Raziskovalno delo podiplomskih študentov v Sloveniji – enaznanost*, ur. Marta Klanjšek, 384–394. Ljubljana: Društvo mladih raziskovalcev Slovenije.

Strelan, Peter, Sarah J. Mehaffea in Marika Tiggemann. 2003. Self-objectification and esteem in young women: The mediating role of reason for exercise. *Sex Roles: A Journal of Research* 48 (1): 89–95.

Šaver, Boštjan. 2003. Foucault, Mauss, Bourdieu o telesnem in vsakdanjem v množični kulturi in športu. V *Raziskovalno delo podiplomskih študentov Slovenije*, ur. Martin Klanjšek, 354–364. Ljubljana: Ena znanost.

Štular, Katarina. 2009. Komaj čakajo na začetek preobrazbe. *Lepa in zdrava*, 36 (10. marec).

--- 2009. Naša dekleta so lažja za 55,6 kg in ožja za 436 cm. *Lepa in zdrava*, 34 (10. julij).

--- 2009. Udeleženke o metodi Linea Snella, o akciji, rezultatih in načrtih za naprej. *Lepa in zdrava*, 36 (10. julij).

--- 2009. Za zdravje gre. *Lepa in zdrava*, 62 (10. marec).

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

Turner, Bryan. 1993. Novejša dogajanja v teoriji telesa. *Časopis za kritiko znanosti* 21 (156–157): 99–120.

Ule, Mirjam. 2000. *Sodobne identitete: v vrtincu diskurzov*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.

Valutni podatki (2009 II – 2010 I). 2010. *Nacionalna raziskava branosti*. Dostopno na: <http://www.nrb.info/podatki/index.html> (14. september 2010).

Vendramin, Valerija. 2002. Primer kulture ženskosti: "Cosmo na delu". V *Njena (re)kreacija: Ženske revije v Sloveniji*, ur. Majda Hrženjak, 77–90. Ljubljana: Mirovni inštitut.

Vidmar, Ksenija. 2001. Ponavljanje pogleda: Ženski žanri v preseku množične kulture. V *Ženski žanri: Spol in množično občinstvo v sodobni kulturi*, ur. Ksenija Vidmar, 11–40. Ljubljana: ISH.

--- 2003. Spolne mitologije v dobi "Globalne kulture". *Delta* 9 (1–2): 35–59.

Vodeb, Roman. 2001. Koncept "mane" v športu – šport kot mana in zdravje kot mana. *Teorija in praksa* 38 (2): 290–306.

Vreg, France. 2000. *Politično komuniciranje in prepričevanje; komunikacijska strategija, diskurzi, prepričevalni modeli, propaganda, politični marketing, volilna kampanj*. Ljubljana: FDV.

Walker, Louis. 1993. How to recognise lesbian: the cultural politics of looking like what are. *Signs: Journal of women in culture and society* 18 (4): 866–91.

Wan, Fang, Ronald J. Faber in Anthony Fung. 2003. Perceived Impact of Thin Female Models in Advertising: A Cross-Cultural Examination of Third Person Perception and its Impact on Behaviors. *Asian Pacific Journal of Marketing and Logistics* 15 (2): 51–73.

White, Kevin. 2002. *An Introduction to the Sociology of Health and Illness*. London: Sage.

Wolf, Naomi. 1991. *The beauty myth: How images of beauty are used against women*. New York: Doubleday.

Zakon o medijih (ZMed-UPB1). Ur.l. RS 110/2006. Dostopno prek: <http://www.uradni-list.si/1/content?id=76040> (5. september 2010).

Želj, Tanja. 2009. Šest bližnjic do bikini telesa. *Lepa in zdrava*, 32–36 (10. junij).

--- 2009. Telo. *Lepa in zdrava*, 34–35 (10. marec).

Žigon, Petra. 2009. Se ukvarjate s kakšnim športom? *Lepa in zdrava*, 10–12 (10. maj).