

**UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

**Peter Pahor**

**Analiza medijskega diskurza o prehranjevanju  
v življenjskostilnih revijah**

**Diplomsko delo**

Ljubljana, 2011

**UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

**Peter Pahor**

**Mentorica:izr. prof. dr. Karmen Erjavec**

**Analiza medijskega diskurza o prehranjevanju  
v življenjskostilnih revijah**

**Diplomsko delo**

Ljubljana, 2011

## **Analiza medijskega diskurza o prehranjevanju v življenjskostilnih revijah**

Medijsko konstrukcijo prehranjevanja obstoječe raziskave analizirajo predvsem v posameznih medijih, redke pa so študije medijske reprezentacije prehranjevanja tako v moških kot ženskih življenjskostilnih revijah. Diplomaska naloga zato poskuša zapolniti to raziskovalno vrzel in odgovoriti na vprašanje, kako tipične moške in ženske življenjskostilne revije reprezentirajo hrano in prehranjevanje ter ali med njimi obstajajo ključne razlike v reprezentaciji. Osrednji del naloge predstavlja analiza dvanajstih števil *Men's Health* in *Cosmopolitan*, ki temelji na metodi kritične diskurzivne analize. Analiza je tako na ravni besedišča kot tudi zapletenejših diskurzivnih praks pokazala, da ti dve reviji zelo očitno delita hrano na dobro (zelenjava, sadje, ribe, vlaknine, pusto belo meso) in slabo (mastna in slana hrana, slaščice, hitra hrana), obenem pa delita ljudi na dobre in slabe glede na hrano, ki jo uživajo. Razlike med *Men's Health* in *Cosmopolitanom* se kažejo predvsem v tem, da pogosteje izpostavljata živila, ki jih že tradicionalno bolj povezujemo z ženskami oziroma moškimi. Razlike pa je opaziti tudi pri tem, kakšne posledice poleg zdravstvenih izpostavljata ti dve reviji pri uživanju nezdrave hrane. Medtem ko *Cosmopolitan* v ospredje postavlja predvsem ženska čustva in samopodobo, pa *Men's Health* eksplicitno poudarja zunanjo podobo, torej kakšne posledice ima lahko domnevno nezdrava hrana za postavo.

**Ključne besede:** novinarski diskurz, življenjskostilne revije, kritična diskurzivna analiza, prehranjevanje

## **Media discourse analysis of nutritional trends in lifestyle magazines**

Existing studies analyze the media representations of eating mainly in individual media while studies of such representations in both male and female lifestyle magazines are rare. This thesis therefore seeks to fill this research gap and answer the question of how the typical male and female lifestyle magazines represent food and nutrition and if there are key differences in representation between them. The central part of the thesis is the analysis of twelve issues of *Men's Health* and *Cosmopolitan* based on critical discourse analysis. The analysis of magazine articles on nutrition in *Cosmopolitan* and *Men's Health* has shown that these two magazines clearly distinguish between good food (vegetables, fruits, fish, fibre, lean white meat) and bad food (greasy and salty foods, sweets, fast food) both on the level of vocabulary as well as on the level of complex discursive practices. At the same time they divide people on good and bad, depending on the food they eat. The differences between *Men's Health* and *Cosmopolitan* are mainly reflected in the fact that the foods which are traditionally more associated with women or men are more frequently classified as supposedly healthy or unhealthy foods. Differences are also reflected in the consequences the two magazines point out, besides health, of eating unhealthy foods. While *Cosmopolitan* emphasizes female emotions and self-esteem more than anything else, *Men's Health* explicitly emphasizes appearance, that is: what consequences can eating supposedly unhealthy foods have on the body.

**Key words:** journalistic discourse, lifestyle magazines, critical discourse analysis, nutrition

## KAZALO

1	UVOD .....	6
2	PRISTOPI K PROUČEVANJU PREHRANJEVANJA .....	8
2.1	Teoretični pristopi k proučevanja prehranjevanju: od zdravja k jeziku .....	9
2.1.1	Nutricionizem: proučevanje hrane spodbudijo vprašanja njene kakovosti .....	9
2.1.2	Funkcionalizem opozori na družbeno vlogo hrane .....	10
2.1.3	Strukturalizem in družbeno pogojen okus.....	10
2.1.4	Razvojno-zgodovinski pristop: prehranjevalne navade oblikujejo družbene spremembe .....	11
2.1.5	Poststrukturalistični pristop: dojemanje hrane prek jezika .....	13
2.1.6	Poststrukturalistični pristop: razmerja moči.....	13
3	REPREZENTACIJE IN DISKURZI .....	15
3.1	Od reprezentacije k diskurzu .....	15
3.1.1	Novinarski diskurz .....	15
3.1.2	Novinarski diskurz pod vplivom političnih in ekonomskih interesov .....	16
4	DRUŽBENA KONSTRUKCIJA ZDRAVEGA PREHRANJEVANJA .....	19
5	MEDIJSKI DISKURZ O PREHRANJEVANJU.....	21
6	ŽIVLJENJSKOSTILNE REVIJE .....	24
6.1	Ženske revije.....	24
6.2	Moške revije .....	25
7	ANALIZA PRISPEVKOV O PREHRANJEVANJU V <i>COSMOPOLITANU</i> IN <i>MEN'S HEALTHU</i> .....	27
7.1	Metodologija.....	27
7.2	Rezultati analize medijskega diskurza o prehranjevanju v <i>Men's Healthu</i> in <i>Cosmopolitanu</i> .....	31
7.2.1	Teme: zdravje, hujšanje, spolnost in hitra hrana.....	31
7.2.2	Navajanje virov: verodostojnih virov je zelo malo .....	33

7.2.3	Oblika v službi skritih pomenov .....	34
7.2.4	Stilno izjemno zaznamovano besedišče .....	37
7.2.5	Zgradba stavka/-ov se nagiba k senzacionalizmu .....	38
7.2.6	Retorični tropi: od živalskih metafor do zlobnega holesterola .....	40
7.2.7	Razlike med <i>Men's Healthom</i> in <i>Cosmopolitanom</i> .....	41
7.3	Diskurzivne prakse: individualizacija zdravega prehranjevanja .....	42
7.4	Družbene prakse: hrana za potrošnike .....	45
8	SKLEP .....	47
9	LITERATURA .....	50

## 1 UVOD

Mediji igrajo tudi na področju prehranjevanja zelo pomembno vlogo. Nedvomno so mediji ključni vir produciranja in reproduciranja različnih diskurzov (Gitlin, 1980) in mesto, kjer ljudje lahko dobijo informacije o primernih prehranjevalnih navadah (Goode, Beardsworth, Haslam, Keil in Sherrat v Chamberlain in Maden 2004). Seveda se lahko ob tem vprašamo, ali jim te informacije koristijo. Obstoječe družboslovne raziskave o poročanju medijev na temo prehranjevanja se ukvarjajo predvsem s posameznimi mediji (Chamberlain in Madden 2004; Davis in Schneider 2010; Hanson 2007), poglobljenih analiz medijske reprezentacije prehranjevanja tako v moških kot ženskih življenjskostilnih revijah pa primanjkuje.

Zato si v diplomski nalogi zastavljamo raziskovalno vprašanje, kako tipične moške in ženske življenjskostilne revije reprezentirajo hrano in prehranjevanje ter ali med njimi pri tem obstajajo ključne razlike. Predpostavljamo, da mediji dajejo prednost predvsem trenutno uveljavljenim standardom zdravega prehranjevanja, ki temelji na t. i. uravnoveženi dieti z veliko sadja in zelenjave, polnovrednimi žitaricami in stročnicami, naravnimi sokovi, ribami in pustim mesom (Tivadar 2009; Chamberlain in Madden 2004). Pri tem življenjskostilne revije ta živila konstruirajo kot dobro hrano, ki je za posameznika zdrava, mastna, slana in sladka živila pa konstruirajo kot slabo hrano, ki je zdravju škodljiva. Te revije tudi z novinarskimi vsebinami o prehranjevanju utrjujejo predvsem prevladujoče standarde lepote, sreče, zdravja ter tradicionalne vloge moških in žensk v družbi.

Svojo tezo bomo podkrepili s kritično diskurzivno analizo izbranih prispevkov v dvanajstih številkah mesečnih življenjskostilnih revij *Men's Health* in *Cosmopolitan*. To metodo smo izbrali, ker ni priročna le za razlago komunikacijskih praks, ki se pojavljajo v prispevkih o prehranjevanju, temveč je po Macdonaldovi (2003, 3) uporabna tudi za odkrivanje, kaj te komunikacijske prakse povedo o razmerjih moči. Namen analize je torej ugotoviti, kakšne diskurze o prehranjevanju ustvarjata ti dve reviji. Gre za dve življenjskostilni reviji, ki redno objavljata novinarske prispevke o hrani in prehranjevanju, hkrati pa igrata – kot življenjskostilne revije na splošno – pomembno vlogo pri oblikovanju samopodobe posameznika in določanju njegovega mesta v družbi (Vendramin 2002).

Teoretični del diplomske naloge predstavlja opredelitev ključnih terminov in konceptov, na podlagi katerih smo zasnovali empirični del. Empirični del pa predstavlja analiza revij *Men's Health* in *Cosmopolitan* v obdobju leta 2007. Za boljše razumevanje, kako življenjskostilne revije pišejo o hrani in prehranjevanju, bomo v drugem poglavju povzeli zgodovino družboslovnega proučevanja hrane in prehranjevanja ter opisali temeljne teoretske pristope. Sledil bo opis življenjskostilnih revij na splošno in izbranih dveh revij bolj podrobno. Da bi lahko v zadnjem delu diplomske naloge empirično ugotovili, kako te revije predstavljajo teme o hrani in prehranjevanju, bomo pred tem podrobneje predstavil širši teoretični okvir konstruktivističnega pristopa, še posebej pa diskurzivni model, ki ga povezujemo s Foucaultom.

## 2 PRISTOPI K PROUČEVANJU PREHRANJEVANJA

Hrana je za sociologijo potrošnje po mnenju Warda (1997, 22) eden najbolj zanimivih predmetov proučevanja. Nakupovanje, njena priprava in potrošnja se namreč, kot piše, prepletajo s številnimi drugimi osnovnimi procesi družbenega življenja. Priprava hrane zahteva ogromno količino časa. Nakupi, načrtovanje, shranjevanje, kuhanje, postrežba in čiščenje so redna opravila, ki jih moramo opraviti, da vsak dan zagotovimo več obrokov. Hrana ima tudi pomemben kulturni vidik, zato jo, kljub temu da je samoumevna biološka potreba, vse bolj povezujemo z življenjskim slogom.

Kot na primer pravi Ford (2000, 47), se moramo zavedati, da obroki niso namenjeni samo prehranjevanju. Hrana je v prvi vrsti res namenjena hranjenju, vendar je tudi odličen pokazatelj zaznavanega družbenega statusa, medtem ko skupni obroki pomembno sooblikujejo družbene odnose. »Hrana se nahaja na stičišču narave in kulture, saj vključuje izbiro v telo vnesti nekaj tujega. Lahko jo identificiramo s točko, kjer se biološka danost ali lakota sreča in postane nerazločna od kulturne danosti ali apetita« (Miller in McHoul 1998, 33).

Kljub ključni vlogi prehranjevanja pri biološkem obstoju posameznika in njegovemu pomenu v družbenem življenju in širše, je prehranjevanje šele v devetdesetih postalo pomembnejše raziskovalno področje sociologije. Kar lahko po Menellu in drugih (1993) pripišemo tudi večji pozornosti do prehranjevalnih problemov tako tretjega kot tudi razvitega sveta. Tu se srečujejo z motnjami v hranjenju, kot so anoreksija, bulimija in debelost, medtem ko se v revnejših delih našega planeta borijo z masovnimi lakotami. Drugi vpliv bi lahko po njihovem mnenju bila profesionalizacija proučevanja prehranjevanja in uvedba dietetike ter povečan pomen preventivne medicine na področju prehranjevanja. Toda povečano zanimanje za sociologijo hrane ima po mnenju Mennella in drugih tudi druge vzroke. »Eden od teh tiči v uveljavljanju sociologije kulture, ki je povezan s prehodom analitične in empirične pozornosti sociologije iz industrializirane proizvodnje na industrializirano potrošništvo« (Menell in drugi 1993, 6).

Družboslovci so se v prvih letih osredotočili predvsem na prehranjevanje, povezano z življenjskimi razmerami v modernih industrializiranih in družbah. Zelo pomembno je postalo vprašanje debelosti in njenih posledic, t. i. boleznih blaginje, kot so nekatere vrste raka in bolezni srca in ožilja. Velika pozornost je prav tako namenjena prehranjevalnim motnjam, kot so debelost, bulimija in anoreksija. Čeprav zadnji veljata za psihiatrični bolezni, se verjetno



ne bi pojavljali v družbah, kjer obstaja pomanjkanje hrane in kjer merila zdravja in lepote ne bi bila kompromitirana.

## **2.1 Teoretični pristopi k proučevanja prehranjevanju: od zdravja k jeziku**

Če združimo ugotovitve Mennella in drugih (1993), Luptonove (1996) ter Beardswortha in Keilove (1997), lahko identificiramo vsaj pet pristopov k proučevanju prehranjevanja: nutricionističnega, funkcionalističnega, strukturalističnega, razvojno-zgodovinskega in postrukturalističnega.

### **2.1.1 Nutricionizem: proučevanje hrane spodbudijo vprašanja njene kakovosti**

Nutricionistični pristop po Luptonovi (1996, 6) prednjači pri raziskovanju prehranjevalnih praks. Kot pišejo Mennell in drugi (1993, 35), se je tovrstno raziskovanje pojavilo okoli leta 1850 v Franciji, Nemčiji in na Nizozemskem, od takrat pa je zelo pridobilo na pomembnosti, deloma zaradi moderne države blaginje. Izvor in vzpon znanosti o prehranjevanju so spodbudili praktični problemi hrane in zdravja, skladiščenja ter prevoza hrane. Pomanjkanje hrane in bolezni med pripadniki delavskega razreda v devetnajstem stoletju so bile politično in javno relevantne težave, kar je pripomoglo k uveljavljanju znanosti o prehranjevanju. Zdravniki, ki so pregledovali ljudi v prenaseljenih barakarskih naseljih, so za visoko smrtnost dojenčkov, bolehnost in podvrženost epidemijam krivili predvsem neprimerno prehranjevanje.

»Drugi pomemben dejavnik pri vzponu znanosti o prehranjevanju je bil razvoj prehranske industrije. Sprejeti je bilo namreč treba državne standarde kakovosti za prehranske izdelke, da bi preprečili morebitne zlorabe. Slaba kakovost hrane je bila v devetnajstem stoletju namreč velik problem,« pišejo Mennell in drugi (1993, 35).

Kasneje so raziskovalci zaradi povečane kupne moči v industrializiranih državah pozornost s tem, ki se navezujejo na pomanjkanje hrane, kot sta lakota in slaba kakovost hrane, preusmerili predvsem na teme, povezane s preobiljem in prenajedanjem. Zato strokovnjaki za prehrano poskušajo uveljaviti standarde zdrave hrane in javnost nagovarjajo k zdravi in uravnoteženi dieti. Njihov vpliv se je po Mennellu in drugih tako na nacionalni kot mednarodni ravni povečal tudi zaradi stalnega naraščanja družbene vrednosti, ki se nanaša na hrano, zdravje in fizično lepoto (1993, 36).

Ker ta pristop teži k zelo instrumentalističnemu pogledu na hrano in hranjenje, povezujoč navade in nagnjenja z anatomskim delovanjem človeškega telesa, kritiki opozarjajo, da povsem zanemarljivo družben vpliv na prehranjevalne vzorce.

### **2.1.2 Funkcionalizem opozori na družbeno vlogo hrane**

Po Beardsworthu in Keilovi za funkcionalistični pristop velja, da gradi na podobnosti družbe z živim organizmom. »Tako, kot je človeško telo sestavljeno iz določenih organov, ki opravljajo svojo nepogrešljivo in edinstveno vlogo pri ohranjanju organizma pri življenju, tako je tudi družba sestavljena iz niza struktur in institucij, ki prispevajo k povezanosti in nadaljnjemu razvoju družbenega sistema« (Beardsworth in Keil 1997, 58). Ta pristop k prehranjevanju se osredotoča predvsem na vlogo hrane pri vzdrževanju družbenih struktur, na primer, kako prehranjevalne prakse podpirajo kooperativno vedenje ali sorodstvene strukture v manjših skupinah (Lupton 1996, 8).

Ena najbolj vidnih predstavnic te smeri je učenka antropologa Bronislawa Malinowskega Audrey Richards, ki je proizvodnjo, pripravo in potrošnjo hrane umestila v družbeni in psihološki kontekst, da bi s tem pokazala, kako v južnoafriških plemenih, ki jih je proučevala, ti procesi vplivajo na medosebne odnose in strukturo družbene skupine. Richardsonova (v Mennell in drugi 1993, 7) je ugotovila, da je iskanje hrane spodbudilo sodelovanje med posamezniki, priprava hrane in njena potrošnja pa sta igrala pomembno vlogo pri vzdrževanju družbenih struktur v skupinah.

Funkcionalistični pristop je izzval ogorčene kritike, ki so mu zaradi poudarjanja stabilnosti in povezovanja očitale predvsem izrazito statični pogled na družbene odnose, medtem ko naj bi mu pri razlagi konfliktov in sprememb v družbenih sistemih spodletelo. Slednji so po Beardsworthu in Keilovi (1997, 58) sposobni daljnosežnih sprememb, zato je predpostavka nespremenljivih in neizogibnih funkcionalnih potreb precej neverjetna.

### **2.1.3 Strukturalizem in družbeno pogojen okus**

Veliki plus strukturalističnega pristopa je po Mennellu in drugih (1993, 8) spoznanje, da je okus kulturno pogojena in družbeno nadzorovana dimenzija. Zatorej se strukturalizem izogiba vnaprejšnjemu biološkemu redukcionizmu in implicitnemu etnocentrizmu funkcionalističnega pristopa.

Strukturalizem se je uveljavil v sociologiji hrane in prehranjevanja predvsem prek del Clauda Levi-Straussa in Mary Douglas ter semiologa Rolanda Barthesa. V nasprotju z utilitarističnim nagnjenjem socialnih strokovnjakov za prehrano (ang. social nutritionists) in funkcionalistov so se strukturalisti osredotočili bolj na estetske vidike hrane in prehranjevanja – ali kot bi dejal Fischler: »medtem ko funkcionalisti gledajo na hrano, strukturalisti raziskujejo kuhinjo« (Fischler v Menell in drugi 1993, 8).

Estetski vidik hrane je po Douglasovi (v Menell in drugi 1993, 9) jasno ločen od prehranjevalnih vidikov in je podvržen vzorčnim pravilom, kot veljajo na primer v poeziji, glasbi ali plesu. Douglasova še dodaja, da lahko razlago kateregakoli takega pravila najdemo le v njegovem prispevku vzorcu, ki ga pomaga ustvariti. Zato lahko po Levi-Straussu (prav tam) v kulinariki prepoznamo družbene strukture, saj je kulinarika določene družbe neke vrste jezik, v katerega ta družba prevede svojo strukturo in prek katere lahko prepoznamo njena skrita protislovja. Strukturalizem je od Levi-Straussa naprej posvečal več pozornosti raznolikosti kot univerzalnosti. Po Menellu in drugih je odvrnil pozornost od človekove narave, »ki ji ni zaupal«, in ravno zato je v študiju človeškega prehranjevanja prevladal kulturni relativizem (Menell in drugi 1993, 9).

Kritiki strukturalizmu zato očitajo, da je z osredotočanjem na hrano kot obliko komunikacije spregledal ključne povezave, ki artikulirajo procese človekovega prehranjevanja kot celote. Kot opozarja Goody (v Beardsworth in Keil 1997), pristop posledično ne izpostavlja dovolj dobro povezav med proizvodnjo in porabo hrane ter širšim ekonomskim redom, pa tudi ne vpliva hierarhično organizirane človeške družbe ter bioloških in klimatskih dejavnikov.

#### **2.1.4 Razvojno-zgodovinski pristop: prehranjevalne navade oblikujejo družbene spremembe**

Predstavniki razvojno-zgodovinske smeri so po Beardsworthu in Keilovi (1996, 65) bolj kot enovito in skladno teorijo o prehranjevanju oblikovali skupino pristopov, ki poskuša kulturne vzorce razumeti s tem, da jih umesti v zgodovinski okvir. Lep primer je Mennellova študija oziroma primerjava prehranjevalnih vzorcev v Angliji in Franciji, ki jo je utemeljil na ugotovitvah sociologa Norberta Eliasa. Ta je raziskoval spremembe v oblikovanju osebnosti in oblik kulturnega izražanja v Evropi od srednjega veka naprej in jih povezal s širšimi procesi spreminjanja družbene strukture, posebno notranje pomiritve (ang. pacification) teritorialnih napetosti v procesu oblikovanja nacionalnih držav. Mennell je od Eliasa prevzel razumevanje, kako večje družbene, politične in ekonomske spremembe oblikujejo izražanje

čustev, običajev, okusov in življenjskih slogov ter to uporabil za razlago sprememb v prehranjevalnih navadah in priljubljenosti določene kuhinje. Mennelov argument je, da sta okus in celo apetit oblikovana na enak način, kot Elias razlaga oblikovanje strukture osebnosti bolj na splošno. V novem veku se je v Evropi oskrbljenost s hrano izboljšala, razvoj trgovine, diferenciacija dela in proces nastanka držav ter notranja pomiritev pa so izboljšali zanesljivost in varnost zalog hrane (Menell in drugi 1993, 17).

*Nenehen napredek je pomenil, da so širši deli družbe bili sposobni posnemati elito, ki se je takrat od ostalih razlikovala po neznanskemu apetitu. Ko pa so zaloge hrane postale bolj obilne in zanesljive, se je aristokratsko »napihovanje« končalo. Ta način vzpostavljanja distance med njimi in povzpetniki takoj za njimi v družbeni hierarhiji je dosegel svojo fizično mejo. Velikanske pojedine so postale vulgarne, prefinjene pojedine pa simbol dobrega okusa. Samokontrola je postala bolj cenjena od surove sposobnosti basanja. To se je posledično izrazilo v družbenem neodobravanju debelosti in posebno za ženske v družbenem pritisku po samokontroli (Menell in drugi 1993, 15).*

Temeljna predpostavka razvojno-zgodovinskih pristopov je torej, da mora vsak resnejši poskus razumevanja sodobnih kulturnih oblik ali vzorcev družbenih odnosov upoštevati načine, kako se le-ti nanašajo na pretekle oblike (Beardsworth in Keil 1997, 65).

Tudi na avtorje, ki jih lahko uvrstimo v razvojno-zgodovinsko teoretsko smer, letijo kritike, da so z osredotočanjem na določene vidike prehranjevanja zapostavili druge. Kot opozarjata Beardsworth in Keilova (1997, 69), so ti avtorji pri proučevanju simbolnih razsežnosti hrane in prehranjevanja premalo upoštevali dejstvo, da ko posameznik jé, ne porablja le simboličnih sestavin živila, temveč tudi njegove fizikalne sestavine in hranilne snovi. Te hranilne snovi pa lahko tudi dejansko povzročijo fiziološko sitost, kar druge dobrine ne morejo. Zato za družbeno konstruirane vidike apetita vedno obstajajo tudi fizične omejitve. Tudi če bi namreč posebno živilo (ostrige, na primer) obravnavali kot statusni simbol, se je treba zavedati, da lahko posameznik zaužije le omejeno količino živil, saj ga lahko v nasprotnem primeru telo zavrne. »Za razumevanje sprememb, ki potekajo na širšem področju ideologije potrošnje in potrošništva, moramo zato vsaj pri prehranjevanju vedno upoštevati tudi njegove posebnosti« (Beardsworth in Keil 1997, 69).

### 2.1.5 Poststrukturalistični pristop: dojetanje hrane prek jezika

Poststrukturalistična teoretska smer se naslanja predvsem na predpostavko, da sta naše znanje in vedenje družbeno konstruirana in ključno vlogo pri proizvodnji pomenov pripisuje jeziku. Po Luptonovi (1996, 12) poststrukturalizem to predpostavko kombinira s kritičnim poudarkom o vlogi širšega zgodovinskega in političnega konteksta, znotraj katerega so pomeni producirani in reproducirani.

*Koncept diskurza, vzorčnega sistema jezika in praks okoli fenomenov, kot so tudi hrana, prehranjevanje in utelešenje, je uporaben način razumevanja produkcije in reprodukcije pomena. In ravno prek teh diskurzov v kombinaciji s čutnimi in utelešenimi izkušnjami (ang. sensual and embodied experiences) posamezniki začnejo razumevati sebe, svoja telesa in svoj odnos do hrane in hranjenja. Seveda ima hrana v prvi vrsti fizično pojavnost, ki jo zaznavamo prek svojih čutil: vonja, okusa, vida, dotika in včasih sluha (na primer cvrčanje ocvrte hrane). Jezika in diskurza nujno ne potrebujemo, da bi doživeli hrano. Kljub temu pa sta jezik in diskurz ključna pri konstruiranju pomenov o hrani – kako interpretiramo in izražamo drugim svoje čutne izkušnje pri pripravi, dotikanju in hranjenju – in hkrati oblikujeta naše čutne odzive (Lupton 1996, 12).*

Poststrukturalistični avtorji razmerjem moči, skritim v diskurzih o hrani in prehranjevanju, ne namenjajo večje pozornosti. Prvenstveno jih namreč zanimajo predvsem procesi proizvodnje znanj in resnic (in katerim ciljem služijo), ne da bi se pri tem za izhodišče vzeli teorijo zarote države, to je pristopa, ki vlogo državnih institucij vidi v zatiranju velike večine prebivalstva in ohranjanju privilegiranega statusa elite. Teoretiki poststrukturalizma trdijo, da so razmerja moči, skrita v proizvodnji in potrošnji hrane, sicer pomembna, vendar moči ne smemo nujno jemati kot represivno silo, »temveč kot premoženje, ki prežema vse vidike družbenega življenja in je zato ni mogoče odstraniti« (Lupton 1996, 13–14).

### 2.1.6 Poststrukturalistični pristop: razmerja moči

Razmerja moči so po teoretikih poststrukturalizma torej skrita tudi v proizvodnji in potrošnji hrane. Poststrukturalistična paradigma znotraj sociologije hrane in hranjenja izhaja iz predpostavke, da se subjektivnost konstruira in izkuša skozi občutenje telesa in obratno. Na

prehranske preference posameznikov, predvsem pa na dejanske izbire hrane, po poststrukturalistih ključno vplivajo predstave o velikosti in obsegu telesa, njegovih »potrebah« in na znanju o tem (Aleksić 2001, 313).

Pri tem se avtorji opirajo predvsem na Foucaultove »prakse in tehnologije sebstva«; načine, kako posamezniki ponotranjajo vedenjske obrazce in pravila, emocije in prepričanja ter jih uporabljajo v vsakdanjem življenju. »V praksah sebstva se fizični fenomeni in diskurzi sprejemajo kot del projekta graditve in izražanja subjektivnosti. Relevantnosti diskurza kot preučevalni poti koncept praks sebstva pojasnjuje, zakaj posamezniki prostovoljno sprejemajo prakse in reprezentacije in zakaj se emocionalno zavežejo določenim položajem znotraj diskurza« (Lupton v Aleksić 2001, 314).

Posameznik, ki s svojim telesom ne zadosti dominantnim medijskim predstavam o zdravi in lepi, predvsem pa vitki postavi, je označen za osebo s premajhno stopnjo samo - nadzora, je »avtor nerealiziranega projekta«, je torej družbeno neuspešen. Strogi dietetični režimi namreč izkazujejo visoko stopnjo samo - nadzora, katerega znak je prav vitko telo. »Debelost pa, nasprotno, kaže na požrešnost, hedonizem, predvsem pa na pomanjkanje samo - nadzora in samo – discipline« (Lupton v Aleksić 2001, 315).

### **3 REPREZENTACIJE IN DISKURZI**

Ker se bo naša analiza medijskega diskurza prehranjevanja v življenjskostilnih revijah opirala v glavnem na teoretsko smer poststrukturalizma, bomo podrobneje predstavili še nekatere ključne teoretske pojme, na katerih ta sloni. To so predvsem jezik in družbena konstrukcija, reprezentacija ter diskurz. Naloga namreč temelji na konstruktivističnem pristopu in še posebej na diskurzivnem modelu, ki ga povezujemo z Michelom Foucaultom.

#### **3.1 Od reprezentacije k diskurzu**

V konstruktivističnem pristopu je ključni koncept za razumevanje družbene realnosti zavzel koncept reprezentacije, ki jo Stuart Hall (2004, 35) definira kot ključni del procesa, v katerem člani iste kulture proizvajajo pomene in si jih izmenjujejo s pomočjo jezika, znakov ter podob, ki štejejo za stvari ali jih predpostavljajo. Foucault je (v Hall 2004) problem reprezentacije razširil z iskanja vrednosti na iskanje pomena prek nečesa, kar je imenoval diskurz. »Zanimala so ga pravila in prakse, ki proizvajajo smiselne izjave in reguliran diskurz v različnih zgodovinskih obdobjih. Z diskurzom je Foucault mislil skupino izjav, ki zagotavljajo jezik, s katerim govorimo o določeni temi v določenem zgodovinskem trenutku ... Pri diskurzu gre za proizvodnjo vrednosti prek jezika« (Hall 2004, 65). MacDonaldova (2003, 1) se pri definiciji diskurza prav tako opira na delo Foucaulta in diskurz opredeli kot sistem komunikacijskih praks, ki se v celoti nanašajo na širše družbene in kulturne prakse in nam pomaga oblikovati določene vzorce mišljenja. Ti sočasni in dovzetni za razpravo, kar pomeni, da lahko diskurz bolj kot neko nesprenljivo trditev razumemo kot proces ustvarjanja pomena. In to praviloma, kot pojasnjuje Stankovič (2002, 345), na način, ki odraža razmerja moči. Diskurzi so torej neločljivo povezani z interesi družbeno močnih posameznikov in družbenih skupin (Erjavec in Poler Kovačič 2007, 17) ter prek tega z odnosi moči in socialnimi, kulturnimi ter družbenoekonomskimi razmerami, saj so diskurzi tisti, ki določajo, kdo je pooblaščen za izrekanje sodb ali mnenj o določenem pojavu.

##### **3.1.1 Novinarski diskurz**

Novinarski diskurz je vsak avtorski tekst v zapisani, zvočni ali slikovni obliki, ki je občinstvu predstavljen kot verodostojna izjava ali zapis o doslej neznanem pojavu dejanskega družbenega sveta (McNair 1998, 4). Tako kot vsak diskurz tudi novinarski diskurz »stoji v

odnosu do sveta in konkretizira določen projekt obstanka v svetu« (Miščević v Košir 1988, 11). Kot ugotavlja Koširjeva (1988, 13), se novinarski diskurz udejanja v množičnih medijih, ki »so(omogočajo) javno komuniciranje«. Mediji pa nikjer niso avtonomni, temveč so povsod podsistemi dominantnih političnih in ekonomskih sfer, kar usodno vpliva na novinarski diskurz in njegov odnos do stvarnosti.

McNair (1998, 7) ugotavlja, da je novinarstvo kot avtorska pripoved istočasno ideološka sila, ki ne komunicira le dejstev, temveč tudi načine, kako naj ta dejstva razumemo in jih interpretiramo. In ker skoraj vedno obstaja več načinov razumevanja tudi na videz najbolj nevtralnih dejstev, je zato novinarstvo arena za tekmovanje med različnimi načini interpretacije. »Novinarstvo je kljub vsem zavezam o resnicoljubnosti v prvi vrsti konstrukt: intelektualni izdelek, ki vsebuje tehnološko, ekonomsko, politično in kulturno zgodovino družb, znotraj katerih nastaja in se ga na da pojasniti brez poznavanja te zgodovine in pravilno razumeti brez konteksta, ki ga ta zgodovina zagotavlja« (McNair 1998, 12).

Novinarski diskurz po McNairu (1998, 13–14) oblikuje pet družbenih dejavnikov: profesionalna kultura (etika, estetski kodi in konvencije) in organizacijske omejitve (npr. roki za oddajo), ekonomski pritiski (zahteve lastnikov in tržni vplivi), politični pritiski (cenzura, lobiranje in regulacija), tehnološke zmogljivosti in omejitve (tehnike elektronskega zbiranja novic, vpliv interneta) ter vplivi taktik in strategij novinarjevih virov (vpliv PR agencij in izvenmedijskih akterjev, ki želijo vplivati na medijske izdelke). Uspeh ali neuspeh novinarstva v končni fazi po mnenju Richardsona (2007, 7) presojava po tem, kako uspešen je v vlogi, ki so mu jo ljudje zaupali: ali jim torej pomaga bolje razumeti svet in njihov položaj v njem (Richardson 2007, 7).

Kot piše Jontes (2010, 132), bo za uspešno prihodnost tiskanih medijev in klasičnega novinarstva pomembna tudi prilagojena novinarska kultura, ki bo namesto zgolj zaverovanosti v svoje ideale sposobna naloviti izzive spreminjajočega se tehnološkega in tudi ekonomskega okolja. »Kriza novinarstva, o kateri se zadnja leta veliko govori, še posebej v novinarskih učbenikih, je tako predvsem kriza dominantne novinarske ideologije in boj za označevanje, kaj novinarstvo je oziroma kaj bo v prihodnje« (Jontes 2010, 132).

### **3.1.2 Novinarski diskurz pod vplivom političnih in ekonomskih interesov**

Mediji so danes po Gitlinu (1980, 2–4) osrednje mesto produciranja in reproduciranja različnih diskurzov. Seveda ne katerih koli, saj so novinarske prakse vpete v ekonomske in politične interese medijskih družb, ki določajo, katere verzije realnosti bodo prevladale nad



drugimi. Na ustvarjanje novic poleg procesa zbiranja informacij vplivajo tudi novičarski kriteriji, ki določajo primernost dogodka za objavo in so del izobraževalnega programa novinarskega študija. Med ključnimi novičarskimi kriteriji teoretiki danes izpostavljajo predvsem širino vpliva, časovno in geografsko bližino, prominentnost, novost, nenavadnost in konfliktnost. Vendar pa že dolgo velja, da novičarski kriteriji niso nekaj absolutnega, temveč precej odvisni tudi od družbenih norm in vrednot ter vse bolj tudi političnih in ekonomskih interesov medijev. Kot namreč poudarja Gitlin (1980, 268), stereotipi o tem, kaj je novica, še zdaleč niso nespremenljivi. Novica je po njegovem mnenju pravzaprav lahko karkoli, če se le tako odločijo v medijskih hišah. Zato lahko trdimo, da je definicija novice kulturno in historično pogojena in zato odprta za različne interpretacije. Kljub precej razširjenemu prepričanju, da je objektivnost v novinarstvu mogoča, je katerikoli poskus natančne definicije novice po njegovih besedah obsojen na neuspeh. »Vprašajte poročevalca, kaj je novica, in zelo verjetno bo začel razlagati, da je to nekaj, kar je pomembno, ali nekaj, kar je zanimivo in novo. Ko te razlage soočimo s konkretnimi primeri in protiargumenti, se razkrijejo njihovi precej majavi temelji. Novinarji tako kaj kmalu priznajo, da je to, kaj je zanimivo, odvisno od tega, kdo to sploh sprašuje, od situacije ali od novinarske presoje« (Gitlin 1980, 268).

Lutharjeva (2001, 201–208) gre pri tem tako daleč, da pravi, da so ideologija objektivnosti ali njeni podelementi uravnoteženost, aktualnost in nepristranost le samopredstava novinarskega poklica. Ki lahko sicer tem principom zadosti s spoštovanjem žurnalističnih proceduralnih pravil, pri čemer pa ne smemo spregledati cele vrste retoričnih orodij, da posreduje sporočilo, ki mora ostati skrito na nivoju zgodbe prvega reda. Od t. i. zunanjih glasov intervjuvancev, ki jih umešča v prispevek tako, da skozi njihova usta posreduje svoje sporočilo, do retoričnih orodij za implicirano izjavljanje. Zato novinarjem po njenem mnenju bolj kot reprodukcija realnosti (ideal objektivnosti) uspeva reprodukcija normalnosti, ki se odvija tako, da poskušajo mediji kulturno proizvedene pomene, kar bi bila lahko v našem primeru trenutno uveljavljena definicija zdravega prehranjevanja, spremeniti v nekaj, kar je naravno in nespremenljivo.

Novinarstvo je po Bourdieuju (2001, 64) vse bolj tudi na udaru trga, bodisi neposredno preko sankcije odjemalcev bodisi preko sankcije meritev odzivnosti<sup>1</sup>. Nad uredniki in novinarji je torej stalno prisoten pritisk podatkov branosti, gledanosti in poslušanosti ter prodaje, ki ga je vedno bolj čutiti tudi na relaciji med vodstvenim delom medijske hiše in uredniškim oziroma novinarskim delom. Poleg tega je po Bourdieuju v uredništvih vseskozi prisotna tudi

---

<sup>1</sup> Če je to veljalo let 1996, ko je nastalo besedilo, ki se v originalu glasi *Sur la television*, velja danes le še bolj.

zaskrbljenost, kaj počne konkurenca, zato da bi se izognili napakam, ki so jih naredili oni, in tako izkoristili njihove neuspehe, da bi skušali prevzeti tisto, kar jim je domnevno prineslo uspeh. »Na tem področju, pa tudi na drugih, tako konkurenca še zdaleč ne vodi v izvirnost in raznolikost, ampak pogosto podpira uniformnost ponudbe, o čemer se zlahka prepričamo, če primerjamo vsebine večjih tednikov ali pa najbolj spremljanih radijskih oziroma televizijskih programov« (Bourdieu 2001, 64).

Vdor tržne logike v novinarstvo ima po Hardtu (v Erjavec in Poler Kovačič 2007, 109) za novinarsko sporočanje resne posledice: pojavi se nov sistem zbiranja in distribucije informacij, ki zagotavljajo temelj družbenega in političnega odločanja. Vzroke za komercializacijo novinarskih vsebin najdemo v vseh fazah sporočanja procesa, proizvod pa ne zadošča zahtevam za razvrščanje besedil med novinarska.

Zatakne se že v fazi zbiranja informacij, saj vedno bolj prevladujejo medijem posredovane informacije, ki so praktično zastoj in uredništvu omogočajo, da z minimalnimi stroški oblikujejo vsebine za na trg. Kot opozarja McManus (v Erjavec in Poler Kovačič 2007, 110), novinarjeva pasivna vloga pri zbiranju informacij pomeni, da v sporočilih, ki se kažejo kot novinarska, korist vira prevlada pred koristjo javnosti.

Tudi pri izboru samih dogodkov in dejstev komercializacija škodi koristim javnosti, saj novinarske odločitve vedno bolj temeljijo na tržnih raziskavah o tem, kakšne vrste stvari si javnost želi izvedeti, ne pa na profesionalnih novinarskih ekspertizah o tem, kaj mora vedeti (Iggers v Erjavec in Poler Kovačič 2007, 110).

Kot pišeta Koširjeva in Poler Kovačičeva (v Erjavec in Poler Kovačič 2007, 111), tržni vplivi zaznamujejo tudi tretjo fazo sporočanja procesa, v kateri novinar med drugim izbira žanr, jezik in stil pisanja. Po njunem mnenju je značilno, da tržno naravnani novinar informacij pogosto ne premisli profesionalno, ampak jih naslovnikom nekritično posreduje kot »svoje« – novinarske – torej »premišljene« informacije.

Kot se je slikovito izrazil Hartley, bi lahko bi sklenili, da je danes novinarstvo najmanj popačeno, saj je njegovo sklicevanje na resnico v nasprotju z njegovo zmožnostjo posredovanja resnice. »Novinarstvo bi lahko obtožili profesionalne hipokrizije ali vsaj namerne slepote v svojo lastno škodo« (Hartley 2004, 186).

#### 4 DRUŽBENA KONSTRUKCIJA ZDRAVEGA PREHRANJEVANJA

Hrana je postala poglavitna skrb sodobnega potrošnika. Nakup, priprava hrane, vrednotenje živil, upoštevanje strokovnih, zdravstvenih in dietetskih pravil ter estetskih norm pri pripravi in zaužitju hrane zahtevajo absolutni angažma potrošnika-konzumenta (Bedenik 2006, 10). Tu bi lahko dodali, da ne gre samo za časovni, temveč v veliki meri tudi finančni angažma, zato je tako pomembno, kakšna opredelitev zdravega prehranjevanja se bo uveljavila v družbi. Za opredelitev zdravega se po Kaminovi (2006, 11) borijo različni akterji, za katere bi lahko ugotovili, da ima vsak svoje interese. Zato je po njenem mnenju zdravje (in lahko bi trdili, da tudi zdravo prehranjevanje) biološko-družbeno-kulturni produkt in konstrukt, ki ima veliko različnih pomenov, čeprav bi ga posamezni akterji najraje prikazali kot naraven in nevtralen koncept.

Družbeno konstrukcijo zdravega prehranjevanja na zanimiv način kritično osvetli predvsem Blanka Tivadar (2009) z analizo nasvetov za kuhanje in zdravo prehrano v reviji *Naša žena*, ki so bili objavljeni v obdobju od 1949 do 1980. V prispevku nedvoumno prikaže, da definicija zdravega prehranjevanja še zdaleč ni dokončna in univerzalna, ampak se lahko skozi čas bistveno spreminja. Ali kot pravi Tivadarjeva (2009, 8): »Tako kot nasveti za kuhanje niso le praktični napotki, kako narediti hrano bolj užitno z delovanjem toplote, tudi nasveti za zdravo prehrano niso le objektivne informacije o znanstvenih dognanjih.« Da so zdravstveni oz. prehranski nasveti družbeno konstruirani in torej niso plod objektivne/čiste resnice, je po Tivadarjevi (2009, 8) v sociologiji že truzem, čeprav producenti in tvorci zdravstvenih politik še vedno menijo drugače.

Kot ugotavlja Tivadarjeva (2009, 21–22), so nasvetom za zdravo prehrano v analiziranem obdobju skupna štiri prepričanja: da prehrana močno vpliva na zdravje, da je zdrava prehrana uravnotežen sistem kemičnih sestavin, da je zdravo prehranjevanje velika odgovornost in da je nosilka te odgovornosti ženska – žena – mati.

*In razlike? Mnenje o tem, kaj sestavlja zdravo prehrano, se je spreminjalo vsaj vsakih deset let: od raznovrstne in količinsko zadostne prehrane prek velikega poudarka na beljakovinah in vitaminih do demoniziranja sladkorja in maščob, glorificiranja sadja in zelenjave ter enačenja ekološko pridelane in zdrave hrane. Argumenti za zdravo prehranjevanje so bili podani na tri različne načine: konec štiridesetih let je bilo treba jesti zdravo zato, ker naj bi samo zdravi ljudje lahko učinkovito delali in s svojim delom zgradili novo, pravično državo, ki naj bi vsem jugoslovanskim narodom omogočila*

*vsestranski razvoj. Od konca petdesetih do konca sedemdesetih je Naša žena smiselnost zdrave prehrane še vedno utemeljevala s sposobnostjo za delo, a brez eksplicitnega sklicevanja na pravice države, do konca osemdesetih pa je k sposobnosti za delo dodala še moralno dolžnost, dobro počutje, samouresničevanje in užitek (Tivadar 2009, 21–22).*

## 5 MEDIJSKI DISKURZ O PREHRANJEVANJU

Dosedanje raziskave medijskega diskurza o prehranjevanju so se osredotočile bodisi na pokrivanje te teme v posameznih moških ali ženskih življenjskostilnih revijah (Aleksander 2003; Crawshaw 2007; Hanson 2007; Davis in Schneider 2010) bodisi na medijsko pokrivanje ženskih oz. moških prehranjevalnih navad v več publikacijah (Gough 2006; Chamberlain in Maden 2004).

Pregledane raziskave ugotavljajo, da sta prehranjevanje in zdravje tradicionalno v domeni žensk, zato je tudi analiz medijskih tekstov na temo žensk in prehranjevanja več kot analiz o prehranjevanju moških. Tistih nekaj analiz medijskega diskurza prehranjevanja moških (Gough 2006; Crawshaw 2007; Hanson 2007) je pokazalo, da je pokrivanje te teme tesno povezano s hegemonskimi definicijami moškosti in zato precej različno kot v primeru žensk. Analize *Men's Healtha* so tako ugotovile prevladujoče teme, kot so nagovarjanje h kurjenju maščob in gradnji mišic (Labre v Gough 2006) ter hranjenju z mesom, pitju piva in preganjanju žensk (Gough 2006, 328).

Ena pomembnejših ugotovljenih razlik med dietami v *Men's Healthu* in dietami v *Cosmopolitanu* je tudi ta, da prve stremijo predvsem k čvrstemu, druge pa k vitkemu telesu. Čvrsto telo posamezniki dobijo s krepitvijo mišic in zmanjševanjem telesne maščobe. Medijske analize so pokazale, da moški pazijo na dieto, ker bi v prvi vrsti radi učvrstili svoje telo, ne pa zato, ker bi bili zaskrbljeni za svoje zdravje (Aleksander 2003, 543).

Ena od značilnosti revije *Men's Health* je tudi ta, da se ukvarja v večinoma z zdravstvenimi in življenjskostilnimi težavami, ki jih lahko posameznik zlahka reši, medtem ko spregleda resnejše grožnje zdravju, za katere ni hitrih rešitev. *Men's Health* tako bralcem riše popačeno sliko težav, s katerimi se lahko v realnosti srečajo. »To pa zato, ker je ustvarjanje občutka kontrole nad vsem prodajna prednost revije, ki je zato pod velikim pritiskom, da predstavlja probleme, ki jih lahko posamezniki hitro in zlahka rešijo. Sistemski, socialni in politični problemi, ki terjajo več let za rešitev ter kulturne in politične spremembe, se v tej reviji ne pojavljajo« (Hanson 2007, 17).

Kot ugotavljajo raziskave, po eni strani srečamo predstave o moških, ki se redko zmenijo za zdravo prehranjevanje, po drugi strani pa predstave moških, ki se vedno bolj zanimajo za zdravo prehrano. Na splošno je analiza *Men's Healtha* pokazala, da je zdravo prehranjevanje še vedno predvsem v domeni žensk, skrb za zdravo prehranjevanje je predstavljena kot nekaj poženščenega, kar pojasnjuje odpor moških do zdravega prehranjevanja (Gough 2006, 328).

Tudi ko se v revijah pojavijo teme o zdravem prehranjevanju moških, kar je že samo po sebi na nek način nekaj revolucionarnega, se njihova obravnava vseeno ne more osvoboditi tradicionalnih definicij moškosti. So pa kljub temu, da so predstavljeni kot glavni v kuhinji z očitnimi preferencami do mesa in odporom do ženskih diet, moški včasih konstruirani kot ranljiva bitja s hudimi zdravstvenimi težavami, kar pomeni odmik od hegemonskih idealov moškosti, njihove inteligence, moči in nadzora. »Toda kljub opozorilom o hudih zdravstvenih težavah zaradi slabih prehranjevalnih navad je vprašanje zdravega prehranjevanja trivializirano in zasmehovano v mnogih medijskih tekstih, tako da lahko moškim na koncu njihovo nevednost celo opravičimo in podpiramo njihove slabe prehranjevalne navade« (Gough 2006, 328).

Nevednost pa ni pripisana samo moškim, temveč očitno tudi ženskam, ki naj bi jim bilo zdravo prehranjevanje načeloma bolj blizu. Raziskava petih cenejših ženskam namenjenih novozelandskih publikacij (The Australian Women's Weekly, Women's Day, Family Circle, Weight Watchers, Australian Slimming), je namreč pokazala, da revije svoje bralke nagovarjajo kot nevedne potrošnice, ki jih je potrebno izobraziti (Chamberlain in Maden 2004, 588). V prispevkih o hrani in prehranjevanju izstopata predvsem znanstveni diskurz, ki znanstvena dejstva legitimira kot edina relevantna za ženske, zato jih morajo te pri prehranjevalnih praksah upoštevati in se naučiti, katera živila naj in katera naj ne uživajo, ter biomedicinski diskurz, ki telo definira kot stroj, ki zahteva vzdrževanje – kako naj se vzdržuje, pa vedo strokovnjaki, kar spet predpostavlja, da je ženska nevedna (Chamberlain in Maden 2004, 588). Biomedicinski diskurz in z njim povezana terminologija, kot so na primer kancerogene snovi, hormonsko povezana rakava obolenja, celična komunikacija, imunski sistem, žilne funkcije, je v besedilih močno prisoten. Uporabljena terminologija telo konstruira kot skupek sestavnih delov, ki jih je treba pravilno vzdrževati, in onemogoča, da bi naj gledali kot na celoto (Chamberlain in Maden 2004, 590). Ta prehranjevalna pravila v povezavi s pogostnim sklicevanjem na zdravo dieto namigujejo na obstoj zdrave diete. Kljub temu pa obstoj in definicija zdrave diete v tekstih nista nikoli eksplicitno poudarjena (Chamberlain in Maden 2004, 591).

Ne glede na to se od posameznikov za mizo pričakujejo jasni prehranjevalni vzorci. Piramide zdravega prehranjevanja so bile razvite in uporabljene, da bi ljudi prepričali v uživanje veliko žitaric, kruha, sadja in zelenjave ter omejili porabo sladkorja, masla in olja. Te prakse poskušajo pozornost preusmeriti iz vprašanj slabega zdravja, ki je recimo posledica socialnih in družbenih razlik, na slabo zdravje, za katerega je odgovoren posameznik. Od posameznikov se zato pričakuje, da so pozorni in pazljivi pri prehranjevanju ter da spremljajo

svojo telesno težo in splošno zdravstveno stanje, da bi se na ta način izognili prekomerni telesni teži in s prehranjevanjem povezanim boleznim (Chamberlain in Maden 2004, 585).

Nezdravo vedenje je po ugotovitvah ene od raziskav (Davis in Schneider 2010) vedno bolj upodobljeno kot delovanje v nasprotju s posameznikovo dobrobitjo, saj prehranjevanje s premastno hrano ali živili s premalo vlakninami lahko vodi v resne zdravstvene težave.

V poročanju o hrani in prehranjevanju v reviji *The Australian Women's Weekly* od leta 1951 do leta 2006, ki so jo avtorji vzeli pod drobnogled, so zaznali težnjo po izobraževanju in opominjanju posameznih potrošnikov na njihovo odgovornost pri vprašanju javnega zdravja. V raziskavi so ugotovili, da se od potrošnikov pričakuje, da bodo skrbeli zase in se zdravo prehranjevali, vloga države pa je v tem, da omogoči okolje, ki bo dopuščalo ljudem sprejemati odločitve in prevzemati odgovornost za svoja dejanja.

»Na podlagi naše analize predpostavljamo, da se ideje o zdravih prehranjevalnih praksah, predstavljene v reviji *The Australian Women's Weekly*, skladajo z neoliberalno logiko, ko poudarjajo odgovornost zakoncev, staršev in posameznikov za zdravo prehranjevanje, medtem ko je vloga države pri urejanju trga z živili ali regulaciji živilske industrije minimalna« (Davis in Schneider 2010, 300).

Takšni individualistični in individualizirajoči modeli pa gredo z roko v roki s vzponom potrošništva, ki prav tako temelji na individualnih izbirah in dejanjih. To se sklada tudi z neoliberalnimi modeli vladanja, ki spodbujajo individualizem, samopromocijo in podjetnost ter predpostavljajo, da so posamezniki racionalni in trezni, sposobni sprejemati preišljene odločitve (Crawshaw 2007, 1616).

## 6 ŽIVLJENJSKOSTILNE REVIJE

Življenjskostilne revije so bralce vključile v kompleksen odnos. Na eni strani jih naslavljajo in konstruirajo kot potrošnike, obenem pa jim ponujajo pomoč, saj jih opremljajo z rešitvami za vsakodnevne težave. Te rešitve jim dajejo občutek moči in upanja, da bodo premagali težave in z njihovo pomočjo uspeli na trgu, na katerem tekmujejo z drugimi posamezniki (Rose 2001). Revije jim torej ponujajo občutek moči in možnosti individualnega razvoja, ki jim daje občutek polne moči v smislu individualne prednosti pred drugimi konkurenti na trgu. To ponujanje individualnih in potrošniških rešitev za življenjskostilne težave, ki imajo vzroke v socio-ekonomskem sistemu, je seveda v skladu z neoliberalno ideologijo (Rose 2001). Kot rešitev torej niso ponudile borbe za spremembo specifičnih družbenih razmer, ki bi odpravile prave vzroke, ampak za bralce enostavnejšo rešitev, tj. nakup določenega izdelka ali storitve, ki jih uvaja in utrjuje v potrošništvo, jih usposablja za delo in za tekmovanje z drugimi na trgu ter predstavlja neoliberalni sistem kot edini normalen.

### 6.1 Ženske revije

Izraz »ženske revije« zajema širši razpon revij, ki jim je skupno predvsem to, da se obračajo na žensko bralstvo. Življenjskostilne revije, med katere lahko uvrstimo tudi *Cosmopolitan*, vedno temeljijo na neki življenjski »filozofiji« in poleg tega, da naj bi zabavale, naj bi bralke tudi izobraževale. A njihova najpomembnejša »utemeljitvena« točka je vseeno »prodajanje« drznega, aktivnega življenjskega stila, optimizma v stilu »vse je mogoče« ipd. »Seveda je drznost le puhlica, saj tako teme, ki jih revija obravnava, v veliki meri politično korektno, podobe žensk in njihove vloge v družbi so tradicionalne, pa tudi ves kontekst, v katerega so umeščeni novinarski prispevki, kaže tradicionalno razumljeni družbeni univerzum« (Vendramin 2002, 78). Temeljno protislovje revij, kakršna je *Cosmopolitan*, je, da tudi »feministične«, izobraževalne in družbenoaktualne teme preveva lepotni mit, ki ga revije pogosto deklarativno kritizirajo, a realno kljub temu ohranjajo in obnavljajo. Pri tem je predvsem pomembna promocija trenutno veljavnih standardov telesa in lepote, ki jih ženske revije povezujejo s srečo, ljubeznijo in uspehom žensk; in ponujanje možnosti, da to ženske dosežejo tudi same – »vse te bleščeče podobe so predstavljene kot dosegljive in realne, kot pravi izsek iz življenja pravih žensk« (Vendramin 2002, 78).

Ženske revije so tako blago, ki se prodaja na trgu, sredstvo za boljšo prodajo drugega blaga in za diskurzivno konstrukcijo ženske kot potrošnice (Luthar 2004, 240). Naslednja značilnost



ženskih revij je ta, da so precej specializirane – vsaka cilja na točno določeni tip ženske subjektivitete: mati, gospodinja, mladostnica, žena, modna in negovana ženska, poslovna ženska ipd. V Sloveniji prevladujejo revije za matere (na primer *Moj malček*, *Mama*, *Otrok in družina*), žene (na primer *Naša žena*, *Jana*), mladostnice (na primer *Smrklja*, tudi *Evo* in *Cosmopolitan* bi lahko prišteli mednje), modne in negovane ženske (na primer *Lepota*, *Glamur*) ipd. »Ni naključje, da so najbolj nasičene z oglasi ravno ženske revije, saj je ženska osrednja potrošnica, glavna družinska nakupovalka v sodobni, izrazito potrošniško naravnani družbi (Hrženjak 2002b, 18).

## 6.2 Moške revije

Moške revije so vse do sredine devetdesetih veljale za precej nišne publikacije, za katere niso ne oglaševalci ne založniki verjeli, da bodo nekoč zanimive za širše moško občinstvo (Crewe 2003, 63). To se je v drugi polovici devetdesetih let predvsem zaradi posrečene uredniške politike nekaterih odgovornih urednikov vplivih moških revij tako v Veliki Britaniji kot ZDA spremenilo in revije, kot so *Loaded*, *Maxim*, *Men's Health* so od takrat prodale na milijone izvodov. Skokovita rast se je nadaljevala vse do konca devetdesetih, ko so se naklade večine moških revij začele zniževati in so založniške hiše začele mrzlično iskati priložnosti še na drugih trgih v Evropi, Aziji, Južni Afriki in Avstraliji (Crewe 2003, 60).

Moške revije ponujajo bralcem zdravstvene nasvete, nasvete za dobro počutje, družabno življenje in intimna razmerja. Pišejo tudi o spremembah, s katerimi se moški v zadnjih letih srečujejo v doma in v službi (Jackson in drugi 2001, 2). So navsezadnje kulturni odziv na družbene spremembe, ujetost med zavest, da tradicionalni patriarhalni odnosi razpadajo, in željo po ponovni vzpostavitvi odnosov moči med spoloma (Stevenson v drugi in 2000, 374).

Ob tem pa velja poudariti, da so nasveti v moških revijah bralcem praviloma predstavljeni na ironičen način, kar priča o ambivalentnem odnosu moških do takšnih vsebin. Bralce namreč očitno prispevki v moških revijah zanimajo, a hkrati zanikajo svojo radovednost. Prispevke v moških revijah bi na prvi pogled lahko najbolje opisali kot nekakšno neškodljivo zabavo, podoben pa je tudi odnos bralcev, saj si ne želijo, da bi kdo mislil, da te revije jemljejo preveč resno (Jackson in drugi 2001, 2).

Pogosto rabo ironije v moških revijah pa lahko razumemo tudi kot način, kako bralcem ponuditi vsebine, ki jih tradicionalno ne povezujemo z moškostjo, ne da bi se ti pri tem počutili nelagodno. Ironija tako avtorje kot bralce obvaruje tudi pred kritikami nad vsebinami v moških revijah, saj je kritike mogoče obtožiti, da ne razumejo šale in prispevke jemljejo

preveč resno (Stevenson v drugi in 2000, 374). »Ironija ima lahko dvojno funkcijo: bralci lahko berejo nasvete o spolnosti, fantazirajo o sebi kot uspešnih moških in uživajo v podobah čudovitih žensk povsem udobno in brez občutka krivde« (Stevenson 2000, 382).

## 7 ANALIZA PRISPEVKOV O PREHRANJEVANJU V *COSMOPOLITANU* IN *MEN'S HEALTHU*

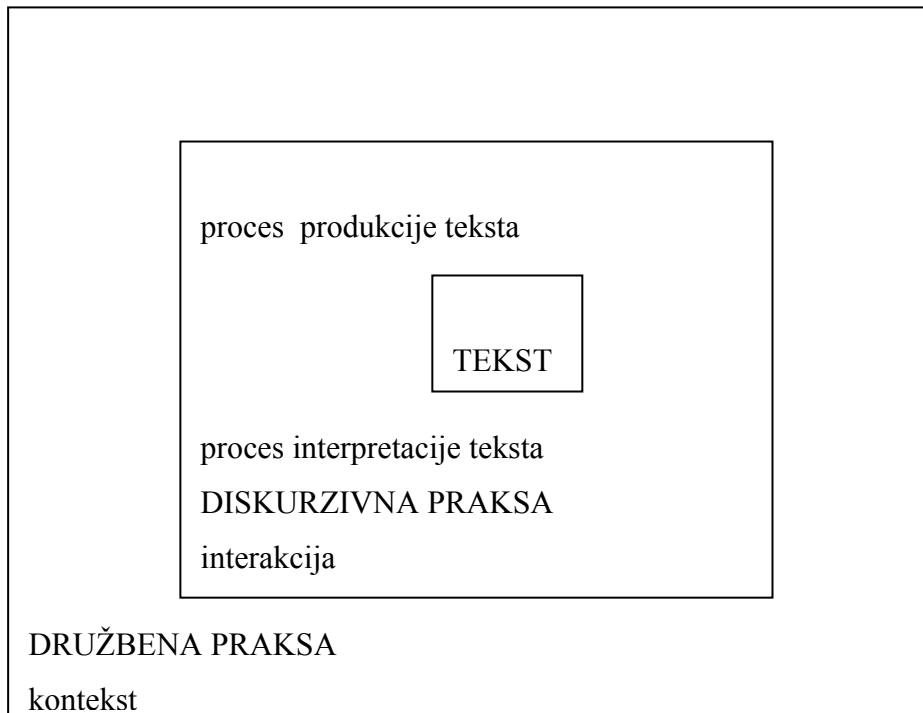
### 7.1 Metodologija

Kot smo že opozorili, je definicija zdravega prehranjevanja v veliki meri družbeno konstruirana. Pri analizi prispevkov o hrani in prehranjevanju v življenjskostilnih revijah bomo zato uporabili kritično diskurzivno analizo, s katero bomo ugotovili, kakšne prehranjevalne vzorce te revije vsiljujejo bralcem, na kakšen način vzpostavljajo definicije zdrave in nezdrave hrane in zakaj to počnejo. Kritično diskurzivno analizo (KDA) smo izbrali, ker ni priročna le za razlago komunikacijskih praks, ki se pojavljajo v prispevkih o prehranjevanju, temveč je po Macdonaldu (2003, 3) uporabna tudi za odkrivanje, kaj te komunikacijske prakse povedo o razmerjih moči. »V nasprotju z jezikoslovci, ki svoja raziskovalna vprašanja definirajo znotraj svojega disciplinarnega okvira, KDA obravnava širša družboslovna vprašanja in ugotavlja, kako se družbene spremembe kažejo na mikro ravni teksta in interaktivnih dogodkov« (Erjavec in Poler Kovačič 2007, 41). KDA je po Wodakovi (v Erjavec in Poler Kovačič 2007, 42) namreč interdisciplinarna in se ukvarja z družbenimi problemi in ne z rabo jezika samo po sebi, ukvarja se z močjo v diskurzu, ki ga oblikujeta družba in kultura tako kot diskurz oblikuje tudi njiju.

Prednost KDA pred drugimi tekstualnimi analizami je tudi ta, da lahko poleg tistega, kar je v tekstu prisotno (v našem primeru recimo podobe vitkih in zadovoljnih posameznikov), proučujemo tudi tisto, česar v tekstu ni (recimo podob debelušnih in srečnih posameznikov). KDA namreč predpostavlja, da je vsak vidik tekstualne vsebine rezultat izbire. Govorimo lahko o izbiri pri uporabi določene opisa osebe, dogodka ali procesa; izbiri pri oblikovanju določene povedi; izbiri pri vključitvi določenega dejstva, mnenja, argumenta in ne kakega drugega (Erjavec in Poler Kovačič 2007, 44).

Po Faircloughu (1995, 57) je kritična diskurzivna analiza komunikacijskega dogodka kot primera uporabe jezika, kar bodo v našem primeru novinarski prispevki na temo hrane in prehranjevanja, analiza odnosov med njegovimi tremi dimenzijami, ki jih poimenuje tekst, diskurzive prakse in družbene prakse. Slikovno njihov odnos ponazorimo s pomočjo spodnjega diagrama:

Slika 7.1: Faircloughov tridimenzionalni vzorec za KDA



Vir: Fairclough (1995, 59).

Diskurzivna praksa (interakcija) povezuje tekst in družbeno prakso (kontekst), ki sta sicer posredno (indirektno) povezana. Značilnosti družbene prakse oblikujejo tekste, vendar ne neposredno, temveč prek oblikovanja narave diskurzivnih praks, to je načina, kako so teksti producirani (oblikovani) in interpretirani (Fairclough 1995, 60). V našem primeru tekste, natančneje novinarske prispevke o hrani in prehranjevanju, oblikujejo novinarske diskurzivne prakse, značilnosti katerih smo predstavili v tretjem poglavju. Novinarji tako recimo prek žurnalističnih proceduralnih pravil, kot jih imenuje Lutharjeva (2001, 208), ustvarjajo vsebine, ki jih naslovniki interpretirajo v svojem specifičnem okolju, kar pa je pogojeno z vrsto nadaljnjih dejavnikov, kot so njihova izobrazba, kulturno ozadje, osebne značilnosti itd.

Po Richardsonu (2007, 112) je treba pri analizi diskurzivnih praks novinarskih tekstov upoštevati od širših makroekonomskih dejavnikov, kot tudi organizacijskih in profesionalnih, do načina, kako so novinarski teksti sestavljeni iz različnih predhodnih tekstov, na primer sporočil za javnost in novic tiskovnih agencij. Vsaka analiza diskurzivnih praks tudi ne more mimo odnosov med vsako ravniyo analize in produkcijo ter potrošnjo novic. Prav tako ne smemo zanemariti dejstva, da moramo pri analizi diskurzivnih praks novinarskih tekstov

upoštevati, kako sta njihova produkcija in potrošnja v osnovi povezani. Novice namreč nastajajo z mislijo na določeno ciljno publiko – njihov družbeni razred, izobrazbo, vrednote, prioritete itd. Po drugi strani občinstvo novinarske tekst konzumira interpretira upoštevajoč producenta – medijsko hišo, njene politične preference, novičarske vrednote itd.

Tudi tako širok pogled na novinarski diskurz pa ni dovolj, saj novinarski teksti ne obstajajo v družbenem vakuumu, ampak v odnosu do širših struktur, institucij in vrednot zunaj novinarskih uredništev, ki jih lahko poimenujemo družbene prakse (Richardson 2007, 114).

Po Richardsonu (2007, 47) je analiza posameznih besed, uporabljenih v novinarskem tekstu, skoraj vedno prva stopnja vsake analize teksta ali diskurza. Besede po njegovem namreč slikajo družbo, še posebej njene vrednostne sodbe, tako v konotativnem kot tudi denotativnem pomenu. Vse besede, še posebej pa samostalniki, pridevniki, glagoli in prislovi, nosijo poleg denotativnega tudi konotativni pomen. Tekstualna analiza, ki jo bomo uporabili v praktičnem delu diplomske naloge, po Richardsonu (2007, 47) poteka od mikro analize besed, prek analize stavkov do makro analize organizacije pomena prek celotnega teksta in različnih prispevkov kot celote.

Pri diskurzivni analizi izbranih prispevkov v praktičnem delu diplomske naloge bomo uporabili različne analize izbranega teksta, ki nam bodo pokazale avtorjevo konstrukcijo teksta na mikroravni. Prispevkov se bomo lotili tudi z analizo tem, oblike in navajanja virov na makroravni, kar nam pomagalo ugotoviti, kako moške in ženske življenjskostilne revije upovedujejo teme o hrani in prehranjevanju.

Teme, s katerimi bomo začeli analizo, so tisto, o čemer besedilo govori na makro ravni in si jih zato po van Dijku (v Erjavec in Poler Kovačič 2007, 79) občinstvo najbolj zapomni. Teme na makro ravni obravnavajo določena vprašanja, ki so lahko »na prvi pogled« nevtralna. Vendar pa lahko novinarji določeno temo obravnavajo na negativen način. Negativne teme oblikujejo negativno »mišljenje« občinstva in jih navadno novinarji povezujejo z »njimi«, medtem ko so pozitivne teme rezervirane za »nas«.

Kot pišeta Erjavčeva in Poler Kovačičeva (2007, 80), so novinarski prispevki sestavljeni iz izjav in virov, zato je pomembno, koga novinarji navajajo eksplicitno, koga manj eksplicitno in koga sploh ne navajajo. Navajanje virov je, kot pišeta, tudi ključni pokazatelj novinarske (ne)pristranskosti, saj morajo novinarji navesti mnenja vseh v dogodek vpletenih udeležencev. Diskurz pa po Erjavčevi in Poler Kovačičevi (2007, 80) ni le vsebina, ampak tudi oblika, to je način konstrukcije pomena. Ni namreč vseeno, na kateri strani je določen prispevek objavljen, ali ima zraven fotografijo, kako velik naslov ima, kako dolg je itd. Sama vizualizacija torej

poudarja pomembne informacije: v kakovostnih časnikih je oblika podrejena vsebini, v tabloidnih pa na bralca učinkuje oblika, ki inscenira vsebino.

Analiza posameznih besed, uporabljenih v novinarskem tekstu, je navadno prva stopnja vsake analize teksta ali diskurza. Besede po Richardsonu (2007, 47) namreč slikajo družbo, še posebej njene vrednostne sodbe, tako v konotativnem kot tudi denotativnem pomenu. Vse besede, še posebej pa samostalniki, pridevniki, glagoli in prislovi, nosijo poleg denotativnega tudi konotativni pomen.

Pri naslednji ravni analize, to je analizi stavkov, bomo pozorni predvsem na modalnost, ki se po Richardsonu (2007, 59) nanaša na sodbe, komentarje in stališča, še posebej na to, do katere mere je avtor teksta prepričan v svoje trditve. Modalnost lahko izražamo na dva ključna načina: z resničnostno in obligacijsko modalnostjo. Resničnostna modalnost variira po skali izbir od absolutne kategoričnosti (»Ta vojna se bo končala, če bi ljudje posegli v politični proces.«) skozi različne manjvrednostne oblike (»Ta vojna *bi se lahko* končala, če bi ljudje posegli v politični proces.«) in zmanjšanje prepričanosti (»Ta vojna *bi se lahko* končala, če *bi le* ljudje posegli v politični proces.«). Obligacijska modalnost pa se nanaša na prihodnje dogodke, natančneje, na stopnjo prepričanosti avtorja, da se bo določena smer dejanja razvijala ali bi se določena odločitev lahko ali morala sprejeti. Modalnost kaže, da ne obstaja le povezava med vsebino in obliko, temveč tudi med vsebino in funkcijo (Erjavec in Poler Kovačič 2007, 67).

Tekstualno analizo bomo zaključili z analizo retoričnih tropov, t. j. slogovno zaznamovanih besed v prenesenem ali zamenjanem pomenu. Za proučevanje novinarskega diskurza so posebej uporabni: hiperbola, metafora, metonimija in neologizem (Erjavec in Poler Kovačič 2007, 71–75). Kot povzemata Erjavčeva in Poler Kovačičeva, se taki tropi po Parelmanu in Olbecht-Tytecu (v Erjavec in Poler Kovačič 2007, 71) »uporabljajo strateško, kot način opisovanja stvari, da si jih ljudje zapomnijo«, po Van Dijku (prav tam) »pa kot neobvezne dodatne strukture v tekstu, ki opozarjajo na določene pomene in jih zaradi tega posredno poudarjajo«.

Medijsko reprezentacijo prehranjevanja smo analizirali v dveh licenčnih mesečnih revijah, ki se ukvarjata z življenjskim slogom in sta bili po podatkih Nacionalne raziskave branosti 2007 najbolj brani tovrstni reviji. Tako *Men's Health* kot *Cosmopolitan* sta mesečnika, ki izhajata tako rekoč po celem svetu, in sta bila tako še bolj priročna za analizo sodobnih trendov prehranjevanja, ki jih predstavljajo življenjskostilne revije, saj nista vezana izključno na slovensko okolje. V vzorec smo vključili vse novinarske prispevke (30) dvanajstih mesečnih izdaj *Men's Healtha* in *Cosmopolitana* v letu 2007, ki obravnavajo hrano in prehranjevanje.

## 7.2 Rezultati analize medijskega diskurza o prehranjevanju v *Men's Healthu* in *Cosmopolitanu*

Pri analizi medijskih reprezentacij prehranjevanja v revijah *Cosmopolitan* in *Men's Health* bomo najprej poiskali glavne teme, o katerih pišeta reviji v prispevkih o hrani, kasneje pa se spustili na najosnovnejšo raven tekstualne analize, in sicer na samo analizo besed.

### 7.2.1 Teme: zdravje, hujšanje, spolnost in hitra hrana

Pri analizi besedil *Cosmopolitana* in *Men's Healtha*, ki se nanašajo na prehranjevanje, smo v prispevkih identificirali naslednje najbolj izpostavljene teme:

Tabela 7.1: Izpostavljene teme v *Cosmopolitanu* in *Men's Healthu*

ZDRAVJE	
Čimbolj se izogibaj sladkorju	<i>Cosmopolitan</i> 2007e
Si nespamenta pri prehranjevanju	<i>Cosmopolitan</i> 2007i
Paradižniki: novi aspirin?	<i>Men's Health</i> 2007i
Podaljšajte si življenje za dve leti	<i>Men's Health</i> 2007h
HITRA HRANA	
Zakaj prigrizki niso zdravi?	<i>Cosmopolitan</i> 2007g
Brzdaj svojo željo po hitri hrani	<i>Cosmopolitan</i> 2007h
Hrenovke, salame in rak	<i>Men's Health</i> 2007f
SPOLNOST	
Grilirajte podnevi, flambirajte ponoči	<i>Men's Health</i> 2007k
Jej in v tem uživaj	<i>Cosmopolitan</i> 2007j
HUJŠANJE	
Opusti diete, začni hoditi na zmenke	<i>Cosmopolitan</i> 2007b
Nasveti, ki lahko stopijo kilograme	<i>Cosmopolitan</i> 2007c
Prižvečite se do čvrstega trebuha	<i>Men's Health</i> 2007n

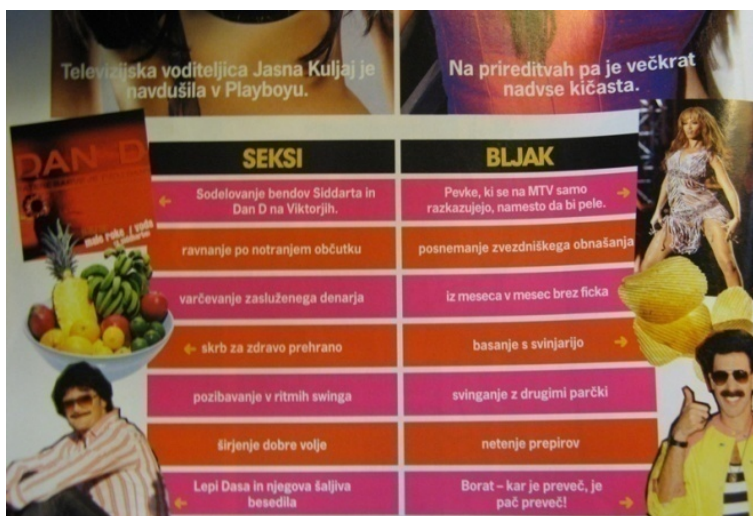
Vsaka od teh tem je na prvi pogled nevtralna, toda ko novinarji hitro hrano obravnavajo kot grožnjo, ki jo primerjajo z epidemijo ali celo s smrtonosnostjo (glej primera 1. in 2.), ta dobi negativno dimenzijo. In seveda obratno: ko hujšanje povezujejo s samouresničitvijo in »seksi« počutjem, ta dobi pozitivni prizvok (glej primera 3. in 4.). Če se obe reviji obširno lotevata tem hujšanju, hitre hrane, spolnosti in zdravja predvsem z vidika posameznika, pa v *Men's Healthu* in *Cosmopolitanu* manjkajo prispevki, ki bi se teh tem lotevali širše – in odgovorili tudi na vprašanje, kaj lahko naredi družba (ne samo posameznik) za izboljšanje javnega zdravja. Kot lahko vidimo, so namreč vprašanja zdravega prehranjevanja v *Men's Healthu* in *Cosmopolitanu* individualizirana, v reševanje prepuščena izključno bralcem.

Primeri:

1. »Huda razvada zadnji petdesetih let ima danes že razsežnosti epidemije. (...) Prevelika količina koncentriranih ogljikovih hidratov spremeni metabolizem in ga sčasoma okvari, kar vodi v različne težave in pozneje bolezni« (*Cosmopolitan* 2007e).
2. »Ubijalec iz pločevinke« (*Men's Health* 2007l)
3. »Če tudi vi sodite med mojstre tajanja in gretja v mikrovalovni pečici, resno razmislite o spremembi prehranskih navad, preden se vam te ne začnejo obešati okoli trebuha. Hitra hrana je največkrat polna sladkorja in maščob. Kalorije, ki si jih boste z njo prislužili, pa boste morali zelo dolgo topiti v telovadnici, če ne želite biti podobni vreči krompirja. Na naslednjih straneh ponujamo hitro in preprosto rešitev. Okusne recepte, ki bodo všeč vam in vaši denarnici, boste zlahka uvrstili v svoj natrpani urnik. Vaš jedilnik bo z njim pridobil nove razsežnosti zdravega prehranjevanja, ki ga prej morda sploh niste poznali. (...) Moteči obroč okoli trebuha se bo začel topiti kar sam od sebe, hitro pa bosta rasla vaša samozavest in dobro počutje« (*Men's Health* 2007g).
4. V spodnjem prispevku je kot »seksi« označena skrb za zdravo prehrano, medtem ko je »basanje s svinjarijo« opisano z besedo »bljak«. Dodani sta tudi dve fotografiji, »seksi« hrana je košara svežega sadja, »bljak« pa krompirjev čips (*Cosmopolitan* 2007f).



Slika 7.2: Cosmoskop



Vir: Cosmopolitan (2007f, 30).

## 7.2.2 Navajanje virov: verodostojnih virov je zelo malo

*Cosmopolitan* in *Men's Health* se v besedilih, ki se nanašajo na hrano in prehranjevanje, zelo pogosto opredeljujeta do vpliva živil na naše zdravje. Kot lahko ugotovimo pri analizi prispevkov, se avtorji, ki v večini primerov sploh niso navedeni, redko sklicujejo na verodostojne vire za svoje trditve o vplivu živil na zdravje, če že, pa navajajo ljudska izročila (glej primer 5.), ugotovitve neimenovanih znanstvenikov (glej primer 8.) in raziskave, katerih resničnost težko preverimo (6.). Obe življenjskostilni reviji prehranjevalne nasvete poskušata utemeljiti na domnevnih znanstvenih dognanjih in referencah.

S tem, ko svoje poglede na zdravo in nezdravo prehranjevanje podkrepita z nekakšnimi psevdoznanstvenimi referencami, jih pri bralcih legitimirata. Navajanje znanstvenih referenc utrjuje predstavo, da samo znanstveniki vedo, kaj je zdravo in kaj nezdravo prehranjevanje, bralci pa so na tem področju nepodkovani in jih je treba izobraziti. Seveda je pri tem problematično tudi dejstvo, da so skoraj vse domnevno znanstvene reference dvomljivega izvora, po navadi avtorji navajajo neimenovane znanstvenike iz določene države ali neke univerze, strokovnjake na splošno, pogosto pa navajajo tudi raziskave, za katere ne vemo, kdo, kdaj, kje in kako jih je delal. Te psevdoznanstvene reference so zelo na kratko omenjene, običajno le v stavku ali dveh, tako da lahko sklepamo, da se v prispevkih pojavljajo le v podkrepitev avtorjevih mnenj o zdravem in nezdravem prehranjevanju.

Tako lahko na primer v *Men's Health* preberemo, da so kanadski strokovnjaki odkrili, »da gazirane pijače in prigrizki, ki vsebujejo sladkor, povečujejo tveganje za bolezni srca in ožilja« (*Men's Health* 2007e), medtem ko so britanski znanstveniki odkrili, »da ima napitek iz paradižnikovega izvlečka, ki je enakovreden dvema paradižnikoma, podoben učinek na redčenje krvi kot aspirin« (*Men's Health* 2007i).

V obeh revijah so očitne tudi predpostavke, da živila blagodejno vplivajo na konkretne človeške organe in obratno, z »vnosom« določene snovi v telo pripomoremo k njegovemu boljšemu delovanju. Losos je tako dober za jetra, artičoka pa ne samo za jetra, ampak tudi za ledvice in celo spolni apetit. Telo je torej prikazano skoraj kot stroj, posameznikom pa je naložena odgovornost, da s primernim prehranjevanjem poskrbijo za njegovo učinkovito delovanje. Opazna je torej tendenca, da se zdravstvena vprašanja poenostavljajo, reviji bralcem ponujata hitre in preproste rešitve, kako lahko s primernim izborom živil izboljšajo svoje zdravstveno stanje ali celo pozdravijo določene bolezni.

Primeri:

5. »To ni čarovniška zel, ampak dobra stara artičoka, katere blagodejne zdravstvene učinke so cenili že Stari Grki in Rimljani. Dobra je za jetra, ledvice in, kot trdi ljudsko izročilo, spolni apetit« (*Cosmopolitan* 2007a).
6. »Kot kažejo rezultati raziskave, ki so jo opravili na državni univerzi v Louisiani, naj bi si s solato, ki si jo privoščite vsak dan, podaljšali življenje« (*Men's Health* 2007h).
7. »Japonska kuhinja velja za zelo zdravo, saj Japonci dosežejo največjo starost na svetu« (*Cosmopolitan* 2007č).
8. »Ko si boste naslednjič naročali suši, se spomnite, da so Švedi ugotovili, da losos lahko zmanjša tveganje za raka na ledvicah« (*Men's Health* 2007j).

### **7.2.3 Oblika v službi skritih pomenov**

Če analiziramo obliko prispevkov, ki se navezujejo na prehranjevanje, ugotovimo, da so ti pogosto uvrščeni na naslovnice, tudi znotraj revij pa jih najdemo bolj na začetku, čeprav je tu med *Men's Healthom* in *Cosmopolitanom* precejšnja razlika, saj so pri prvem prispevki o prehranjevanju umeščeni precej bolj v ospredje in jim uredništvo namenja več prostora. Obe reviji imata tudi stalni rubriki o hrani, pri *Cosmopolitanu* je to rubrika *Cosmo vikend*

gurmanka, pri *Men's Healthu* pa *Prehranske novice*. To dokazuje, da so vsebine o prehranjevanju zelo pomembne za ti dve reviji.

Za ustvarjanje pomena pri bralcih so pomembne tudi fotografije in teh se za posredovanje bolj ali manj implicitnih pomenov poslužujeta obe reviji. V enem od primerov imamo prispevek z jedilnikom za dvig energije in sposobnosti, zraven pa je pripeta slika zadovoljnega para v postelji (glej sliko 7.3). Za boljši seks, čeprav tega direktno ne pove, avtor svetuje pet obrokov dnevno z jedmi, kot so na primer suho sadje, ržen kruh, tofu, kuhana zelenjava in čokolada z visokim deležem kakava. Vsebine o spolnosti so večinoma opremljene s fotografijami vitkih in zadovoljnih mladih parov, medtem ko debelih ljudi v takem kontekstu ni.

Ker se taka primerjava ponavlja v več številkah *Men's Healtha*, je še posebej zanimiva fotografija vsaj ducata odojkov na žaru (glej sliko 7.4), ki izjemno negativno predpostavlja, da so moški, ki se ne znajo upreti prazničnim pojedinom, prašiči. Kot bomo videli v nadaljevanju, je ideja o razumnih posameznikih, ki se držijo nasvetov o zdravem prehranjevanju (kot ga definirata ti dve reviji), ter lenih in nespametnih posameznikih, ki se ne znajo upreti skušnjavam nezdrave hrane, v teh dveh revijah pogosto prisotna.

Slika 7.3: Jedilnik za dvig energije in sposobnosti

**\* KAKO SE IZOGNEŠ PREMOČNI ZELJI PO HRANI**  
Predtvoja je nekaj taktik, ki ti bodo pomagale odkrati mišl od hrane v različnih primerih.

**Se zdiš sama sebi neprilivačna?**  
S predajanjem čipov in čokoladi v velikanskih količinah ne boš pripomogla k izboljšanju mišnje o sebi. Imamo boljši predlog: obliči se v najljubša oblačila (tista, v katerih se vedno počutiš seksi), tudi kadar greš samo do trgovine po kruh. Zapeljiv obsev v izloženem oknu ali občutek, da druge ženske občudujejo tvoj slog oblačenja, ti bo zagotovo dvignil samozavest.

**Se dolgočasíš?**  
Hrana te ne bo rešila dolgočasnja, vsaj ne za dolgo. Ko jemno, se zamotimo in le začasno pobeegnemo od skrbi in težav. Raje si oglej film, vzemi v roke knjigo ali poljubi fanta. Počni vse drugo, samo ne pomeni po hrani, da bi se bolje počutila.

**Hrepeniš po sladkem?**  
V restnici ne hrepeniš po tortici in rogljčkih z marmelado, ampak potrebuješ ples. Navij svojo najljubšo pesem do konca, digni roke visoko in se vrti okoli svoje osi, kot smo to vedeli že v otroških letih. Začni ritmu

**JEDILNIK ZA DVIG ENERGIJE IN SPOSOBNOSTI**

**\* 7.30 ZAJTRK**  
Kozarec nesladkanega pomarančnega soka; rezina melone; debel kos polnozrnatega kruha z lahkim skutnim namazom; kava ali zeliščni čaj.

**\* 10.30 MALICA**  
75 g mešanega suhega sadja (rozine, brusnice, fige).

**\* 13.00 KOSILO**  
Mešana solata z piščancem in z gorčičnim prelivom; kos polnovrednega kruha; kozarec navadnega jogurta z manj maščobe.

**\* 15.30 MALICA**  
Dva do trije hrustljavi rženi kruhki z namazom iz tofuja.

**\* 19.30 VEČERJA**  
Riba ali piščančje meso na žaru (ali pečeni sajini polpeti); kuhana zelenjava ali solata; kuhan krompir v lupini, tri žlice rjavega riža ali graham testenin; skodelica sadne solate z eksotičnimi sadeži ali nekaj koščkov čokolade z visokim deležem kakava; kozarec vina.

tele dibečo krema in jo vtrij v kožo z nežnimi gibi ali pa pobotaj mačka po kozočilu – dotikanje kože (ali dlake) pomirja in odpravi posledice stresa na najlažji možen način.

**Potrebuješ promor?**  
Ne pomeni takratno čudak, ampak se zabavi postelje, se umakni v kak miren kotiček. Počasi in enakomerno vdihni skozi nos in izdihni skozi usta. To ponovi dvajsetkrat. Tako telesu zagotoviš primerno količino kisika, kar ti bo zbrstilo glavo.

**Si potrt?**

Vir: *Cosmopolitan* (2007b, 143).

Slika 7.4: Ne pretiravajte na prazničnih pojedinah



Vir: Men's Health (2007b, 54)

Še eden od oblikovno bolj zanimivih prispevkov je prispevek o pripravi hrane na žaru (9.), v katerem avtor predpostavlja, da tako pripravljena živila povečajo spolni apetit, na seks namiguje tudi fotografija dveh velikih koruznih storžev na žaru (glej sliko 7.5).

9. »Grilirajte podnevi, flambirajte ponoči /.../ recepti, s katerimi boste zažigali pred nežnejšim spolom« (*Men's Health* 2007k).

Slika 7.4: Spolnost v povezavi s prehranjevanjem



Vir: Men's Health (2007k, 112)

#### 7.2.4 Stilno izjemno zaznamovano besedišče

S samo analizo posameznih besed bomo lažje ugotovili tako denotativne kot konotativne vrednostne sodbe oziroma stališča novinarjev *Cosmopolitana* in *Men's Healtha* do prehranjevanja in samih živil. Ta so več kot očitna, jezik pa je izrazito stilno zaznamovan. Medtem ko je uživanje hitre oziroma nezdrave hrane v *Cosmopolitanu* in *Men's Healthu* prikazano kot čustveno in iracionalno dejanje, v nekaterih primerih na meji norosti, je po drugi strani uživanje zdrave hrane plod tehtnega razmisleka. V povezavi s hitro hrano so uporabljene besede »začara« in besedne zveze tipa »ljubezen na prvi pogled« (primer 10.). Avtorji predpostavljajo, da nas po zaužitju hitre hrane »peče vest«, saj je po njihovem mnenju kaj takega tako rekoč grešno dejanje, ki bi nam moralo sprožiti občutke krivde. Za posameznike, ki kaj takega počnejo, avtorji uporabijo besedno zvezo, da se »strgajo z verige« (11.), medtem ko posamezniki, ki uživajo zdravo hrano, »načrtujejo pametne odločitve«. Tisti, ki posegajo po hitri hrani, so obravnavani pokroviteljsko, za njih v obeh revijah najdemo veliko nasvetov, kako izboljšati prehranjevalne navade, kot da sami ne bi ničesar vedeli o zdravi hrani. Posamezniki, ki kaj takega ne zmorejo, bi se nam morali skoraj smiliti, saj je jesti zdravo in si izklesati popolno postavo zelo enostavno. Uživanje pravih živil namreč kilograme kar »stopi« (13.).

Izbor besed pri pisanju o domnevno nezdravi hrani je torej v *Men's Healthu* in *Cosmopolitanu* izrazito negativen, še posebej če ga primerjamo z izborom besed, ko pišejo o tako imenovani zdravi hrani. Kot lahko ugotovimo, so negativne predikativne strategije uporabljene, da bi uveljavile negativno stališče uredništva *Cosmopolitana* in *Men's Healtha* do hitre hrane. Vprašanje prehranjevalnih navad je v obeh revijah prepleteno z moralnim diskurzom, saj so nekatera živila označena kot dobra, druga pa kot slaba.

Primeri:

10. »Hitra hrana je kot ljubezen na prvi pogled – začara nas s svojim videzom in vonjem, hitro jo pojemo in potem nas peče vest, včasih pa tudi zgaga. Naj gre za dolgčas, utrujenost ali nagrado za to, ker si bila pridna, maščobe polni prigrizki so krut gospodar naših čutov« (*Cosmopolitan* 2007h)!
11. »Petnajst prehranskih strategij, ki vam preprečujejo, da bi se strgali z verige. Izteka se čas največjih požrtij v letu – na zabavah, sprejemih, družinskih kosilih in večerjeh –

čas, ko se kalorijski števec vrtil najhitreje. Preberite, kako lahko hujšate, ko se sili dvigate z mize« (*Men's Health* 2007a).

12. »Zdravo prehranjevanje ni isto kot pomanjkanje, ampak je načrtovanje pametnih odločitev« (*Men's Health* 2007d).

13. »Nasveti, ki lahko stopijo kilograme« (*Cosmopolitan* 2007c).

14. »Brez dvoma boste zmazali tistega čokoladnega parklja, ki vam ga je prinesel sv. Miklavž, tašči pomagali premagati božičnega purana in na novega leta dan spremljali novoletno turnejo smučarskih skokov v okusni družbi slastnih ostankov cvrtja, mamine francoske solate in hladnega odojka, ki že pol tedna preži z zgornje police hladilnika. Vendar to ne pomeni, da se morate basati prav vsak dan v mesecu. Preostale dni jejte po svojem (vsaj okvirnem) zdravem prehranskem načrtu« (*Men's Health* 2007a).

15. »Če boš zaužila obrok, sestavljen iz beljakovin, sestavljenih ogljikovih hidratov in malo kakovostne maščobe, ki jo najdemo v oreščkih, se ti bo lažje upreti želji, da bi namesto kosila posegla po piškotih« (*Cosmopolitan* 2007b).

16. »Če tudi vi sodite med mojstre tajanja in gretja v mikrovalovni pečici, resno razmislite o spremembi prehranskih navad, preden se vam te ne začnejo obešati okoli trebuha. Hitra hrana je največkrat polna sladkorja in maščob. Kalorije, ki si jih boste z njo prislužili, pa boste morali zelo dolgo topiti v telovadnici, če ne želite biti podobni vreči krompirja. Na naslednjih straneh ponujamo hitro in preprosto rešitev. Okusne recepte, ki bodo všeč vam in vaši denarnici, boste zlahka uvrstili v svoj natrpani urnik. Vaš jedilnik bo z njim pridobil nove razsežnosti zdravega prehranjevanja, ki ga prej morda sploh niste poznali. (...) Moteči obroč okoli trebuha se bo začel topiti kar sam od sebe, hitro pa bosta rasla vaša samozavest in dobro počutje« (*Men's Health* 2007g).

### **7.2.5 Zgradba stavka/-ov se nagiba k senzacionalizmu**

V *Cosmopolitanu* in *Men's Healthu*, ko pišejo o hrani in prehranjevanju, pogosto uporabljajo kategorične modalne trditve (»bo«, morati«, »zagotovo«, »nujno« ipd.), ki po Erjavčevi in Polerjevi (2002, 67) delujejo bolj avtoritativno kot omahljive trditve in so zato pogosteje uporabljene v senzacionalnih žanrih. Te trditve so značilne tudi za neoliberalni diskurz, ki posameznikom predvsem veliko predpisuje, kaj je treba storiti (Pikalo v Trdina in Pušnik 2010, 853).

V prispevku o zmenkih in shujševalnih dietah v *Cosmopolitanu* avtor tako kategorično zanika, da bi lahko z uživanjem čipsa in čokolade bralka pripomogla k izboljšanju mnenja o sebi. Soočeni smo torej s predpostavko, da z zdravim prehranjevanjem lahko izboljšamo mnenje o sebi ter – kar je ključno – da obstaja neposredna povezava med prehranjevalnimi navadami in posameznikovo samopodobo (glej primer 17.).

V *Men's Healthu* primerna živila oziroma prehranjevalne navade bralcem celo zapovedujejo, tako se ti morajo na primer izogibati riževim vafļem, kosmičem in kalčkom (ki jih v kakšnih drugih prispevkih uvrščajo celo med priporočena živila) na račun bolj hranljivih živil (18.). V analiziranih revijah ne manjka niti primerov trditev z manjšo stopnjo zavezanosti, ki lahko v nekaterih primerih zvenijo le še bolj učinkovito. Pogosto se taki primeri pojavljajo na relaciji prehranjevalne navade – bolezni (glej primer 19.), s čimer se utrjuje predpostavka, da so prehranjevalne navade, ki jih življenjskostilnih revijah označijo kot neprimerne, tesno povezane z zdravstvenim stanjem posameznika. Slednji je torej v veliki meri sam odgovoren, če ne posluša nasvetov o primernem načinu prehranjevanja in tvega za bolezen. Vprašanje zdrave hrane je torej vprašanje osebne izbire.

Primeri:

17. »S predajanjem čipsu in čokoladi v velikanskih količinah ne boš pripomogla k izboljšanju mnenja o sebi« (*Cosmopolitan* 2007b).
18. »Izogibajte se riževim vafļem, kosmičem in kalčkom. Odločite se raje za takšno hrano, ki bo ukrotila volčjo lakoto, telesu pa zagotovila vse hranilne snovi (*Men's Health* 2007d).
19. »Uničevalne prehranske navade lahko povzročijo nekatere vrste raka, srčne bolezni, odpornost na inzulin in sladkorno bolezen (*Cosmopolitan* 2007h).
20. »Za ohranjanje zelene telesne teže je potreben izključno zdrav način življenja, med drugim tudi: pravilno prehranjevanje s polnovredno hrano, s čim več presnih živil, z veliko izdatnih in rednih telesnih dejavnosti« (*Cosmopolitan* 2007d).
21. »Pot do vidnih trebušnih mišic ni zapletena. Držite se le štirih preprostih pravil in imejte hladilnik, poln hrane« (*Men's Health* 2007n).
22. »Če boš zaužila obrok, sestavljen iz beljakovin, sestavljenih ogljikovih hidratov in malo kakovostne maščobe, ki jo najdemo v oreščkih, se ti bo lažje upreti želji, da bi namesto kosila posegla po piškotih« (*Cosmopolitan* 2007b).

## 7.2.6 Retorični tropi: od živalskih metafor do zlobnega holesterola

Še najbolj pa negativno nastrojenost do hitre in po njihovem mnenju nezdrave hrane avtorji *Cosmopolitana* in *Men's Healtha* kažejo skozi rabo cele vrste retoričnih tropov. Najdemo lahko hiperbolo oziroma prekomerno pretiravanje, ko so holesterol zlobnež, želodec cisterna, čokolada sladka skušnjava in podobno (glej primere 23., 24., 25.). Ali metafore, ko je lakota volčja (26.), ko premoženje pomeni spolne organe (27.), ki jih ogroža uživanje hitre hrane z veliko holesterola, posebej radi pa avtorji *Men's Healtha* uporabljajo besedo pujs (v *Cosmopolitanu* pa namigujejo na kravo) v vseh izpeljankah za ljudi, ki se po njihovem mnenju nekontrolirano in slabo hranijo, in pivski sodček za ljudi s prekomerno telesno težo. »Ne jejte kot pujs, bodite kot bog« in »Si prežvekovalka prigrizkov« (glej primera 28. in 29.) sta ključni metafori, saj izjemno ponižujoče opišeta posameznike, ki kdaj uživajo hitro hrano. Še več, posebej v prvi metafori se na relaciji pujs – bog v povezavi s prehranjevanjem skriva delitev ljudi na uspešne in ničvredne, usmiljenja vredne posameznike. Na tej točki torej ne gre več samo za konstrukcijo zdrave in nezdrave hrane, temveč tudi dobrih in slabih ljudi glede na to, katera živila uživajo.

Primeri:

23. »Holesterol ni edini zlobnež za vaše srce in ožilje. Kitajci so odkrili, da tako kot vaš krvni sladkor pleza navzgor, tako raste tudi tveganje za bolezn srca in ožilja« (*Men's Health* 2007j).
24. »Napolnite cisterno. Spijte osem 2,5-decilitrskih kozarcev vode na dan. Voda vam bo dala občutek sitosti (žeja spodbudi lakoto), odplavila bo odpadne snovi, nastale med topljenjem maščob, in pospešila vašo presnovo« (*Men's Health* 2007c).
25. »Sladka skušnjava« (*Cosmopolitan* 2007a)
26. »Odločite se raje za takšno hrano, ki bo ukrotila volčjo lakoto, telesu pa zagotovila vse hranilne snovi« (*Men's Health* 2007d).
27. »Prazna mošnja: Pazite na svoje premoženje! Visoke vrednosti holesterola naj bi bile povezane z rakom testisov« (*Men's Health* 2007e).
28. »Ne jejte kot pujs, bodite kot bog« (*Men's Health* 2007o)
29. »Si prežvekovalka prigrizkov« (*Cosmopolitan* 2007i)?
30. »Ste se že vprašali, kako bi v uživanju preživel bogato praznično obdobje, ne da bi postali kot pivski sodček« (*Men's Health* 2007b)?



31. »Prižvečite se do čvrstega trebuha« (*Men's Health* 2007m).

### 7.2.7 Razlike med *Men's Healthom* in *Cosmopolitanom*

Medijski diskurz o hrani in prehranjevanju v moškem *Men's Healthu* se ne razlikuje bistveno od diskurza v ženskem *Cosmopolitanu*. Kot smo že dokazali pri analizi obeh revij, je reprezentacija tako imenovane hitre hrane v obeh izjemno negativna, živila, ki jih obe reviji promovirata, pa so predvsem zelenjava, vlaknine, sadje, ribe in pusto meso.

Pri samem vrednostnem razvrščanju živil je majhno razliko opaziti pri tem, da *Men's Health* promovira živila, ki tradicionalno bolj asocirajo na moške, torej predvsem meso (piščančje prsi in pusta govedina), medtem ko je sadje za razliko od *Cosmopolitana* manjkrat izpostavljeno. Še nekoliko bolj očitna je razlika pri »spisku« nezaželenih živil, saj v *Cosmopolitanu* absolutno prednjačijo sladkarije (še posebno čokolada), medtem ko *Men's Health* najpogosteje omenja gazirane pijače in slane prigrizke.

Ta živila so v *Men's Healthu* dobesedno demonizirana, predstavljena ne samo kot resna grožnja zdravju, ampak celo življenju (o čemer priča naslov *Ubijalec iz pločevinke*). *Cosmopolitan* pri negativni reprezentaciji hitre hrane ne gre v takšne ekstreme, ampak bolj izpostavlja čustva, sklepamo lahko, da ženske reprezentira kot veliko bolj čustvena bitja od moških, zato se posledično še težje uprejo »skušnjavam za mizo«. Hitro hrano zato v *Cosmopolitanu* primerjajo z »ljubeznijo na prvi pogled«, ki »začara« tako z videzom kot vonjem, mastni prigrizki pa so »krut gospodar naših čutov« (*Cosmopolitan* 2007h).

V *Cosmopolitanu* na čustva stavijo tudi pri posledicah uživanja domnevno nezdrave hrane, saj naj bi bralke potem pekla vest, trpela naj bi njihova samopodoba in podobno. Po drugi strani pa so v *Men's Healthu* izpostavljene predvsem posledice za zunanjo podobo, bralcem grozijo, da se z uživanjem nezdrave hrane okoli trebuha začnejo nabirati moteči obroči, medtem ko se lahko z uživanjem zdrave hrane »prižvečite do čvrstega trebuha« (*Men's Health* 2007n).

Seveda se reviji ne moreta izogniti tudi že kar tipičnim moškim in ženskim prehranjevalnim stereotipom, kot sta recimo, da moški pečejo na žaru – »Grilirajte podnevi, flambirajte ponoči« (*Men's Health* 2007k) – in pojedjo veliko mesa ter da se ženske težko uprejo čokoladi in sladkarijam, ki so »Sladka skušnjava« (*Cosmopolitan* 2007a).

### 7.3 Diskurzivne prakse: individualizacija zdravega prehranjevanja

Tekstualna analiza novinarskih prispevkov v *Men's Healthu* in *Cosmopolitanu* je pokazala njuno močno negativno reprezentacijo prehranjevalnih vzorcev, ki odstopajo od prevladujoče ideologije zdravega prehranjevanja. To se kaže že skozi izbor besed, prehranjevanje s hitro hrano, prigrizki, sladkarijami avtorji opišejo kot »basanje s svinjarijo«, ki je za zdravje škodljiva, posamezniki, ki se tako prehranjujejo, pa so predstavljeni kot leni in odvratni ljudje, ki se ne znajo brzdati. Po drugi strani je uživanje zelenjave, sadja, oreškov, vlaknin in rib »uravnoreženo prehranjevanje«, taka hrana je blagodejna za zdravje, posamezniki, ki se tako prehranjujejo, vedo, kaj je dobro za njih, so samozavestni, lepi in odgovorni. Vzpostavljena oziroma konstruirana je torej ne samo delitev na zdravo in nezdravo hrano, temveč tudi na dobre (bogove) in slabe (pujse) ljudi.

Da je vprašanje prehranjevanja prepleteno z moralnim diskurzom, je najbolj očitno pri tem, kako so nekatera živila označena bodisi kot dobra bodisi kot slaba. Dobra živila (na primer sadje in zelenjava) se štejejo za prehransko zdrava in njihovo uživanje pomeni skrbeti za zdravje, medtem ko se slaba živila (na primer sol, smetana in sladkor) štejejo kot škodljiva za zdravje in imajo konotacije z moralno šibkostjo posameznikov (Lupton v Chamberlain in Maden 2004, 585).

Če je torej stališče avtorjev o po njihovem mnenju nezdravih živilih razvidno že ob najosnovnejši tekstualni analizi, so za našo nadaljnjo analizo zanimive tudi implicitne diskurzivne strategije, ki prakse »uravnoreženega prehranjevanja« povezujejo predvsem z ideali zdravja, lepote, uspeha in srečnega življenja. Povezava hitre hrane kot zdravju škodljive in uravnorežene prehrane kot blagodejne za zdravje je v *Men's Healthu* in *Cosmopolitanu* tako rekoč že samoumevna, korak do vsega ostalega pa je pravzaprav kratek. Dovolj je kakšna slika zadovoljnega in vitkega mladega para pod rjuhami ob prispevku o uravnoreženemu jedilniku s petimi obroki ali postavnega mladeniča, ki na žaru pripravlja zelenjavo in piščančje prsi. Te predpostavke iz ozadja, kot jih imenuje Fairclough (v Vezovnik 2009), so pomembne, saj so ideologije najbolj učinkovite ravno takrat, ko so vpeljane v diskurze kot neeksplicitni deli teksta, ki avtorju teksta omogočajo 'tekstualizacijo' sveta na določen način. »Po drugi strani pa po njegovem mnenju hkrati vplivajo na tistega, ki tekst interpretira in s tem doseže reprodukcijo ideologij« (Fairclough v Vezovnik 2009, 172).

Svoje bralke revija *Cosmopolitan* nagovarja neposredno, na precej pokroviteljski način jih prepričuje, da se je prehranjevati zdravo povsem enostavno, tako kot je enostavno tudi

shujšati in potem izboljšati mnenje o sebi. Še bolj neposredni so pri *Men's Healthu*, kjer povsem vlada trojček zdravo prehranjevanje – popoln videz – fantastičen seks.

Tudi sicer je vprašanje zdravega prehranjevanja individualizirano, prikazano izključno v domeni posameznika, saj se je prehranjevati uravnoteženo sila enostavno in nihče se ne more izgovarjati, da tega ni sposoben. Zato so taki posamezniki prikazani v negativni luči, v nekaterih prispevkih celo tako skrajno, da jih primerjajo z živalmi. Seveda so ob tem tematike slabega prehranjevanja kot širšega družbenega problema, na katerega med drugimi opozarja Kaminova (2006, 46), izpuščene, kar je ob predpostavki racionalnega posameznika, ki mu je pripisana možnost izbire ne/zdravega vedenja posebej problematično. Individualizacija odgovornosti za zdravje po njenem mnenju promovira pogled, ki spregleda omejenost individualnih izbir z družbenimi okoliščinami. Kar je popolnoma skladno z logiko potrošniške družbe, ki promovira idejo suverenih potrošnikov, potrošnja kot sfero, ki vključuje vsakogar, izbiro kot temeljni postulat bivanja ipd.

*Socialno-ekonomska dejstva zdravih življenjskih stilov se v primerih odmikov od medicinskih norm le redko upoštevajo, če sploh. Odmiki od norm so vedno predmet moraliziranja, označevanja, stigmatiziranja ipd. Tako so debeli v družbi, kjer je vitkost norma zdravja in dobre telesne kondicije, lahko označeni za lene, ignorantske, socialnokulturne deviante, ki bodo zaradi lastnega nezdravja prej ali slej postali breme ne le sebi, temveč tudi zdravstvenemu sistemu in davkoplačevalcem (Kamin 2006, 47).*

Ob vsem tem je novinarski diskurz v obeh revijah izredno problematičen, trditve so postavljene brez relevantnih virov, prispevki v večini primerov niso podpisani, na splošno je avtorskih vsebin zelo malo. Predpostavljamo lahko, da je v *Men's Healthu* in *Cosmopolitanu* poleg uredniško-novinarske na delu tudi oglaševalska politika, kar lahko sklepamo po tem, da so velikokrat ob »novinarskih« izdelkih umeščeni oglasi ravno na obravnavano temo. In to celo do tega ekstrema, da s prispevkom zavoljo oglaševalca v uredništvu popolnoma spremenijo mnenje o določeni stvari. V rubriki »*Cosmo vikend gurmanka*« so se tako na primer v majski številki razpisali o čokoladi, ker sta bila zraven objavljena kar dva oglasa enega od proizvajalcev čokolad (tudi z nagradno igro za bralke), medtem ko je sicer bila čokolada eno od živil na spisku manj zaželenih.

To pa se dogaja, ker so mediji, kot ugotavlja McManus (1994), pod vse večjim pritiskom komercializacije in konkurenčnega medijskega trga pripravljeni vse bolj brisati meje med

oglasi in novinarskimi vsebinami. To še toliko bolj velja za življenjskostilne revije, kjer po Leganovi (2002) oglaševanje in uredniško-novinarska vsebina vedno bolj nevidno prehajata eden v drugega. »To pa se ne kaže le na vizualnem, na prvi pogled prepoznavnem nivoju, torej na celostni podobi ženskih medijev (revije so zaradi številnih oglasnih strani videti kot oglaševalski medij s prekinitvami), ampak predvsem na tekstualnem, prvemu pogledu prikritem nivoju« (Legan 2002, 92).

Kot ugotavlja tudi Hrženjakova (2002a, 11), pri tem življenjskostilne revije (avtorica konkretno omenja ženske revije, vendar lahko to posplošimo tudi za moške) bralcem »pomagajo« s posredno ponudbo izdelkov in storitev, ki jih oglašujejo na svojih straneh. »Zadnje čase se ta pomoč vse pogosteje seli v prikrito obliko oglaševanja. Bralka misli, da spremlja uredniško vsebino, dejansko pa sodeluje v oglaševalskem diskurzu,« poudarja Hrženjakova.

Vdor tržne logike v novinarski diskurz je viden v vseh fazah sporočanja procesa, zbiranja informacij v slovenskih izdajah *Men's Healtha* in *Cosmopolitana* skoraj ni, ker, kot je bilo že omenjeno, avtorskih vsebin skoraj ni. Večinoma najdemo predvsem prevode besedil iz drugih tujih izdaj te dveh licenčnih revij, besedila o prehranjevanju pa se opirajo predvsem na neke pavšalne raziskave in vire tipa: švedski znanstveniki, ameriška univerza ipd.

Tudi za izbor dogodkov in dejstev lahko z veliko gotovostjo trdimo, da je v ozadju bolj tržna kot uredniško-novinarska logika, saj so tako v *Men's Healthu* kot *Cosmopolitanu* (čeprav tu malenkost manj) besedila pogosto senzacionalistična (le nekaj naslovov: *Hrenovke, salame in rak, Nehajte se nažirati, obvladajte svoj tek, Ko se odrečeš hrani, Nasveti, ki lahko stopijo kilograme*) s stilno izrazito zaznamovanim jezikom. Tudi za oblikovanje novinarskega sporočila lahko zatrdimo, da se pozna vpliv tržne logike, ki briše meje med oglasi in novinarskimi vsebinami in obratno. Zato, kot pravi Leganova, bralke vedno težje razločijo med njimi, kar življenjskostilne revije spreminja v »privlačno obliko za uveljavljanje komercialne popularne kulture« (Legan 2002, 94).

Potrošniki pa vendarle niso le pasivne žrtve medijskih podob, ampak se v njih aktivno prepoznajo. Njihov odnos do revij je ambivalenten. Po eni strani jih privlačijo, v njih najdejo ugodje, na drugi strani jih čutijo kot grožnjo in podrejanje (Hrženjak 2002b, 15). Zaradi odsotnosti formalne institucionalne avtoritete, opremljene z oblastjo, ki daje direktive in izvaja sankcije, se ustvarja vtis, da je tovrstna reprodukcija v celoti prostovoljna in naravna. »V resnici pa je foucaultovska konceptualizacija sodobne disciplinirajoče oblasti veliko bolj prefinjena od klasične koncepcije oblasti avtoritarnega tipa«, trdi Hrženjakova (2002b, 29), saj je povsod in nikjer. Je institucionalno nevezana, anonimna in široko razpršena (prav tam).

Režim sebstva, ki ga ponujajo potrošniške revije, je v celoti osredotočen na potrošnjo, obenem pa revije ponujajo svojevrsten užitek, dobro počutje, celo občutek moči in avtonomije, ko si zamišljajo nakup na primer najnovejše kreme proti gubam, tablete, ki jih bo rešila stresa ipd. Produkcija discipliniranja sodobnega potrošnika v neoliberalnem sistemu na način, da se discipliniranje ujema z užitkom in avtonomijo, je prefinjen oblastni mehanizem neoliberalizma, saj potrošniki, ki trošijo pri svojem samonadzoru in samoregulaciji, uživajo (Hrženjak 2002b).

#### **7.4 Družbene prakse: hrana za potrošnike**

Analiza prispevkov *Cosmopolitana* in *Men's Healtha* na temo prehranjevanja je pokazala, da reviji uravnoteženo dieto z veliko sadja in zelenjave že skoraj na zdravorazumski ravni povezujeta z zdravjem in s tem utrjujeta v družbi že uveljavljeno paradigmo. S tem, ko tovrsten način prehranjevanja predstavijo kot nekaj na dosegu vsakogar in ko bralce/-ke rotijo, naj spremenijo svoje prehranjevalne navade, prispevata tudi k temu, da vprašanje prehranjevalnih vzorcev povsem »prepustita« posameznikom.

Kot opozarja Kaminova, je to popolnoma skladno z logiko potrošniške družbe, ki promovira idejo suverenih potrošnikov, potrošnjo kot sfero, ki vključuje vsakogar, izbiro kot temeljni postulat bivanja ipd. (Kamin 2006, 47). Pri tem pa seveda »spregledajo«, da uravnoteženo prehranjevanje z veliko sveže zelenjave in sadja (po možnosti ekološke pridelave) ni v domeni vsakega posameznika, še posebej v luči socialno-ekonomskih razlik in dostopnosti tovrstnih dragih živil vedno ožjemu krogu ljudi.

Taki problemi v *Men's Healthu* in *Cosmopolitanu* pa ne dobijo prostora. Skrb za zdravo prehranjevanje je prepuščena posameznikom, ki jih obe reviji zalagajo s številnimi nasveti o pravilni izbiri in uživanju živil. Hkrati je v revijah predvsem na psevdoznanstvenem diskurzu utemeljena tudi vzročna povezava med uživanjem tako imenovane nezdrave hrane (mastna in slana živila, sladkarije, svinjina, suhomesnati izdelki ...) in raznimi boleznimi. Reviji veliko zapovedujeta in predpisujeta, kar je osrednja značilnost neoliberalnega diskurza, ki predvsem veliko predpisuje, kaj je treba storiti, medtem ko manj opisuje, kaj se dogaja, s čimer vstopa v polje normativnega določanja zadev (Pikalo v Trdina in Pušnik 2010, 853).

Z zapovedovanjem in predpisovanjem reviji posameznika postavit v položaj, da mora biti neprestano pozoren na svoje prehranjevalne navade in svoje zdravstveno stanje, saj sicer tvega pojav bolezni, za katere je zato lahko odgovoren le sam. Poudarjanje avtonomije, osebne odgovornosti, individualnosti, svobode posameznika in proste izbire prehranjevalnih

praks, pa so še en zaščitni znak neoliberalizma. Slednjega napaja logika individualizma, ki – ne oziraje se na skupnost oziroma družbo – v središče sveta postavlja posameznika (Miller in Rose 2008 v Trdina in Pušnik 2010, 849). Z neoliberalizmom pa je tesno povezana tudi strategija dekontekstualizacije (Trdina in Pušnik 2010, 852). Ta se v analiziranih prispevkih *Men's Healtha* in *Cosmopolitana* kaže predvsem v biomedicinskem in psevdoznanstvenem diskurzu, ki vprašanja o zdravem prehranjevanju in njegovem vplivu na posameznika zreducirata na funkcioniranje posameznih človeških organov, jih naredita ljudem nedostopna z uporabo zapletene medicinske terminologije in poenostavljeno rešita z dvomljivimi znanstvenimi ugotovitvami.

Čeprav je najpomembnejše, pa vprašanje zdravja ni edino, ki ga ti dve reviji spretno povežeta s »primernimi« vzorci prehranjevanja. Ugotovili smo namreč, da diskurz v teh dveh življenjskostilnih revijah uravnoteženo prehranjevanje povezuje tudi z dominantnimi vrednotami vitkosti, lepote, sreče, samouresničitve in (predvsem v *Men's Healthu*) vznemirljivega spolnega življenja, medtem ko je uživanje hitre hrane, sladkarij, prigrizkov ipd. v prispevkih povezano z debelostjo, zatorej tudi z nesrečnim življenjem, izključenostjo iz družbe in osamljenostjo. Ljudje, ki se zdravo prehranjujejo, so končno tudi pametni in dobri ljudje, posamezniki, ki uživajo hitro hrano, pa so ... pujsi!

Več kot očitno je torej, da tudi prek vsebin o prehranjevanju *Men's Health* in *Cosmopolitan* svoje bralce nagovarjajo in konstruirajo kot idealne potrošnike, ki morajo biti neprestano pod pritiskom standardov lepote, uspeha in sreče. Kar pripisujemo predvsem vse večji komercializaciji novinarskega sporočanja procesa, ki je v življenjskostilnih revijah še posebej pereča. Zaradi konkurence med revijami, ki živijo predvsem od oglasnih prihodkov, se meje med oglaševalskih in novinarskim diskurzom se (na veliko veselje oglaševalcev) vedno bolj brišejo, novinarski sporočanja proces pa je v vseh fazah podrejen tržnim kriterijem. V tej zmedi je zato umeščanje dominantne ideologije ter tudi bolj ali manj prikritih oglasnih vsebin še toliko bolj učinkovito.

## 8 SKLEP

Obstoječe raziskave o poročanju medijev na temo prehranjevanja se ukvarjajo predvsem s posameznimi mediji, poglobljenih analiz medijske reprezentacije prehranjevanja tako v moških kot ženskih življenjskostilnih revijah pa ni veliko. Obstoječe raziskave so se osredotočile bodisi na pokrivanje te teme v posameznih moških ali ženskih življenjskostilnih revijah (Aleksander 2003; Crawshaw 2007; Hanson 2007; Davis in Schneider 2010) ali medijsko pokrivanje ženskih oz. moških prehranjevalnih navad v več publikacijah (Gough 2006; Chamberlain in Maden 2004).

Raziskave ugotavljajo, da sta prehranjevanje in zdravje tradicionalno v domeni žensk, zato je tudi analiz medijskih tekstov na temo žensk in prehranjevanja več kot analiz o hrani in prehranjevanju moških. Tistih nekaj analiz medijskega diskurza prehranjevanja moških (Gough 2006, Crawshaw 2007, Hanson 2007) je pokazalo, da je pokrivanje te teme tesno povezano s hegemonskimi definicijami moškosti in zato precej različno kot v ženskih revijah. Temeljna ugotovljena razlika med dietami v *Men's Healthu* in dietami v *Cosmopolitanu* je tako ta, da prve stremijo predvsem k čvrstemu, druge pa k vitkemu telesu (Aleksander 2003). Od posameznikov obe reviji pričakujeta, da so pozorni in pazljivi pri prehranjevanju ter da spremljajo svojo telesno težo in splošno zdravstveno stanje, da bi se na ta način izognili boleznim (Chamberlain in Maden 2004, 585).

Ker lahko na osnovi pregledanih raziskav predpostavljamo, da je področje medijske reprezentacije prehranjevanja moških in žensk še vedno skromno raziskano, smo si v diplomski nalogi zastavili raziskovalno vprašanje, kako tipične moške in ženske življenjskostilne revije reprezentirajo hrano in prehranjevanje ter ali med njimi pri tem obstajajo kakšne razlike.

To smo ugotavljali s kvalitativnimi metodami proučevanja, natančneje kritično diskurzivno analizo, ki je bila priročna ne samo za presojo medijskih reprezentacij prehranjevanja, ampak tudi za razumevanje njenih učinkov in posledic za bralce. Kot vzorec za analizo smo vzeli dvanajst številok revij *Men's Health* in *Cosmopolitan*, za kateri menimo, da sta tako verodostojni predstavnici tipa življenjskostilnih revij kot tudi publikaciji, ki precejšnjo pozornost namenjata hrani in prehranjevanju.

Kot smo ugotovili z analizo prispevkov, je tako na ravni besedišča kot tudi zapletenejših diskurzivnih praks vidno, da *Cosmopolitan* in *Men's Health* utrjujeta uveljavljeno definicijo zdrave diete z veliko sadja, zelenjave, vlaknin, rib in belega mesa, medtem ko živila, kot so hitra hrana, slani in mastni prigrizki, sladkarije, definirata kot zdravju škodljiva. V

analiziranih prispevkih je očitna delitev hrane na dobro in slabo, ključna pa ugotovitev, da so lahko tudi ljudje dobri ali slabi glede na to, katero hrano uživajo. Vprašanje zdravega prehranjevanja je v obeh revijah izrazito individualizirano, skrb za primerne prehranjevalne prakse je prepuščena (naložena) posamezniku, ki je ob neupoštevanju priporočil sam odgovoren za morebitne zdravstvene težave. Taka logika je skladna z neoliberalnim diskurzom, ki v ospredje postavlja odgovornost posameznika za lastno dobrobit in dobrobit družbe, medtem ko skuša vlogo države pri tem zmanjšati na minimum.

Skozi novinarski diskurz o hrani in prehranjevanju poskušata reviji izoblikovati popolnega potrošnika, večno zaskrbljenega za svoj videz, zatorej dovzetnega za vse vrste modnih/kozmetičnih/farmaceutskih/prehrambenih izdelkov, ki jih najdemo v oglasih in prikritih oglasih skoraj na vsaki strani teh revij. Kljub temu, da sta kdaj deklarativno proti pretirani skrbi za zdravo prehranjevanje, pa s svojim diskurzom vendarle večinoma utrjujeta ideale vitkosti in lepote.

Omenjene ideale avtorji v prispevkih implicitno povezujejo tudi s srečo, uspehom, zadovoljivimi spolnimi in medsebojnimi odnosi. Posamezniki, ki visokih standardov niso sposobni doseči, so malo da ne pomilovanja vredni, saj – kot lahko razberemo – zdrava in uravnotežena dieta terja le minimalen trud, ki bo večkratno poplačan z izboljšano samopodobo in bolj uspešnim socialnim življenjem. Pri tem pa spregledajo socialno-ekonomske okoliščine, ki posameznike silijo tudi v drugačne prehranjevalne vzorce, kot jih te revije v prispevkih tako vneto promovirajo.

Seveda se to ne zgodi po naključju, saj so življenjskostilne revije močno odvisne od oglaševalskih prihodkov in zato nagnjene k promoviranju idealov videza in lepote, ki se tako lepo skladajo s potrošniško ideologijo. Tako v *Cosmopolitanu* kot *Men's Healthu* smo ugotovili tudi močno prepletenost novinarskih vsebin o prehranjevanju z oglaševalskimi, brisanje meja med njimi v obe smeri: oglasi bi najraje bili novinarski prispevki, ti pa so vse bolj podobni oglasom.

V sami konstrukciji zdrave in nezdrave hrane v *Men's Healthu* v primerjavi s *Cosmopolitanom* ni velikih razlik, ugotovili pa smo, da so med zdrava in nezdrava živila pogosteje uvrščena tista živila, ki jih že tradicionalno bolj povezujemo z ženskami oziroma moškimi. Tako so na primer čokolada in sladkarije kot domnevno nezdrava živila v *Men's Healthu* za razliko od *Cosmopolitana* le malokrat omenjena, medtem ko so po drugi strani pogosto izpostavljeni gazirane pijače, slani prigrizki in mastna hrana. Razlike med *Men's Healthom* in *Cosmopolitanom* smo ugotovili tudi pri tem, kakšne posledice poleg zdravstvenih izpostavljata pri uživanju nezdrave hrane. Medtem ko *Cosmopolitan* poudarja



predvsem ženska čustva in samopodobo, pa *Men's Health* v ospredje eksplicitno postavlja zunanjo podobo, torej kakšne posledice ima lahko domnevno nezdrava hrana za postavo. V *Cosmopolitanu* popolna postava ni tako pogosto in eksplicitno omenjena, kar pa ne pomeni, da je takšnih sporočil v prikriti obliki manj.

Ob tem pa moramo na koncu vendarle poudariti, da se kljub vsemu predvsem v *Cosmopolitanu* občasno pojavi tudi kakšen članek, ki lepotni mit in obsesijo zdravega prehranjevanja kritizira, vendar to ne pomeni, da tega mita po drugi strani ne bi še v isti številki utrjevala kopica drugih prispevkov. Če se lahko malo pošalimo, so pri *Men's Healthu* pri tem veliko bolj zvesti sami sebi, za njih srednje poti ni, moški ni moški, če ne poje veliko zrezkov in zelenjave ter spije veliko beljakovinskih napitkov, kar mu omogoča, da blesti na vseh področjih.

## 9 LITERATURA

- Aleksander, Susan M. 2003. Stylish Hard Bodies: Branded Masculinity in Men's Health Magazine. *Sociological Perspectives* 46 (4). Dostopno prek: [http://www.jstor.org.nukweb.nuk.uni-lj.si/stable/pdfplus/10.1525/sop.2003.46.4.535.pdf? acceptTC=true](http://www.jstor.org.nukweb.nuk.uni-lj.si/stable/pdfplus/10.1525/sop.2003.46.4.535.pdf?acceptTC=true) (1. junij 2011).
- Aleksić, Jelena. 2001. Ideologija hrane: karnivorstvo vs. vegetarijanstvo. *Teorija in praksa* 38 (2). Dostopno prek: <http://dk.fdv.uni-lj.si/tip/tip20012Aleksic.PDF> (27. junij 2011).
- Beardsworth, Alan in Teresa Keil. 1997. *Sociology on the Menu. An invitation to the study of food and society*. London: Routledge.
- Bedenik, Lidija. 2006. *Prehranjevalni vzorci/navade otrok in mladostnikov*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Chamberlain, Kerry in Helen Madden. 2004. Nutritional Health Messages in Women's Magazines: A Conflicted Space for Women Readers. *Journal of Health Psychology* 9 (4). Dostopno prek: <http://hpq.sagepub.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/content/9/4/583.full.pdf+html> (1. junij 2011).
- *Cosmopolitan*. 2007a. Cosmo vikend gurmanka, (februar).
- --- 2007b. Opusti diete, začni hoditi na zmenke, (februar).
- --- 2007c. Nasveti, ki lahko stopijo kilograme, (februar).
- --- 2007č. Cosmo vikend gurmanka, (marec).
- --- 2007d. Ko se odrečeš hrani, (april).
- --- 2007e. Čimbolj se izogibaj sladkorju, (april).
- --- 2007f. Cosmoskop, (maj).
- --- 2007g. Zakaj prigrizki niso zdravi, (avgust).
- --- 2007h. Brzdaj svojo željo po hitri hrani, (avgust).
- --- 2007i. Si nespamenta pri prehranjevanju, (avgust).
- --- 2007j. Jej in v tem uživaj, (november).
- Crawshaw, Paul. 2007. Governing the healthy male citizen: Men, masculinity and popular health in Men's Health magazine. *Social Science & Medicine* 65 (8). Dostopno prek: <http://www.sciencedirect.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/science/article/pii/S0277953607002894> (22. junij 2011).

- Crewe, Ben. 2003. *Representing Men: Cultural Production and Producers in the Men's Magazine Market*. Oxford, New York: Berg.
- Davis, Teresa in Tanja Schneider. 2010. Fostering a hunger for health: Food and the self in The Australian Women's Weekly. *Health Sociology Review* 19 (3). Dostopno prek: <http://web.ebscohost.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=d3c05142-18b5-4a4a-a1f2-2cca956aba2f%40sessionmgr13&vid=2&hid=9> (1. junij 2011).
- Erjavec, Karmen in Melita Poler Kovačič. 2007. *Kritična diskurzivna analiza novinarskih prispevkov*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Fairclough, Norman. 1995. *Media Discourse*. London: Edward Arnold.
- --- 2003. *Analysing discourse: textual analysis for social research*. London: Routledge.
- Ford, Brian J. 2000. *The Future of Food*. New York: Thames & Hudson.
- Fowler, Roger. 1991. *Language in the news: discourse and ideology in the press*. London: Routledge.
- Gitlin, Todd. 1980. *The whole world is watching: mass media in the making and unmaking of the New Left*. Los Angeles: University of California Press.
- Gough, Brendan. 2006. Real men don't diet: An analysis of contemporary newspaper representations of men, food and health. *Social Science & Medicine* 64 (2). Dostopno prek: [http://www.sciencedirect.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/science?\\_ob=MImg&\\_imagekey=B6VBF4M6SG8V-2-1&\\_cdi=5925&\\_user=4776866&\\_pii=S0277953606004795&\\_origin=gateway&\\_coverDate=01%2F31%2F2007&\\_sk=999359997&view=c&wchp=dGLbVzz-zSkzV&md5=73e5a307e5e0c498d8e0b9aa564780fe&ie=/sdarticle.pdf](http://www.sciencedirect.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/science?_ob=MImg&_imagekey=B6VBF4M6SG8V-2-1&_cdi=5925&_user=4776866&_pii=S0277953606004795&_origin=gateway&_coverDate=01%2F31%2F2007&_sk=999359997&view=c&wchp=dGLbVzz-zSkzV&md5=73e5a307e5e0c498d8e0b9aa564780fe&ie=/sdarticle.pdf) (1. Junij 2011).
- Hall, Stuart. 2004. Delo reprezentacije. V *Medijska kultura: kako brati medijske tekste*, ur. Breda Luthar, Vida Zei, Hanno Hardt, 33–96. Ljubljana: Študentska založba.
- Hanson, Christopher. 2007. How Healthy Is Men's Health? *Columbia Journalism Review* 46 (3). Dostopno prek: <http://web.ebscohost.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=b869e3b9-83d6-4d98-ad7f-dec6e7290606%40sessionmgr15&vid=2&hid=9> (1. junij 2011).

- Hartley, John. 2004. Novinarstvo in vizualizacija resnice. V *Medijska kultura: kako brati medijske tekste*, ur. Breda Luthar, Vida Zei, Hanno Hardt, 179–209. Ljubljana: Študentska založba.
- Hrženjak, Majda. 2002a. Uvod. V *Njena (re)kreacija: ženske revije v Sloveniji*, ur. Majda Hrženjak, 10–12. Ljubljana: Mirovni inštitut.
- --- 2002b. Biopolitika teles v ženskih revijah. V *Njena (re)kreacija: ženske revije v Sloveniji*, ur. Majda Hrženjak, 14–30. Ljubljana: Mirovni inštitut.
- Jackson, Peter, Nick Stevenson in Kate Brooks. 2001. *Making Sense of Men's Magazines*. Cambridge: Polity Press.
- Jontes, Dejan. 2010. *Novinarstvo kot kultura: miti in vrednote*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Kamin, Tanja. 2006. *Zdravje na barikadah: dileme promocije zdravja*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Košir, Manca. 1988. *Nastavki za teorijo novinarskih vrst*. Ljubljana: Državna založba Slovenije.
- Legan, Jerca. 2002. Ženske revije kot oglaševalski medij. V *Njena (re)kreacija: ženske revije v Sloveniji*, ur. Majda Hrženjak, 92–111. Ljubljana: Mirovni inštitut.
- Lupton, Deborah. 1996. *Food, the Body and the Self*. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications.
- Luthar, Breda. 2001. Žurnalizem: Poetika skupnosti pod krinko kronologije dogodkov. *Teorija in praksa* 38 (2): 201–212.
- Luthar, Breda. 2004. Uvod. V *Medijska kultura: kako brati medijske tekste*, ur. Breda Luthar, Vida Zei in Hanno Hardt, 240. Ljubljana: Študentska založba.
- Macdonald, Myra. 2003. *Exploring Media Discourse*. New York: Oxford University Press.
- McManus, John H. 1994. *Market-Driven Journalism: Let the Citizen Beware?* Thousand Oaks: Sage.
- McNair, Brian. 1998. *The Sociology of Journalism*. New York: Oxford University Press.
- Mennell, Stephen, Anne Murrcott in Anneke H. Van Otterloo. 1993. *Sociology of Food: Eating, Diet and Culture*. London: SAGE Publications.
- *Men's Health*. 2007a. Jejite kot pujs, izgledajte kot lev, (januar).
- --- 2007b. Trinajsto prase, (januar).

- --- 2007c. MH priporočila, (februar).
- --- 2007č. Odpravite odvisnost od hitre hrane, (februar).
- --- 2007d. Nehajte se nažirati, obvladajte svoj tek, (februar).
- --- 2007e. Prehranske novice, (april).
- --- 2007f. Hrenovke, salame in rak, (april).
- --- 2007g. Kupite enkrat, jejte ves teden, (maj).
- --- 2007h. Podaljšajte si življenje za dve leti, (junij).
- --- 2007i. Paradižniki: novi aspirin?, (julij).
- --- 2007j. Prehranske novice, (julij).
- --- 2007k. Pojedina z žara za vitko telo, (september).
- --- 2007l. Prehranske novice, (september).
- --- 2007m. Prehranske novice, (oktober).
- --- 2007n. Prižvečite se do čvrstega trebuha, (december).
- --- 2007o. Ne jejte kot pujs, bodite kot bog, (december).
- Miller, Toby in Alec McHoul. 1998. *Popular Culture and Everyday Life*. London: SAGE Publications.
- *Nacionalna raziskava branosti*. 2007. Dostopno prek: <http://www.nrb.info/podatki/2007-1.html> (18. februar 2008).
- Richardson, John E. 2007. *Analysing Newspapers: An approach from critical discourse analysis*. New York: Palgrave Macmillan.
- Rose, Nikolas. 2001. The Politics of Life Itself. *Theory, Culture & Society* 18: 1–30.
- Stankovič, Peter. 2002a. Kulturne študije: pregled zgodovine, teorij in metod. V *Cooltura*, ur. Aleš Debeljak, Peter Stankovič, Gregor Tomc in Mitja Velikonja, 11–70. Ljubljana: Študentska založba.
- Stevenson, Nick, Peter Jackson in Kate Brooks. 2000. The politics of 'new' men's lifestyle magazines. *European Journal of Cultural Studies* 3 (3). Dostopno prek: <http://ecs.sagepub.com/content/3/3/366> (4. junij 2011).
- Tivadar, Blanka. 2009. *Naša žena* med željo po limonini lupinici in strahom pred njo: zdrava hrana v socializmu. *Teorija in praksa* 25 (61): 7 – 23.
- Trdina, Andreja in Maruša Pušnik. 2010. Novinarsko upovedovanje neoliberalizma. *Teorija in praksa* 47(4): 843–865.

- Vendramin, Valerija. 2002. Primer kulture ženskosti: Cosmo na delu. V *Njena (re)kreacija: ženske revije v Sloveniji*, ur. Majda Hrženjak, 78–90. Ljubljana: Mirovni inštitut.
- Vezovnik, Andreja. 2009. *Kritična analiza diskurzivne konstrukcije kolektivnih identifikacij: primer Slovenstva*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.