

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Urška Ameršek

Reprezentacija žensk v preobrazbenih resničnostnih šovih: Primer Plain Jane

Magistrsko delo

Ljubljana, 2017

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Urška Ameršek

Mentor: doc. dr. Dejan Jontes

Reprezentacija žensk v preobrazbenih resničnostnih šovih: Primer Plain Jane

Magistrsko delo

Ljubljana, 2017

Reprezentacija žensk v preobrazbenih resničnostnih šovih

Magistrsko delo raziskuje reprezentacijo žensk v preobrazbenih resničnostnih šovih. V izbranem primeru, šovu Plain Jane, poskušam ugotoviti, kako so predstavljene ženske in kakšne ideje ter pomeni se z reprezentacijo ustvarjajo. Epizode so analizirane z uporabo multimodalne metode, ki vključuje analizo teksta, diskurzivnih praks in stilističnih elementov. Multimodalno sta obravnavana ženski spol in odnos do njega. Ženska je reprezentirana v diskurzih, ki jo poskušajo umestiti v določen okvir. Eden najpomembnejših pritiskov, ki so v šovu usmerjeni na ženske, je preobrazba ženske in njenega sebe, neposredno pa se preobrazba utemelji tudi v fizičnem videzu, ki je temelj moškega pogleda na ženski spol. Ženska je prikazana kot neoliberalni objekt, ki se v duhu postfeminizma bori za opaznost in uspešnost tako na področju dela kot tudi (heteroseksualnih) odnosov. Njen uspeh se meri po tem, kako uspešno se je zmožna prilagoditi t. i. normativnim ženskim praksam. Magistrsko delo poskuša odkriti in pojasniti načine reprezentacije, ki definirajo žensko in utrjujejo normativne ideje in prakse spola.

Ključne besede: medijska reprezentacija, preobrazbeni resničnostni šovi, prakse samodiscipliniranja, razred.

Presentation of women in makeover reality television shows

The thesis is concerned with the position of female transformational reality shows through the concept of presentation. Through reality TV show Plain Jane and its' presentation of candidates created ideas and implications of women will be discovered. The present work analyzes the episodes through multimodal analysis, which includes an analysis of the text, discursive practices and stylistic elements through which normative of femininity is forced. Women are presented through discourses that attempt to place her in a gendered context. One of the major projects is the transformation of women through its selfhood and later transformation of physical appearance which is the foundation of the male gaze on female. The woman is shown as neoliberal object, which is fighting for visibility and success in the field of work and (heterosexual) relationships. The success of women is measured in a way, how successfully she is able to adapt to the so-called normative female practices. Master's thesis seeks to uncover and explain the ways of representation, framing the feminine and reinforcing of normative ideas and practices of gender.

Key words: media presentation, makeover reality television, self-disciplinary practice, class.

KAZALO VSEBINE

1 UVOD	5
2 REPREZENTACIJA IN MEDIJI.....	8
3 DISKURZ IN FOUCAULT	12
3.1 FOUCAULT IN ŽENSKI SPOL.....	13
4 TELO IN SEBSTVO	16
4.1 PRAKSE TELESNEGA SAMODISCIPLINIRANJA IN NEOLIBERALIZEM	19
5 DRUŽBENO-KULTURNI KONTEKST IN RESNIČNOSTNA TELEVIZIJA.....	22
5.1 RAZMERJE MED RESNIČNOSTNO TELEVIZIJO IN RAZREDOM	24
6 KRITIČNA ANALIZA DISKURZA.....	28
6.1 MULTIMODALNA KRITIČNA ANALIZA DISKURZA.....	29
7 ANALIZA PREOBRAZBENEGA RESNIČNOSTNEGA ŠOVA PLAIN JANE.....	30
7.1.1 ANALIZA STILISTIČNIH ELEMENTOV – EPIZODA 1.....	37
7.2 ANALIZA TEKSTA IN DISKURZIVNIH PRAKS – EPIZODA 2.....	38
7.2.1 ANALIZA STILISTIČNIH ELEMENTOV – EPIZODA 2.....	41
7.3 ANALIZA TEKSTA IN DISKURZIVNIH PRAKS – EPIZODA 3.....	42
7.3.1 ANALIZA STILISTIČNIH ELEMENTOV – EPIZODA 3.....	45
8 ZAKLJUČEK.....	47
9 LITERATURA	49

1 UVOD

Predmet magistrskega dela je reprezentacija žensk v resničnostnih televizijskih oddajah, ki udeleženkam ponujajo preoblikovanje oz. preobrazbo navad, oblačenja in dela sebstva. Zdi se, da so nove oblike resničnostnih formatov bolj liberalne od klasičnih televizijskih žanrov, vendar bom poskušala pokazati, da v njih zavzeti vidiki o ženskem spolu, ženskem vedenju in njihovi identiteti niso nevtralni. Resničnostni šov je eden od medijskih žanrov, ki temeljijo na obsedenosti gledalcev z življenjskimi stili in jim »ponujajo emocionalno povezavo z upanji in aspiracijami občinstva z vsega sveta« (Palmer 2008, 1). Pri raziskovanju stanja tega preobrazbenega šova bom uporabila multimodalno kritično diskurzivno analizo, ki je usmerjena na več ravni teksta.

Izhodišče raziskovanja je predpostavka, da je medijski svet simbolno bogat sistem z elementi, ki imajo pomen tako za gledalce kot za ustvarjalce vsebin. To povezavo je zaznal Stuart Hall (2004), ki uporablja konstruktivistični pristop k medijskemu raziskovanju. Skupni sistem konceptov namreč omogoča uvid v medijske vsebine, ki so polne pomenov, vendar ti pomeni niso nepristranski. Prežete so z nasprotujočimi si diskurzi, med katerimi poteka boj na ideološki ravni in za prevlado nad pomeni. John Fiske (1987) govori o televiziji kot o konvencionalnem mediju, ki koristi tako gledalstvu kot ustvarjalcem programa – gledalci iščejo užitek v znanih televizijskih formah, ustvarjalci pa imajo pri tem najnižje možne stroške. Po Fiskovem mnenju je ideološko obarvana že forma samega medija, kakršen je televizija, saj sledi ekonomskim načelom trga. Televizija pa ne deluje le v okviru institucije in dobička, ampak odraža različne ideološke težnje družbe, ki se kažejo na vseh ravneh televizijskih vsebin.

Eno pomembnejših vprašanj mojega dela je, kako so v času, ko so v prostor ženskega diskurza začele prodirati netradicionalne ženske vloge, v teh oddajah predstavljene ženske. Boj za enakopravnost je status ženskega spola sicer približal privilegiranemu moškemu, kar pa še ne pomeni, da je s tem stereotipiziranje žensk opuščeno in da so prevladale netradicionalne ženske vloge. Socio-ekonomski status žensk v zahodnem svetu se je nedvomno izboljšal, vendar ni nujno, da se je s tem izboljšal tudi njihov položaj v razmerju do moških in patriarhata. Po ugotovitvah Angele McRobbie (2004) je politična sfera feminizem dodobra izkoristila in ga navezala na neoliberalna načela individualiziranosti in opolnomočenosti žensk, tako da njihovo delovanje spominja na sodobno podjetje, hkrati pa

so potrošni objekt. Z analizo bom poskušala v obravnavanih oddajah prepoznati tudi ta koncept postfeminističnega diskurza.

Pri razlagi ključnih pojmov stilske preobrazbe žensk in njihovih želja po izboljšanjem telesa, tj. samonadzora in samodiscipline, je v pomoč Foucaultovo razumevanje sodobne oblasti, ki deluje na mikroravni in ju pravzaprav omogoča. Foucault se sicer ne ukvarja prav z ženskim spolom, na kar so opozorile nekatere feministke (Bordo 2003, Bartky 1998). Za razlago delovanja in povezave med samim medijskim sistemom in reproduciranjem diskurzov o ženskosti in moškosti pa je pojem oblasti ključen. Po foucaultovsko lahko rečemo, da se mikrooblast vtihotapi tudi v najmanjše strukture družbe in njene prakse, kar omogoči izvajanje učinkovitega nadzora. V neoliberalnem sistemu je dodatna prednost pri tem obstoj normativne ženskosti, s katero je mogoče posredno kontrolirati načela prostega trga, ki so predvsem v domeni moških. Mediji kot ideološki aparat in prenašalci pomenov, ki prikazujejo tovrstne prakse discipliniranja članov družbe, pogosto posredujejo prevladujoče ideologije ženskosti in tako pripomorejo k reproduciranju idej srednjega razreda.

V magistrskem delu bom vprašanja o ženskem spolu in njihovi reprezentaciji opazovala v preobrazbenem resničnostnem šovu Plain Jane. V njem ne uporabljajo skrajnih oblik stilske preobrazbe, kot je spreminjanje telesa s plastičnimi operacijami, ampak je v središču pozornosti korekcija ženskosti na ravni oblačenja in obnašanja. Ključno je prepoznavanje neustreznosti kandidatki, ki so v procesu preobrazbe, prek sramu in neustreznosti pa se lahko jasneje pokažejo in prevladajo vrednote na ženske vezane vrednote srednjega razreda, ki na televiziji zavzemajo osrednjo vlogo oz. so postavljene za vzor. Čeprav udeleženk ne spreminjajo s plastičnimi operacijami, pa to ne pomeni, da popravki niso ekstremni: močno namreč posegajo v njihove navade, slog oblačenja in obnašanje. Tako v eni od epizod kandidatki namestijo kar električno ovratnico, da jo voditeljica sproži ob neustrezni komunikaciji z moškimi. Sodelovanje v takšnih praksah je seveda konsenzualno, vendar bi težko rekli, da so takšne metode discipliniranja zelo drugačne od tradicionalnih oblik kaznovanja. Tipična podoba ženske kot gospodinje v medijih res ni več prevladujoča, vendar so posredovane zahteve in pričakovanja, ki naj bi jim ženske zadostile, podobno neizprosne. Od žensk se danes na mnogih področjih pričakuje samodisciplina, s katero bodo dosegle ustrežanje vzorcem normativne ženskosti. Obstajajo torej skupine telesnih in osebnostnih značilnosti žensk in njihovih praks, ki so družbeno prepoznane kot škodljive in napačne ali pa

kot sprejemljive in zaželene. Žensko v medijih še vedno prikazujejo kot zaželen seksualni objekt. Po besedah Laure Mulvey (1999, 837), ki je to področje raziskovala s psihoanalitskega vidika, je ženska pasivni objekt, ki ji moški dodaja pomene. Eno od sredstev za to so na primer posnetki v filmih, narejeni tako, da erotični naboj, ki ga vsebuje fizični videz ženske, ustavi tok dogajanja. Gledanje je vedno užitek, ki ga je mogoče razložiti tudi psihoanalitično.

Raziskovalna vprašanja, ki bodo vodila analizo, so:

- Kako so ženske reprezentirane v različnih oblikah teksta (transkripcija govora, zvok, slika) in ali se kažejo tradicionalni diskurzi moškosti/ženskosti?
- Kakšna vloga in podoba ženske sta v ospredju reprezentacije in ali se te vloge lahko povežejo z neoliberalnimi vrednotami?

Raziskava bo metodološko temeljila na multimodalni kritični diskurzivni analizi. K odločitvi o uporabi metode je ob gledanju šova pripomoglo vprašanje širšega nabora pomenov, ki niso vsebovani samo v govoru oz. jeziku, ampak tudi v sliki in zvoku, ki ju omogoča kamera. Teksti so z vznikom novih tehnologij namreč postali multimodalni in jih tako zaznamuje več semiotičnih struktur, ki ne smejo biti zanemarjene – ne posamično ne kot skupek naborov pomenov, ki jih ustvarjajo (Kress, Garcia in Leeuwen 1997). Za analizo bodo izbrane tri epizode iz prve sezone šova Plain Jane, ki gledalke poučuje o ustrezni ženskosti, in sicer je to ženskost, še vedno ujeta v tradicionalne vloge in predstave o ženskem spolu. Analiza bo usmerjena na tri ravni: na tekst (transkripcijo verbalnega v oddaji) kot najpomembnejšo, poleg tega pa še na stilistične elemente (zvok, slika, kamera) in diskurzivne prakse. Predvidevati je mogoče, da se ravni med sabo dopolnjujejo in pripomorejo k pomenski koherentnosti celotnega teksta oz. posamezne epizode. Ko se epizoda konča, udeleženci preobrazba v feminilno in prilagojeno žensko po velikih osebnih naporih prinese težko prisluženo nagrado, v gledalkah pa se ob spremljanju tega procesa vzbudijo predstave, kakšna naj bi ženska bila: zase si želijo enak rezultat – izboljšanje sebstva, privlačno fizično podobo ter ugajanje moškim in zbujanje njihovega zadovoljstva. K vpogledu v to raven teksta nam pomaga pojem reprezentacije, podrobno opisan v naslednjem poglavju.

2 REPREZENTACIJA IN MEDIJI

Stuart Hall, ki je načrtoval okvire britanskih kulturnih študij ter k raziskovanju medijev in komuniciranja prispeval pomembne teze o znakih in njihovih pomenih, ki se vežejo s kulturo, reprezentacijo definira kot »ključni del procesa, v katerem člani iste kulture proizvajajo pomen in si jih izmenjujejo« (2004, 35). Skupna točka uspešnosti in obstoja reprezentacije je torej obstoj skupne kulture, ki jo združujejo skupni jezik in skupne mentalne sheme, prek katerih se lahko prepoznavajo in izmenjujejo pomeni. Fizični svet je tako zunanja referenca, ki nam pomaga oblikovati mentalne koncepte – konceptualne zemljevide, na podlagi katerih člani družbe oblikujejo skupne pomeni. To pomeni, da obstajata dva sistema reprezentacije, ki sta v korelaciji in soobstajata. Konceptualni zemljevidi obstajajo prav prek jezika, saj je jezik tisti, ki omogoča pretvorbo konceptov v različne znake. Hall (prav tam, 39) razlaga, da je »jezik kateri koli zvok, beseda, podoba ali predmet, ki funkcionira kot znak in je z drugimi znaki organiziran v neki sistem, ki lahko vsebuje in izraža pomen«. Poimenovanje znaka tako pripomore k širšemu razumevanju komuniciranja, ki je več kot le sam jezik, je torej presežek jezika v smislu navadnih besed, ob katerih najprej pomislimo na jezik. Znake razvršča na ikonične, ki so vizualni, in indeksične, ki so pisni ali govorjeni, odnos med tema strukturama pa lahko obstaja le v sistemu reprezentacije s skupnimi kodi (prav tam, 39).

V povezavi s produkcijo pomena prek jezika Hall razlikuje tri razlage: reflektivni, intencionalni in konstruktivistični pristop (prav tam, 44–46). Reflektivni pristop temelji na predpostavki, da je pomen vsebovan v samih predmetih, ki so navzoči v fizičnem svetu. To bi pomenilo, da ima določen predmet v okolju že vsebovano samo instanco oz. pomen. Ta pristop zlahka ovržemo, ko ugotovimo, da povezava med temi znaki in jezikom ni fiksna, ampak arbitrarna. Npr. med vrati kot fizično obliko, ki ločuje posamezne prostore, in črkami V, R, A, T, A ni nujne povezave, če se naš konceptualni zemljevid ne ujema s podobo vrat in samo besedo vrata. To področje urejajo skupni kodi, ki fiksirajo pomen s samim znakom.

Intencionalni pristop se opira na tvorca besedila, torej avtorja, in ga označuje kot tistega, ki ima kontrolo nad proizvajanim pomenom. Avtorju je pripisan popoln nadzor nad pomeni, kar pa je v konceptu skupne kulture pomanjkljivo, saj se »mora podrediti jezikovnim pravilom, kodom in konvencijam« (prav tam, 45). Posameznikovo izražanje tako vedno nastaja iz določene kulture. Podobno tezo je mogoče postaviti na podlagi teorije hipodermične igle, ki pri pojasnjevanju vpliva medijev gledalcu pripiše vlogo nemega sprejemnika mediatiziranega.

To bi pomenilo, da kot gledalci televizijskih šovov sprejemamo vsa neposredna in posredna prizadevanja ustvarjalcev, ki želijo ustvariti točno določeni pomen.

Konstruktivistični pristop poudarja pomen posameznikovega delovanja prek družbenega. Ta pomen ni konstruiran v predmetih samih, ampak se oblikuje v jeziku oz. z znaki, s katerimi predstavljamo svoje konceptualne zemljevide.

Hallova interpretacija reprezentacije je pomembna, ker pomen prepoznava kot konstrukt in ga prevede kot konstrukt označevanja. V jeziku in z jezikom se namreč ustvarja pomen, ki je kulturno predpisan in konstruiran. V televizijskih vsebinah uporabljeni jezik konstruira pomene, ki jih percipirajo gledalci, hkrati pa so tudi ti sami aktivni tvorci pomenov. Ta proces omogočajo skupni kodi, ki ustvarjajo pomene v določeni kulturi. Skupni kodi so tudi kulturno specifični in se vežejo na določena družbena področja, teme ali celo posameznike. Priljubljenost resničnostnih šovov bi lahko pojasnili na podlagi skupnih konceptualnih zemljevidov in kodov, ki nagovarjajo gledalce. Preobrazbeni resničnostni šovi s svojimi značilnimi elementi, nedvomno pripomorejo k ustvarjanju in razumevanju kulturno specifičnih skupnih pomenov. Bolj ko so ti skupni kodi široko razumljeni, večje gledalstvo lahko dosežejo. Tako sklepanje potrjujejo tudi primeri šovov, ki so bili v nekaterih državah izjemno priljubljeni, v drugih pa sploh ne. Mediji pa niso sami ustvarjalci diskurzov, ampak ti obstajajo v družbeni realnosti – mediji to realnost pomagajo reproducirati. Reprezentacija uspešno deluje tudi pri ustvarjanju razlik med različnimi družbenimi strukturami. Tako tudi pri reprezentaciji spolnih razlik v medijih lahko opazimo, da gledalci v njih posredovane pomene prepoznavajo in črpajo iz družbene strukture.

Razlikovanje in ločevanje med ženskim in moškim spolom ni samo biološko, ampak je podvrženo tudi družbenemu razlikovanju in definiranju. Definicija družbeno konstruiranega spola nam pomaga prepoznati značilnosti, ki se zdijo posledica naravnih razlik med moškim in ženskim spolom, vendar nastajajo v družbeni interakciji. Pričakuje se, da ljudje izpolnjujejo tudi svoje vloge, vezane na definicije ženskosti in moškosti, ki se so se oblikovale in se reproducirajo v različnih družbenih okoliščinah. Socializacija kot konstitutivni element reprodukcije tudi ustvarja in poustvarja družbeni spol. Različno vzgajanje žensk in moških je posledica širše prepoznanih družbenih prepričanj in elementov, ki omogočajo nemoteno delovanje trenutnega družbenega reda. Tako se pri vzgoji moških oz. žensk uporabljajo

tipični diskurzi, ki veljajo za moški oz. ženski spol. Mediji so eden od katalizatorjev diskurzov moškosti in ženskosti. Pri razvoju in socializaciji ima otrok »dve vrsti virov modelov – dom in šolsko okolje ter množične medije« (Gunter 1995, 4). Množični mediji torej sodelujejo v reprezentacijah ženskosti in moškosti – jih reprezentirajo in hkrati reproducirajo.

Reprezentacije žensk in njihovih vlog so odvisne od prevladujočih ideologij. Te poskušajo uokviriti pomene in jih postaviti v polje prevladujočih diskurzov, ki ideologijam dajejo legitimnost. Prikazovanje žensk v medijih torej veliko pove o prevladujočih diskurzih ženskosti, hkrati pa se nam ob tem postavi vprašanje, kakšne so posledice takšnih reprezentacij za reproduciranje že obstoječega naravnega stanja, ki se vzpostavlja pri naturalizaciji ženskosti in ženskih praks. Ros Ballaster in drugi (2004, 244) so pri raziskovanju reprezentacij ženskosti v revijah postavili tri pomembne teze, ki jih je mogoče uporabiti tudi pri opazovanju žensk v preobrazbenih resničnostnih šovih.¹ Prva se navezuje na razmerje med socialno in ekonomsko realnostjo ženske in realnostjo, ki jo projicira revija, druga na različne modele ženskosti, tretja pa na obravnavanje ženske kot potrošnice tekstualnega sporočila in dobrin (prav tam). Preobrazbeni resničnostni šovi diskurze ženskosti poskušajo poenotiti in ženski spol prikazujejo neodvisno od rase, vere ali družbenega razreda. Obenem se od žensk pričakuje potrošnja – tako v smislu spremljanja televizijskega žanra kot tudi kupovanja dobrin, ki se v teh šovih pojavljajo. Modeli ženskosti v teh šovih so sicer lahko raznovrstni, vendar vedno ostajajo znotraj ideoloških meja, ki jih konstruirajo. Ta pojav so akademsko utemeljile feministke, pozneje pa ga je v ženskih revijah prepoznala tudi Angela McRobbie (2013, 129): te revije bralkam predpisujejo in privzgamajo prakse, z uporabo katerih naj bi se socializirale v prevladujoči srednji razred in njegov milje.

Ena od ideologij, ki v medijski produkciji močno prevladujejo, je heteronormativnost. V preobrazbenih šovih se prepleta s profesionalno poklicno mobilnostjo in skupaj vodita v prilagoditev idealnemu modelu ženskosti (Sender 2012, 36). Ženska je na podlagi svoje osebnosti, telesnih značilnosti in praks reprezentirana kot ustrezen tip ženske ali pa kot nosilka pretiranih in neustreznih značilnosti, ki bi jih bilo treba preoblikovati. Ob koncu šestdesetih let je Gerbnerjeva raziskava televizijskih vsebin pokazala, da so ženske v njih v

¹ Annette Hill (2005, 15) je nastanek resničnostne televizije povezala s tremi predhodniki: tabloidnim novinarstvom, dokumentarno televizijo in popularno zabavo. Dokumentarni žanrski program je z revijami in zabavnimi oddajami tekmoval tako, da je prevzel komponento zabave in se tako preoblikoval v televizijo.

manjšini (v Gunter 1995, 10). Ženske vloge so bile takrat redkejše, večji del reprezentacij so zajemale moške televizijske vloge. Tudi nekaj desetletij pozneje, kot je Martha M. Lauzen (2014) zapisala v poročilu 2013–2014 o ženskah na televiziji, so ženske vloge še vedno redkejše kot moške; ženske v različnih oddajah so mlajših let, večinoma belke, moški pa so starejši in v večjem deležu kot ženske predstavljeni pri svojem delu in poklicu. Moški so torej še vedno predstavljeni v vlogi tistih, ki služijo, in predstavljeni s poklicem. Ženske s poklicem pa so velikokrat prikazane kot neuspešne v zakonskih zvezah in družinskem življenju, kar namiguje na žensko nezmožnost obvladovanja multiplih sfer svojega življenja (Manes in Melnyk, prav tam, 17). Torej so še ohranjeni že več desetletij stari stereotipi o ženskah, ki gledalcem posredujejo ideje o realnem svetu in možnostih obvladovanja tega sveta. Moški so še vedno umeščeni v javno sfero, ženskam pa je prepuščena skrb za gospodinjstvo in čustveno oporo (Bordo 2003, 118). Takšne reprezentacije so odraz ideologij, ki ženski položaj v družbi navezujejo samo na biološke značilnosti in ne nazadnje ženski pripišejo vlogo gospodinje. Po drugi strani pa je s pojavom in vse večjo priljubljenostjo oddaj o življenjskih slogih zaslovelo veliko moških kuharjev, ki so za kuhanje plačani. Kot pravi Solier (v Meršak 2014, 81), v kuharskih oddajah poteka »indoktrinacija gledalcev v hegemonске režime družbenega spola ter tudi nacionalne identitete, etničnosti in razreda«. To pomeni, da se skozi te oddaje odražajo ideološki boji o okusih, ki so predvsem stvar razrednega boja.

Reprezentacije žensk v medijskih vsebinah sicer postajajo tudi netradicionalne; ženske ne opravljajo več stereotipnih ženskih del in se ne vedejo v skladu s takšnimi pričakovanji in normami. To v veliki meri lahko pripišemo neoliberalizmu in postfeminizmu, ki sta v resničnostnem formatu oddaj močno zaznavna. Neoliberalistični diskurz se prepleta s feminističnimi idejami, ki so v družbeno sfero prodrle že ob koncu šestdesetih let (McRobbie 2013, 2014). Feministično gibanje je za ženske nedvomno doseglo mnoge izboljšave, vendar mu je mogoče tudi očitati, da ne rešuje socio-ekonomskih težav posameznic in da se nevarno meša z neoliberalizmom.

3 DISKURZ IN FOUCAULT

Michel Foucault je naslednik Saussurjeve in Barthesove misli, saj je pomenu diskurza dal prednost pred pomenom samega jezika (Hall 2004, 64). Ne poudarja več tvorjenja pomena, ampak pozornost usmeri k vprašanju oblasti, diskurza in same reprodukcije vednosti. Reprerentacijo torej povezuje s proizvodnjo vednosti, kar lahko označimo kot diskurzivni pristop k reprezentaciji. Bistvo diskurza je tako v določenih zgodovinskih momentih, v katerih se vednost reproducira, zato je lahko razumljena le v tistem trenutku (prav tam, 65). V diskurz pa se ne povezujejo le preprosti znaki, kot so besede (npr. v lingvističnih razlagah), ampak je celota, ki vsebuje tudi prakse. Način, kako o neki zadevi govorimo, določa diskurz, to pa pomeni tudi udejanjanje praks prek tega istega diskurza.

Michel Foucault (1984) je v delu Nadzorovanje in kaznovanje preučeval oblast s stališča zgodovinske oz. genealoške pojavnosti nadzorovalnih institucij. Najsrajnejše oblike delovanja oblasti so po njegovem mnenju totalne institucije (npr. zapor), pri katerih se moč oblastnega delovanja najočitneje izkusi in udejanja. Največji receptor oblasti je po njegovih besedah telo: »Telo mora biti eden izmed najpomembnejših dejavnikov pri preobrazbi in progresivni socializaciji jetnikov« (prav tam, 265). Telo se torej oblikuje v totalnih institucijah in je rezultat oblastniških razmerij in diskurzov, ki to oblast konstituirajo. Disciplina je po Foucaultu (2008, 20) »princip, ki kontrolira produkcijo diskurza; utrjuje mu meje z igro neke identitete, ki ima obliko nenehne reaktualizacije pravil«. Telo je eno ključnih področij izvajanja oblasti – različne humanistične in družboslovne vede namreč omogočajo regulacijo, ki se veže na posamezne prakse telesa. Foucaultova oblast pa ni homogena, izhajajoča iz enotne točke, ampak je mnogotera in prisotna v vsaki družbeni instanci. Proizvodnjo vednosti v posameznih zgodovinskih momentih zaznamuje diskurz. Nekatere izjave, ki pripadajo diskurzu, lahko povzročijo prakse, ki oblikujejo posebne družbene kategorije; najbolj znan je Foucaultov primer norosti, zajet v različnih opredelitvah, brez katerih koncept norosti ali norca sploh ne bi obstajal.

Potreba po uravnavanju vse bolj številčnega prebivalstva je vodila k nastanku sodobnih ved in načinov za obvladovanje družbenega življenja. Medicina je ustvarila svoje polje diskurzov, ki posameznike ločujejo, a jih hkrati uvrščajo v skupno sfero. Oblast se je vsrkala v samo vednost in se razpršila, medtem ko je v predmodernih časih delovala direktno in represivno. Predmoderna oblast je bila v svojih namenih očitna – želja in potreb po nadzorovanju ji ni

bilo treba skrivati. Delovanje moderne oblasti pa je nerepresivno. Za nadzorovanje uporablja diskurze, ki nagovarjajo ljudi in temeljijo na dveh točkah – dobrem in zlem. Prakse discipliniranja ji omogočajo delovanje neposredno na telesa posameznikov, kar poteka predvsem na področju medicine, oz. kot pravi Foucault, biopolitike. Medicina je ena tistih ved, ki so svoje vedenje vzpostavile na organiziranju in sistematiziranju človeškega telesa in delovanja. Zdravje kot ključna kapitalistična vrednota je prikazano kot osrednje polje izvajanja disciplinarne oblasti – neposredno na telo in hkrati na celotno populacijo, ki je regulirana ravno prek vednosti. Foucault je uporabil Benthamovo idejo panoptikona in jo preusmeril v svojo ureditev teorije oblasti. Oblast po njegovem postane tako učinkovita, da ne deluje več kot represija, ampak se udejanji v vsakem posamezniku. S tem se družbene sile krepijo – poveča se produkcija, razvije ekonomija, razširi izobrazba, dvigne raven javne morale; skratka gre za to, da se omogočita rast in pomnoževanje (Foucault 1984, 206).

3.1 FOUCAULT IN ŽENSKI SPOL

Foucault v svojih delih ni govoril posebej o ženskah ali ženskih telesih, prav tako oblasti ni navezal neposredno na žensko telo in proizvodnjo discipline. Toda ženske so vendarle »kot jetniki zajete v oblastna razmerja, katerih nosilke so one same« (Bahovec 2007, 126). Izvajanje družbenih praks, ki pola ženskosti in moškosti razmejujejo med seboj, je torej lahko podlaga za prevpraševanje oblasti, ki na spola deluje različno. Discipliniranje in normalizacija ženskega telesa na podlagi normativov sta dva od načinov za izvajanje učinkovitega družbenega nadzora (Bordo 2003, 166). Ta nadzor ne deluje represivno, kot je ugotovil že Foucault, ampak se izvaja posredno, z uporabo tehnik, ki so usmerjene na telo. Sodobni medijski diskurz ženske poučuje prek ustvarjanja praks, ki veljajo za feminilne oz. pripadajoče izključno ženskemu spolu. Ženska telesa se torej ustvarjajo v procesu vsakdanjih življenjskih praks, ki so lahko regulirane na številnih področjih – od družinskega in šolskega življenja pa vse do medijske reprezentacije. Telo je v Foucaultovi teoriji nosilec praks izvajanja mikrooblasti in predmet družbene kontrole. Tvorjenje družbenih predstav o ženskem telesu torej ne izvira samo iz biološkega razlikovanja med spoloma (čeprav je morda prav tu temelj vsega razlikovanja), ampak predvsem iz kroženja vednosti o tem, kaj pomeni biti ženska in kaj moški. Foucault (2010) je v razgradnji Zgodovine seksualnosti pokazal razsežnost moči oblasti prek soustvarjanja pomenov in občutkov seksa – seks »je [...] najbolj spekulativen, najbolj idealen element, prav tako najbolj notranji v mehanizmu seksualnosti, ki ga oblast

izvaja v svojih prijemih nad telesi, njihovo snovnostjo, močmi, energijami, občutki in užitki« (prav tam, 148). Seksualnost in njene prakse so nam prek oblasti predstavljene kot najbolj intimni in inherentni goni vsakega posameznika, obenem pa to tvorbo lahko razumemo kot temelj dominante oblasti, ki je na tem področju najbolj subtilna in najmanj represivna. Oblast doseže največjo moč, če družbeno nadomesti z naravnim, saj zabriše ideje o njej, nadomesti pa ga preprosta naravna danost in samoumevnost seksualnega. Razmerje med oblastjo in seksualnostjo je vedno v korelaciji in pri njuni analizi ne sme biti zanemarjeno. Foucault se ne ukvarja z različnim vplivom oblasti na spola, vendar družbenega dejstva patriarhalne oblasti, ki konstituira žensko, ni mogoče prezreti. Disciplinirajoča oblast ima panoptično moč, saj »pri zaporniku povzroči zavestno in nenehno stanje vidnosti, ki zagotavlja samodejno delovanje oblasti« (1984, 200). Žensko telo postane inskriptivno, vendar v procesu subjektivizacije, v kateri subjekt poskuša dosegati samodisciplino in normalnost. Ponotranjenje takšnih praks discipliniranja je temeljno za ustroj posameznega telesa, ki dejansko oblast ohranja in reproducira. Reprodukcijska normalnosti in samodiscipline omogoča kontinuiteto Foucaultove nevidne oblasti. Pri tem ni nobenega upora, saj tudi ni prisile, temveč se ustvarjajo identitete. Oblast mora delovati indirektno; če igra direktno, je očitna in s tem tudi bolj odprta za upore in destrukcijo. Če se ženska ukrepov, ki jih izvaja sama nad sabo in so namenjeni njenemu preoblikovanju v smeri normalnosti in samodiscipliniranju, ne zaveda, potem se nevarnost upora in izgube oblasti močno zmanjša, hkrati pa se zelo okrepi nezmožnost posameznice, da bi se teh praks osvobodila. To v končni točki pomeni zanikanje svojih počutij, občutij, lagodja in nazadnje izgubo sebe. Sebstvo je v moderni družbi namreč tista posameznikova struktura, ki njegovemu delovanju daje smisel in ga hkrati definira.

Sandra Lee Bartky (1998, 27) je prepoznala tri kategorije praks discipliniranja, ki definirajo ženskost: »tiste, ki se trudijo ustvariti telo določene velikosti in splošne izoblikovanosti, tiste, ki se trudijo od tega telesa izvabiti določen nabor kretenj, drž in gibanja, in tiste, ki so usmerjene neposredno k razkazovanju tega telesa kot površine za okraševanje«. Bartkyjeva sicer Foucaultu očita tisto, kar je značilno za vse zahodne teorije, tj. primanjkljaj ženske, vendar se ji zdi njegov prispevek k razumevanju oblasti nepogrešljiv. Na ženski spol in tvorbo praks, ki definirajo ženskost in se nato uporabljajo kot merilo njene presoje, namreč najbolj vpliva patriarhalna oblast. Lahko bi rekli, da se oblikujejo okusi, ki so skladni s prevladujočimi

oblikami discipliniranja. Tudi moderni medijski diskurz ustvarja nabor teh praks, ki jih ženske uporabljajo za samodisciplino in uveljavljanje ter razkazovanje svoje ženskosti. Medijski diskurz ima neposreden dostop do oblasti, hkrati pa soustvarja oblastna razmerja. Eden od proizvodov sodobne televizijske produkcije so ženske pogovorne oddaje, ki ženskam omogočijo vstop v sfero javnega in podelijo legitimnost vsakdanjim ženskim temam, ob tem pa posredujejo tudi prakse discipliniranja, s katerimi naj bi se posameznice približale idealom ženskosti. Kot pravi Angela King (2004, 33), sta »moškost in ženskost disciplini telesa, ki jima je treba namenjati trud«. To pomeni, da gre za področje, na katerem mora posameznik delati, da doseže normative ženskosti ali moškosti – biološki spol ni zadosti.

Trud za lepo telo je v medijskem diskurzu lahko popolnoma prikrit. Holly Thorpe (2008, 203) je pri razkrivanju diskurza o feminilnosti žensk in njegovih posledic v medijih na primeru deskanja na snegu pokazala, da množični mediji žensko oz. njeno telo prikazujejo kot statično. Še več, prikazana je v statičnih telesnih držah, ki ne razkrivajo njenih veščin in sposobnosti, vsa pozornost pa je usmerjena v njeno telo, ki postane temelj za presojanje ženskosti. Ženske uporabljajo različne tehnike, da spremenijo svoje telo in te prakse vpeljejo v sistem s še strožjim nadzorom – sistem samonadzora in samodiscipline. Skrb za telo s športom in vadbo uravnava pomembna družbena institucija – zdravstvo. Ta ima kot nosilec vednosti privilegij, da vpliva na subjekte in celotno populacijo. Skrb za telo kot praksa je več kot le individualen proces pod pritiski družbenih pričakovanj, saj jo lahko neposredno navežemo na področje oblasti in moči. Te prakse samodiscipliniranja posameznike usmerjajo k pretvorbi svojega telesa v simbolni kapital, ki se kaže v boljšem izhodišču za napredovanje v družbeni hierarhiji; v sistemu patriarhalne oblasti so tovrstni pritiski na ženske še toliko večji. Žensko telo je močno izpostavljeno, med drugim v medijih, in je pomembno povezano tudi z ustvarjanjem sebstva, kar je podrobneje pojasnjeno v naslednjem poglavju.

4 TELO IN SEBSTVO

Telo in sebstvo sta podvržena družbenim in kulturnim procesom in ju lahko označimo za projekt posameznikov. Telo namreč »ni le fizična entiteta, ki jo posedujemo, ampak je sistem ukrepanja, način prakse, njegova praktična potopljenost v interakcije vsakdanjega življenja pa je ključni del ohranjanja koherentnega občutka za samoidentiteto« (Giddens 1991, 99). Za obdobje visoke moderne je po Giddensovem mnenju značilno, da sebstvo pomembno konstituira samorefleksija, hkrati pa se navezuje tudi na posameznikovo fizično telo. Sebstvo je torej neskončen projekt, ki se oblikuje v procesu samorefleksije, temelječe predvsem na posameznikovem razumevanju svoje življenjske zgodbe (prav tam, 53).

Kot smo pokazali, se telo ne more izmakniti oblastnim razmerjem in posredno deluje kot agent oblasti. Rose Weitz (1998) je v svojem preseku zgodovine zahodnega ženskega telesa prikazala, kako je dojemanje ženske vpeto v oblastna razmerja in biološke danosti. Dojemanje ženskega telesa je v obdobju moderne zaznamovano s stališčem, da za svoje delovanje in prepoznanost v družbi ne potrebuje več moškega in je deloma odrešeno patriarhalne nadmoči. Žensko telo se je odcepilo od moškega in se ne presoja več kot njegova lastnina. Toda ženski spol kot zmes sebstva in fizičnega telesa tedaj začnejo pestiti drugačni pritiski, usmerjeni k delu na sebi in izkazovanju vodila zdrav duh v zdravem telesu. Mirjana Ule (2009, 465) pravi, da oblikovanje posameznika kot psihološkega subjekta pomeni dvoje:

- da ga družba sprejme in potrdi kot polnopravnega socialnega akterja,
- da se sam sprejme in razume sebe s pojmi dane družbe in kulture.

Oblikovanje sebstva kot konstitutivnega dela psihološkega subjekta tako zajema brezpogojne družbene in kulturne vplive, na podlagi katerih se lahko razvija. Sebstvo se torej nikoli ne odtrga od obstoječih zahtev družbenega delovanja in ustvarjanja posameznikov, ki lahko v družbi delujejo temu primerno. Ustvarjanje in izražanje identitete se v modernem svetu poveže z obstoječimi družbenimi institucijami in njihovimi navodili – tudi v medijskem diskurzu.

Najbolj transparentno poenotenje predstav o telesu je prinesel tehnološki napredek, ki je omogočil umetno proizvodnjo družbeno zaželenih teles s posegi plastične kirurgije.

Normativna ženska lepota je postala močno odvisna od medikalizacije ženskega telesa (Balsamo 1999, 59). Medicinske prakse torej legitimno in prek polja vednosti posredujejo navodila za normativno ženskost, ženske se presoja na podlagi njihovega videza in zmožnosti ohranjati mlado in privlačno telo. Če to razložimo v duhu Foucaulta, je plastična kirurgija polje vednosti in hkrati oblast, ki ženska telesa fizično preoblikuje, in to ne le prek samodiscipline, ampak kar neposredno spreminja neželene in pomanjkljive dele telesa. Če je samodisciplina vgrajena v žensko subjektiviteto, pa medicinski plastični operativni posegi omogočajo dokončno vizualizacijo in udejanjanje v skrajni obliki delovanja moderne oblasti. Lahko bi rekli, da oblast spet postane direktno navzoča, tako kot je bila predmoderna. Plastične operacije pomenijo tudi preobrazbo sebstva, saj ponujajo možnosti za boljše samopodobo, sprejetost v družbi in samopotrditev. Opisali bi jih lahko kot prakse normaliziranja telesa in sebstva, ki sta v modernem diskurzu pogojena drug z drugim. Prakse transformiranja telesa seveda delujejo posredno in neprisilno, kot deluje tudi moderna oblast: ženska telesa postanejo polje pomanjkljivosti, oblast pa sugerira, da izboljšanje in fizična sprememba vodita k boljšemu družbenemu položaju.

Iskanje in oblikovanje identitete v veliki meri konstituira dožemanje svojega telesa kot elementa potrditve identitetne veljave. Telo je v potrošni kulturi postalo osrednji predmet obsesije (Featherstone 2010). Življenjski slog, potrošnja in ne nazadnje spreminjanje identitete so temeljne značilnosti sodobnega posameznika, ki se vrti v njihovem nekončanem krogu; odločitve o življenjskem slogu oblikujejo njegovo identiteto z nenehno potrošnjo tako materialnih kot kulturnih dobrin. To polje je seveda diskurzivno obarvano, saj na njem poteka boj med bolj in manj želenimi življenjskimi slogi, telesi in posledično identitetami. Telo in sebstvo oz. identiteta sta v razmerju soodvisnosti. Stane Južnič (1993, 42), ki je o tem razmišljal v svojem antropološkem delu o razgradnji identitete, je zapisal, da je »napetost med realnim in idealnim telesom, torej med telesom, ki ga človek dejansko ima, in tistim in takim telesom, ki si ga želi imeti, vir izjemne dramatike v človekovi identiteti«.

Vse te ugotovitve in refleksije pa ne pomenijo osvoboditve od dejanskih telesnih praks, ki močno posegajo tako v telo kot v sebstvo. Precej gotovo je, da se ženske za te prakse odločajo kljub razumevanju možnih pritiskov idealiziranih podob v družbenem etosu. Eden od motivov za izvajanje lepotnih praks je izzivanje moškega pogleda. Podobno je opazila Metka Kuhar (2003, 868), ki je v poglobljenih intervjujih z mladimi ženskami razpravljala o

njihovem nezadovoljstvu s telesom. Priznanje njenih sogovornic, da je eden pomembnejših razlogov za lepotne tehnike in nenehno ukvarjanje z videzom pravzaprav moški pogled, kaže na patriarhalni družbeni red. Rosalind Coward (1989, 62) je v duhu feminizma predpostavila, da »je gledanje postalo odločilni vidik seksualnih razmerij, pa ne zaradi naravnega impulza, ampak zato, ker je eden od načinov za izražanje nadrejenosti in podrejenosti«. Ponotranjenje moškega pogleda je za podreditev in izvajanje oblastnih razmerij moči ključno. Trud za lepo telo se tako sčasoma poplača, predvsem pri posameznicah, pri katerih se identitetna podoba s tem okrepi in prenese v duševnost.

Sebstvo in identiteta se ustvarjata tudi v interakciji med posamezniki (Giddens, 1991). Takšne interakcije so dobro vidne v različnih družbenih situacijah, ki so postale del televizijskega diskurza. Tako so pogovorne oddaje v devetdesetih letih soustvarjale sebstvo. Z resničnostnimi oddajami pozneje v devetdesetih letih pa se je začel prav poseben družbeni eksperiment. Umestitev posameznikov v zaprto okolje hiše (npr. Big Brother) streže zanimanju gledalcev in jim odpira vpogled v človeške interakcije in tvorbo sebstva. Gareth Palmer (2002, 305–306) je zato prikazana sebstva nastopajočih v resničnostni televiziji označil kar za medijska sebstva; tekmovalci jih namreč umetno spreminjajo in prilagajajo glede na potrebe zmage oz. napredovanja. Sebstvo tako postane element potrošnje oz. sistema povpraševanja in ponudbe, nekakšen ekonomski element v družbenih situacijah. Ideal dobro vzgojenega sebstva, pri katerem je vse v najlepšem redu, kljub paradoksom potrošne kulture, se na telesni ravni kaže prav v vitkem telesu (Bordo 2003, 201). Procesi in prakse samodiscipliniranja so podrejeni patriarhalnim vrednotam, ki tako segajo tudi v žensko telo. Samonadzorovanje in razumskost sta lastnosti, ki se najpogosteje pripisujeta predvsem moškimi in javni sferi, v kateri so bolj učinkovito prisotni. Po drugi strani so pričakovanja potrošne kulture nagnjena k brezglavemu trošenju in samoreprezentaciji posameznikov in družbenih skupin. Tako se avtentično sebstvo izraža v praksah potrošnje, pri tem pa telo postane primarni označevalec notranjega jaza (Doyle in Karl 2008, 84). Ta dvojnost je še posebej zaostrena pri ženskah, saj so moški precej manj kot ženske predmet razsojanja na podlagi svojega telesa in posledično sebstva. Myra Macdonald (1995) je opazovala, kako tesno sta povezana identiteta in telo pri ženskah. Telesni videz je namreč označevalec, ki določa tudi žensko sebstvo in njeno ženskost (prav tam, 192). Vse prakse discipliniranja in prizadevanja za dosego »normalnega«, tj. idealnega telesa, ki se kažejo kot

napor in delo, povzročajo tudi neki užitek. Ženskam se nenehno porajajo fantazije o možnosti zadovoljitve želja, ki jih vodijo v prakse samodiscipliniranja. Četudi simbolno, jim seksualna privlačnost in zapeljivost odpirata možnost za moško priznanje.

4.1 PRAKSE TELESNEGA SAMODISCIPLINIRANJA IN NEOLIBERALIZEM

Neoliberalizem je danes zelo vplivna družbena mitologija, ki je posegla na vsa področja družbenega delovanja, zato jo je pri raziskovanju medijev skoraj nujno upoštevati (McMurria 2008, Ouellette 2009). Ni usmerjena le na ekonomska vprašanja, ampak je zajela tudi delovanje, ki presega meje ekonomskega trga, saj »razširja vrednote trga na vse institucije in družbene ukrepe« (Brown 2005, 38). Mediji niso le abstrakten pojem množičnega komuniciranja, v svoji osnovi so podjetja in institucije, ki morajo s čim manjšimi stroški ustvarjati čim bolj priljubljene medijske vsebine, namenjene gledalcem oz. potrošnikom, od katerih si obetajo zaslužek (na podlagi gledanosti, oglasov ...). Vendar se neoliberalni krog tu šele začne, saj vpliva tudi na novinarje, ki poskušajo na trgu delovne sile tekrovati in se obnašati kot podjetja. Navsezadnje so tu tudi gledalci, ki iz medijskih vsebin lahko spoznavajo in sprejemajo neoliberalne vrednote in red. Posameznik je nenehno v procesu izboljševanja na podlagi neoliberalnih vrednot, da bi postal ugleden državljani; Brenda R. Weber (2009) je za ta pojav uvedla pojem preobrazbena nacija. Vsaka preobrazba vsaj simbolno postane kazalnik uspešnega družbenega subjekta, ki je za svoje življenje odgovoren sam, vodi pa ga želja po nenehnem izboljševanju – tako svojega telesa kot materialnih dobrin, ki jih poseduje, s čimer izkazuje svoj družbeni položaj. Že Michel Foucault (2015, 37) je opazil, da je postal trg tisti, ki izreka resnico in narekuje možnosti vladanja državi. Ta oblastna razmerja med trgov in državo imajo za družbene institucije in posameznike konstitutivni pomen. Trg kot področje vseprisotnega vladanja je postal prostor, kjer enostavno povpraševanje in ponudba ustvarjata družbene situacije, na katere se posamezniki odzivajo v svojih vsakdanjih praksah – tudi s samodisciplino, ki upravlja potek nemotenega delovanja družbenega trga.

Samodisciplina je kot praksa nerazdružljivo povezana z moderno oblastjo. Še posebno močna je pri ženskah. Prakse samodiscipliniranja ženskam omogočajo posebno obliko povezave s sfero moških; kot pravi Susan Bordo (2003, 173), »se tradicionalna konstrukcija ženskosti srečuje z novimi zahtevami za ženske, ki utelešajo moške vrednote javne arene«. Nekatere feministične teorije z družbenim in ekonomskim redom pojasnjujejo bistvo ženskega

položaja v družbi: ženska ima dvojno nalogo – v zasebni sferi mora ostati ženska, hkrati pa se od nje zahteva, da je uspešna v javni sferi, ki je v mnogih pogledih domena patriarhalnega reda. Ta naloga je še zahtevnejša zaradi neoliberalističnih predstav in merokratsko obarvanih idej o liberalnem delovanju uspešnega posameznika. Laurie Ouellette (2009, 232) je pri raziskovanju resničnostnega šova Judge Judy opazila, da so spremembe v politiki privatiziranja povzročile razmah posebne vrste medijskih vsebin. Te so usmerjene na posameznike in njihovo reševanje težav, ki so v preteklosti veljale za sistemske, zdaj pa so pripisane posameznikovi osebni odgovornosti, zato je njihovo odpravljanje s področja javnega preneseno na področje zasebnega. Neoliberalne težnje se tako z ekonomskega trga razširijo v celotno sfero družbenega. Liberalizacija ljudi osvobodi regulativnih vidikov družbenih institucij in jih hkrati privatizira – posameznik se lahko obnaša tako kot podjetje, ki lahko svobodno upravlja svoje vsakdanje življenje oz. proizvodnjo, hkrati pa je nujno, da ničesar ne pričakuje v zameno. Da velja za uspešnega, mora namreč sam obvladovati čim več področij družbenega življenja. Državo v vlogi reševalca negativnih socialnih pojavov in težav začnejo nadomeščati medijske vsebine, ki po načelih neoliberalne logike podajajo rešitve za nekoč družbene probleme, s katerimi so se tedaj ukvarjale državne institucije – te pa so zdaj tudi same v primežu nenehnih pritiskov zaradi konkurenčnosti in deregulacije. Enako je ugotovil John McMurria (2008, 305–332) pri raziskovanju televizijskega šova Extreme Makeover: Home Edition, ki ne le poudarja neoliberalne vrednote, ampak pomaga tudi pri proizvodnji močnih blagovnih znamk in uveljavljanju mogočih državnih ureditev.

Neoliberalizem je v mnogih primerih združljiv s postfeminizmom (Gill 2007, McRobbie 2004). Gillova (prav tam) označuje postfeminizem kot občutljivost, ki je simptomatična tudi za neoliberalizem, vznikata namreč hkrati drug z drugim. Postfeminizem se kot nadaljnja stopnja feminizma preoblikuje pod vplivom neoliberalne logike in se z njo prepleta. Kimberley Springer (2014, 211–231) je pri analizi medijske osebnosti v resničnostnem šovu Jane Goody ugotovila, da »pot od pristnega starega sebe do novega in izboljšanega sebe dobro ponazarja preobrazbo sebstva, ki je na resničnostni televiziji in v neoliberalnih zahtevah prikazano kot disciplinirano sebstvo«. Pričakovanja televizijskih vsebin, namenjenih preobrazbi kandidatov, se na neki točki prekrijejo s pričakovanji, ki jih ustvarja neoliberalno sistemsko telo. Angela McRobbie (2004, 255–264) je pri tem pojavu opazila t. i. dvojno prepletanje, ki pomeni »soobstajanje neokonservativnih vrednot, povezanih s spolom,

seksualnostjo in družinskim življenjem, in procesov liberalizacije glede izbire in različnosti v domačih, seksualnih in prijateljskih odnosih« (prav tam). Zdi se, da se je feminizem pomembno preoblikoval pod pritiski neoliberalnih vrednot, ki podpirajo individualnost žensk, hkrati pa jim dajejo občutek neomejene svobode tako pri iskanju partnerja kot pri organiziranju vsakdanjega življenja. L. S. Kim (2001) je pri raziskovanju televizijskega diskurza in feminizma v priljubljenih serijah ugotovila, da so ženske predstavljene v duhu postfeminizma oz. antifeminizma. V serijah je namreč predstavnicam ženskega spola pripisana podoba opolnomočenih posameznic, ki uživajo prednosti feminističnega boja, vendar ga hkrati popolnoma zavračajo. Gre za neko navidezno liberalizacijo, ki ženski sicer omogoča izpolnjevanje želja po karieri, svobodni spolnosti in skrbi zase, vendar jo hkrati pahne v nezadovoljstvo in ji onemogoči ohranjanje zvez z moškimi in ustvarjanje družinskega življenja. Brenda R. Weber (2009, 132) opozarja, da v resničnostnih šovih, namenjenih preobrazbi udeležencev, telesne raznolikosti skoraj ni opaziti, kar koristi tako postfeminizmu kot neoliberalizmu. Unifikacija jima namreč omogoča, da tržna načela uspešno vpeljujeta na različna življenjska področja posameznikov. Angela McRobbie (2004, 255) vidi poraz feminizma predvsem v boju mladih žensk za »družbeno in seksualno potrditev«. Feminizem v neoliberalnem oklepu ne more obstati, ne da bi se transformiral, saj bi ga ženski subjekti sicer začeli zavračati. Feministična načela se ne morejo kosati s spremembami, ki jih je prinesel tržni neoliberalizem, ki je ženskemu spolu odredil netekmovalen in brezizrazen del socialnega življenja. Neoliberalnemu ženskemu subjektu konkurenčnost omogočata telo in individualizacija, hkrati pa mora prevzemati še tradicionalne like ženske in matere. Ženski spol v družbenih okvirih ne tekmuje le z moškimi, ampak z navideznimi tradicionalnimi simboli, ki jih feminizem ni odpravil. V ozadju so še vedno pričakovanja o heteroseksualnih odnosih, izbiri partnerja in ustvarjanju družine; pričakuje se, da je ženska navzoča tako v delovnem, službenem okolju kot doma. Ženski spol je tako z neoliberalizmom prevzel dvojno težo – težo družinskega okolja in težo delovnega okolja. Feminizem, kot ga poznamo, je torej postal neželjeno sredstvo oz. praksa ženskega spola, saj je v polju neoliberalizma nekonvertibilen. Ta kontradiktornost, ki ji Elspeth Probyn (1997, 129) pravi zmes postfeminizma in novega tradicionalizma, je močno zaznavna v televizijskih vsebinah, ki v ospredje postavljajo ženske.

5 DRUŽBENO-KULTURNI KONTEKST IN RESNIČNOSTNA TELEVIZIJA

Zygmunt Bauman (2002) označuje prehod iz moderne v postmoderno družbo kot tekočo moderno, stanje fluidnosti, pri čemer se ne pretaka le neskončnost izbire in svobode, ampak tudi vrednot in identitet. Svet, v katerem živimo, postane prostor potrošnje, saj poraba ne more slediti pretočnosti nenehnih zahtev po spreminjanju – tudi identitet. V moderni je obstajala enoznačna in na neki način utrjena identiteta, v postmoderni pa je identiteta odpravljena oz. vredna le toliko, kolikor je radikalizirana in nadomestljiva. Zato se je posameznik po prehodu v tekočo moderno začel zatekati k iskanju izkustev, ki ga lahko umestijo v širši družbeni kontekst, saj je z izgubo tradicionalnih virov vrednot postal izgubljen in sam sebi neumeščen. Mirjana Ule (1998) ugotavlja, da si mora sam iskati smisle, ki ga individualizirajo in hkrati diferencirajo od preostale družbe – to mu v postmoderni družbi uspeva s stilizacijo vsakdanjega življenja. Mediji so tako postali eden ključnih oblikovalcev oz. sejhalcev življenjskih stilov, ki jih subjekt kot referenco implicira v svoj obstoj. Spremembe na ravni družbe in individualizacije so se infiltrirale v družbene institucije, ki so prevzele njihovo konstrukcijo realnosti. Prej klasični pojav javne televizije se je tako preoblikoval v komercialno zanimivejše in bolj dobičkonosno ustvarjanje medijskih vsebin.

Koncept življenjskega stila se je razvijal skupaj z družbenimi in kulturnimi usmeritvami, kot rezultat postmoderne, ki je vodila v identitetno zmešnjavo – tudi lastno. Breda Luthar (1998, 68) ga je označila za »psihosocialni organizacijski princip in naslednik[a] tega, kar so včasih imenovali družbeni značaj ali mentaliteta«. Življenjski stil je torej ena od referenčnih točk, prek katerih moderni posameznik izkazuje svojo identiteto in hkrati pripadnost družbenemu ali skupnostnemu fragmentu.

Življenjski stili so tesno navezani na potrošnjo, ki je postala primarni znak posameznikove umeščenosti v popularne družbene prakse. Mirjana Ule (1998, 27) ugotavlja, da »nakup in poraba blaga danes nastopata v okviru potrjevanja simbolnega in pomenskega okvira, v katerem želimo razumeti samega sebe in to samorazumevanje prenesti na druge ljudi«. Ideje o stilizaciji svojega življenja ljudje dobivajo pri vsakdanjih potrošnih praksah – tudi medijskih. Mediji namreč s prikazovanjem določenih navad posameznikov in njihovega življenjskega stila prevzamejo vlogo razločevanja med ustreznim in neustreznim življenjskim stilom. Zdi se,

da se z označevanjem življenjskih stilov vedejo kot umeščevalci družbenih razredov, le da so jih zdaj nadomestili sami življenjski stili.

Nekateri raziskovalci, med drugim Gareth Palmer (2008, 2), pojav televizije, usmerjene na življenjske stile, pripisujejo spremembam trga, ki so v ospredje potisnile komercializacijo in široko potrošnjo medijskih oblik. Te televizijske vsebine in žanre lahko razumemo kot posledico premikov (ali nazadovanja) na ekonomskem področju, ki so se dotaknili prav vseh družbenih institucij. Pojav ni izjema, pri kateri bi lahko našli unikatne elemente družbeno neodvisne medijske produkcije. Življenjski stili so postali osrednji predmet za nimanja na vseh področjih, od ženskih revij do izbire jedi v restavraciji. Preplavili so vse, od medijske produkcije do celotnega polja posameznikovih praks, ki temeljijo na teh konceptih. Bell in Hollows (2005, 23) sta tovrstne televizijske programe uvrstila na širše področje kulture življenjskih stilov in jih označila za vir simbolne, mediatizirane kulture – pomembni so zlasti hibridni formati oddaj (kamor uvrščamo tudi resničnostne šove). Charlotte Brunsdon (2003) je njihov nastanek pojasnila s tremi družbenimi spremembami: povečanje lastništva nad nepremičninami, večji delež zaposlenih žensk in s tem povezano pozno materinstvo. Število lastnikov domov v Angliji se je v devetdesetih letih namreč močno povečalo, poleg tega je na trg dela začelo vstopati vse več več žensk in te so večere po dnevu v službi preživljale doma pred televizijo. Pozno materinstvo je rezultat prejšnjih dveh dejavnikov, saj sta zaposlitev in prihodek (tudi v obliki lastništva doma) vodila k poznejšemu odločanju za materinstvo in tudi k večjemu nadzoru nad lastnimi življenjskimi aktivnostmi. Brunsdonova (prav tam, 8) zato meni, da televizijski žanri, ki osrednjo pozornost namenjajo življenjskim stilom, niso sami ustvarili svojega gledalstva, ampak so k njihovem nastanku pripomogli naštetih dejavniki.

Gareth Palmer (2004) je pri družbenem razredu, v katerem po njegovem mnenju delujejo močne silnice srednjega razreda, ki reproducirajo svoje vrednote, opazil podobne ekonomske spremembe. V teh televizijskih žanrih so v središču vprašanja razreda, saj občinstvu ponujajo pogled na družbeno hierarhijo in na njihov položaj v njej (Biressi in Nunn 2008, v Palmer, 2004, 16–24). Raziskava Lutharjeve in drugih (2012) dokazuje enako: večina posameznikov se samoumešča v srednji razred, pri čemer si pomagajo s primerjanjem sebe s splošno sprejemljivimi in uveljavljenimi življenjskimi stili v medijski kulturni shemi. Razred se ne meri več po premoženju in imetju, ampak z možnostjo primerjave z idealiziranimi posamezniki in njihovimi življenjskimi praksami. Zato resničnostna televizija oz. televizija s

težiščem na življenjskih stilih temelji na posameznikovi želji in zmožnosti, da bi ubežal iz določene neželene življenjske situacije in navidezno prestopil v višji družbeni razred. Konkretno pa ti programi ne dopuščajo »vzgoje« raznih vrednot in sestev. Po Palmerju (2004, 185) »promovirajo načine za odstranitev ekscentričnosti ali kakršnihkoli znakov drugačnosti, da bi posameznika spremenili v bolj funkcionalnega člana družbe«. Če se ta temu ne želi ali zmore pokoriti, je lahko označen celo za slabega državljana (Biressi in Nunn, 2008, 15–24). Televizija ima v teh primerih vlogo kulturne institucije, motorja reprodukcije družbenih vrednot, idej in sodb o svetu. Televizija je kot medij neločljivo povezana s komercializacijo in maksimiranjem dobička, medtem ko ustvarja programe, ki posredujejo pomembne kreativne in kulturne oblike ter družbene vrednote in prepričanja. Tržna naravnost in širjenje družbenih simbolov in konstruktov sta tesno povezana, drug brez drugega pravzaprav ne moreta obstajati. Mediji najraje reproducirajo popularizirane in večinske oblike načinov življenja. Televizija je tako kot vse institucije podvržena tržnim, kulturnim, družbenim in ne nazadnje ideološkim težnjam.

Nekateri avtorji sodbe o resničnostni televiziji kot kulturno manjvredni obliki programa kritizirajo (Holmes in Jermyn, 2004), vendar razsojanja o ideološkem elementu skoraj ne moremo opustiti, vsaj ne na vseh področjih. Ustvarjalci programa, akademski raziskovalci in samo občinstvo namreč televizijske vsebine razlikujejo na podlagi faktičnosti ali fikcije (Hill 2005, 56). Potrebe občinstva po takšnem ločevanju kažejo, da je gledalčevo primarno zanimanje pravzaprav banalno. Posebno mesto pri prevpraševanju o televiziji tako v akademskih krogih kot pri gledalcih bi moralo prevzeti vprašanje razmerja moči nad reprezentacijo podob, kamor so vpletena tudi vprašanja spola in razreda.

5.1 RAZMERJE MED RESNIČNOSTNO TELEVIZIJO IN RAZREDOM

Vse družbene delitve, kakršni sta spol in rasa, lahko povežemo z družbeno nadstrukturo – razredom. V obdobju, ko naj bi rasne, spolne in razredne razlike že presegli, je razred v svoji pojavnosti najbolj skrit in neprepoznan, kljub temu pa je konstitutiven za tvorbo tako sebstva kot razlik med rasami in spoloma. Beverley Skeggs (2005, 75) opozarja na povezavo med razredom in sebstvom, saj naj bi bila sredstva, s katerimi se ustvarja sebstvo, močno pogojena z družbenim razredom. Če v tem primeru uporabimo idejo Bourdieujevega habitusa, je za tvorbo sebstva konstitutivna mešanica predispozicij, ki ga oblikujejo v

posameznikovo delujočo osnovo, na podlagi katere gradi tako sebstvo kot družbeno identiteto. Pripadnik delavskega razreda sebstvo oz. identiteto presoja povsem drugače kot pripadnik npr. višjega srednjega razreda. Razredi torej prakse in konstitucije sebstva vrednotijo različno. Pri tem moramo upoštevati, da si je del »močnejših« posameznikov (ki ni nujno tudi številčnejši – odločilno je posedovanje različnih oblik kapitala, tako ekonomskega kot tudi kulturnega in socialnega), v družbi oblikovan v skupino (razred), priboril osrednje zastopanje vrednot, ki veljajo za najbolj moralne oz. etične. Pri raziskovanju teh pojavov se ne smemo prepustiti toku definiranja nemoči nižjih razredov, ampak je pozornost bolj smiselno usmeriti na konstruiranje lastne identitete in kulturnih izkustev, ki temelji na predispozicijah, ustvarjenih v polju habitusa. Zastopnike različnih razredov torej lahko prepoznamo na podlagi njihovih praks. Družbene sodbe o teh se navezujejo na vprašanja srednjega razreda in okusa ter se povezujejo z oblikami kulturnega in socialnega kapitala.

Ideologija o brezrazredni družbi, ki odgovornost družbene strukture poskuša preusmeriti na posameznika, je zavajajoča. V veliki meri se povezuje tudi z vseprisotno neoliberalno ideologijo. V teh okoliščinah se resničnostna televizija zdi najliberalnejša oblika televizijskih programov, saj v njej lahko nastopi vsakdo oz. je zastopanost posameznikov povsem naključna. Predvidevam, da zastopanost posameznikov različnih razredov ni problematična, ključno je prevpraševanje o njihovi reprezentaciji. Preobrazbena resničnostna televizija temelji na polju skupnih vrednot, na podlagi katerih se presojujejo »ustrezne« in »neustrezne« posameznikove navade. Preobrazbe posameznikov so za ohranjanje osrednjih vrednot nujne. Pri preobrazbi nastopajočih v sodelovanju s svetovalci se implementirajo prevladujoče vrednote in prakse discipliniranja, široka množica gledalcev pa je poučena, kako slabe prakse ločevati od dobrih in si tako tudi izboljšati družbeni položaj. Prakse in navade, ki ne definirajo sredinskega območja konsenzualnih vrednot, so primerne za transformacijo, ki sprva poteka na ravni praks samih telesnih tehnik, pozneje pa tudi na ravni sebstva, kar je po navadi posledica sprememb fizičnega oz. telesnega videza. Za preobrazbo in poskus vcepitve prevladujočih vrednot je nujna tudi potrošnja, ki ne pomeni le golega nakupovanja dobrin, ampak je razširjena na celotno področje kulturne potrošnje, ki zajema mnogo več. Kot pravi Breda Luthar (2002, 249), je »izjava o tem, kaj je univerzalno lepo in okusno, [...] vedno poskus svojo kulturno presojo narediti veljavnejšo od kulture drugih«. Poskusi preobrazb v žanru preobrazbene televizije presegajo poskuse izboljšanja posameznikov, ki ne ustrezajo

prevladujočim vrednotam, in so sodbe, ki želijo legitimirati preference določenega družbenega razreda in ga postaviti kot nasprotje drugemu. Po mnenju Doylea in Karla (2008, 87) je potrošna kulturna ključna predvsem pri opredeljevanju sebstva srednjega razreda. Ta se opredeljuje v skladu s potrošnimi navadami in si tako pripisuje vrednost v preseku družbene strukture. Zato je prikazovanje in umeščanje nazorov in vrednot srednjega razreda kot edinih legitimnih vidikov v medijskem diskurzu problematično. Zastiranje razrednih razlik s tančico individualizma in navidezne brezrazrednosti vodi v posameznikovo občutje lastne manjvrednosti in neuspešnosti. Hkrati pa tak potek kroženja osrednjih sodb pripadnikom srednjega razreda omogoča občutke moči in večvrednosti ter tako možnosti večjega družbenega uspeha in izboljšanje statusa. Ideologija brezrazrednosti je škodljiva, ker prikriva realna družbena razmerja, ki temeljijo na sistemskih, in ne individualnih napakah.

Vprašanja družbenega razreda se navezujejo tudi na občutje sramu. Kot pojasnujeta Doyle in Karl (2008, 89), sram ustvarjata reproduciranje vrednot določenega (srednjega) razreda in hkrati zbujanje občutkov neustreznosti pri pripadnikih nižjih razredov, ker tem vrednotam ne ustrezajo. Preobrazbena televizija izboljšavam posameznikov, njihovih teles in njihovih domov pripisuje veliko pomembnost. Poudarek je na premiku iz stanja prej v stanje potem oz. na spremembi posameznikovih lastnosti iz preteklega (slabšega) v poznejše (izboljšano) stanje. Ta premik je možen z zavrnitvijo ustreznosti starih vrednot in praks ter s povečevanjem novih navad pod pretvezo boljšega počutja, videza in družbene ustreznosti preobraženega posameznika. Vprašanja razreda se tako umaknejo posameznikovi sposobnosti postati uspešno delujoč posameznik, ki v lastno izboljšavo vlaga trud. Anthony Giddens (1991, 65) je občutek sramu razložil v povezavi s sebstvom, saj je to predvsem občutek, povezan z avtobiografijo oz. konsistentno posameznikovo življenjsko zgodbo. Posamezniki so sami odgovorni za proizvodnjo svoje življenjske zgodbe z uporabo praks, ki odražajo njihovo sebstvo. Sebstvo je nenehno predmet samorefleksije, ob neuspešni integraciji identitete pa posameznik čuti sram. Gareth Palmer (2006) sramotenje označuje kot posebno značilnost televizijskega diskurza in ga uvršča med oblike postfoucaultovskega delovanja moderne oblasti, pri katerih se odpirajo vprašanja o primernih in neprimernih oblikah vedenja. Z drugimi besedami bi lahko rekli, da je smešenje eden od vzvodov moderne oblasti, ta oblast pa deluje predvsem na podlagi samodiscipliniranja. Televizijski diskurz smeši telesa ali prakse posameznikov in s tem občinstvu predaja ideje o njihovi

(ne)ustreznosti. Sramotenje je nujen vzvod za ohranjanje idej srednjega razreda. Osramočeni posamezniki pri tem celo aktivno sodelujejo, saj se svoje neustreznosti zavedo in jo poskušajo odpraviti, s tem pa utrjujejo legitimnost moralnega reda srednjega razreda.

Ugled je po mnenju Beverley Skeggs (1997) temeljni kazalnik razrednega razlikovanja. Je tista posameznikova značilnost, na podlagi katere ga je mogoče presojati, hkrati pa ga ločuje od drugih in podeljuje legitimnost ustreznim vedenjem in praksam. Pri tem ima pomembno vlogo sram, ki kot aktivno delujoč občutek definira pripadnost določenemu razredu (občutke sramu doživljajo predvsem pripadniki nižjega razreda, ki v primerjavi s srednjim vedno veljajo za amoralne). Preobrazbena televizija se konstruira na podlagi različnih sodb posameznikov, ki ta ugled imajo ali pa ga potrebujejo, da bi izpolnili pričakovanja srednjega razreda, ki si lasti pravico do presojanja o tem. Ugled se prepleta tudi z moralo in z njo povezanimi vprašanji, ki definirajo posameznike iz različnih družbenih razredov. Morala se predstavlja kot notranja lastnina, ki jo sprejemljivi posamezniki imajo, konfliktnim pa je primanjkuje. Trud tovrstnih televizijskih žanrov temelji ravno na razlikovanju in pri merjavi teh moralnih instanc, hkrati pa na razločevanju med primernimi in neprimernimi, za družbo škodljivimi posamezniki. Ugled se povezuje z moralo v posedovanju določenih družbenih vrednot, vendar se zdijo popolnoma ločljive od samega razreda in so zadeva posameznika. Prav ta brezrazrednost zastira resnične mehanizme ustvarjanja razrednih značilnosti.

6 KRITIČNA ANALIZA DISKURZA

Vpogled v razmerja moči v določeni družbi nam omogočajo že same medijske vsebine in reprezentacije, ki so v njih posredovane. Kritična analiza diskurza (KAD) se ukvarja z vprašanji »struktur, strategij ali drugih lastnosti teksta, govora, verbalne interakcije ali komunikativnih dogodkov, ki igrajo vlogo v načinih reprodukcije« (Van Dijk 1993, 250). Temeljna ideja KAD se namreč izraža v dejstvu, da je jezik živo sredstvo in ne more obstajati neodvisno od družbenega sveta, ki ga uporablja in iznajde načine, da prek njega uveljavlja svojo moč. KAD pravzaprav pomeni priznavanje razmerij moči v razredni strukturi in omogočanje glasovom z manjšim družbenim vplivom dostop do teh pozicij. Vednost o obstoju družbene hierarhije in prevpraševanje tistega dela sistema z večjo družbeno oblastjo in večjim dostopom omogoča poseg v tradicionalno neomajanstvo prepričanja o naravnih razmerjih moči v družbi. Kot pravi Norman Fairclough v svojem prebojem delu *Jezik in moč*, »je razpoznavanje moči jezika ključno za osvobajanje od okovov, ki jih postavlja v svoji praksi« (1989, 1). Moja analiza z uporabo metode KAD sledi prav temu navodilu, in sicer poskusiti odkriti razmerja moči in jih razvrstiti v družbeni kontekst in pojasniti njihovo delovanje. Ravno ta kognicija nam lahko pripomore pri vpeljevanju drugačnih diskurzov, ki bi lahko postali enakovredni nasprotniki dominantnim in se tako upirali vladajočim ideologijam. Andreja Vezovnik (2009, 111) pravi, da »KAD prevzame Foucaultovo pojmovanje razmerij oblasti kot diskurzivnih, pri čemer ima za KAD nediskurzivno primat nad diskurzivnim«. Norman Fairclough (1992, 39) pa se je v svoji misli oprl na Foucaultovo idejo diskurza kot konstitutivnega za tekstualno analizo diskurza, saj diskurz pomembno preoblikuje dele družbene vednosti, tako da uporabi že obstoječe tekste (intertekstualnost).²

Največja težava pri KAD je pravzaprav teoretizacija znanstvene metode, ki bi raziskovalcu ponudila enoten vpogled v določen pojav in njegovo razčlenitev, po drugi strani pa je za raziskovalca to nedvomno tudi prednost. Wodak in Meyer (2009, 25) poudarjata, da KAD omogoča veliko pristopov k raziskovanju določenega systemskega pojava, pri čemer se lahko opiramo na sociološke, psihološke in raznovrstne druge paradigme. Načinov uporabe KAD je neskončno, skupni imenovalec vseh pa sta razkritje prevladujočih silnic moči in upor proti

² Foucault v svojih razlagah diskurza ne misli direktno na tekst, ampak se osredotoča predvsem na produkte človeške vednosti – znanosti, kot sta medicina, psihologija ipd. Njegovo pojmovanje diskurza je torej predvsem abstraktno in se ne veže na noben določen tekst, ki se je oblikoval v interakciji med posamezniki ali institucijami in ga obravnavamo kot tekst (tako govorjen kot pisan).

njim. V okviru KAD so nam na voljo trije pristopi za razčlenjevanje te pojavnosti: socio-kognitivni pristop, diskurzivno-praktični in historični pristop (prav tam). Najpomembnejši predstavnik diskurzivno-praktičnega vidika je prav Norman Fairclough, ki je poleg Wodakove in Van Dijka eden od utemeljiteljev šole KAD. Fairclough (1995) poseben pomen pripisuje vidikom diskurza na stičiščih s prakso. Jezik in diskurz sta povezana skozi prakso (interakcijo), zato ta sistem ni zaprt, ampak se sooblikuje v družbenih praksah, ki jih tvorijo družbene interakcije. To obenem pomeni, da sta sistema jezika in diskurza podvržena nenehnim spremembam, saj med različnimi diskurzi in tudi elementi posameznega diskurza poteka boj za prevlado. Pri raziskovanju medijskih tekstov so nam lahko v pomoč tri Faircloughova vprašanja:

- 1) Kako je svet (dogodki, odnosi ipd.) reprezentiran?
- 2) Kakšne identitete so ustvarjene za tiste, ki so del televizijskega programa ali zgodbe (poročevalci, občinstvo, nekdo tretji, na kogar se sklicujemo ali ga intervjuvamo)?
- 3) Kakšni odnosi se ustvarjajo med vpletenimi (npr. novinar – občinstvo, ekspert – občinstvo ali politik – občinstvo)? (Fairclough 1995, 5)

Fairclough (1995, 2001) poudarja dialektični odnos med jezikom in družbenim, saj se jezik konstituira prek družbenega, hkrati pa se družbeno (re)producira prek jezika. Reprezentacije so tako lahko ena od oblik diskurzivnega, saj se ustvarjajo prek jezika. Fairclough (1995, 71) poveže tudi jezik in ideologijo, saj je ideologija vpletena tako v tekste kot kontekste; to pomeni, da se tvori z interpretacijami, zato jo je nemogoče definirati le na podlagi teksta. KAD nam pomaga ravno pri prepoznavanju ideologije in njene navidezne nevtralnosti pri ohranjanju statusa quo. Povezavo med ideologijo in KAD je povzela Andreja Vezovnik (2009, 113), ki pravi, da »KAD ideologijo vidi kot proces, ki artikulira različne reprezentacije realnosti in specifične konstrukcije identitet«.

6.1 MULTIMODALNA KRITIČNA ANALIZA DISKURZA

Ker je KAD namenjena predvsem opazovanju razmerij med jezikom oz. tekstom in družbo, je pri analizi nekaterih tekstov smiselno zajeti še druge komponente, ki prav tako proizvajajo pomene, ki se skozi oblike diskurza vključujejo v reprezentacijo. Pri medijskih vsebinah, ki

temeljijo tudi na zvoku in sliki, je ključno, da razvozlamo pomene, ki se vrinjajo ne le v sam govor, ampak v širši medijski tekst, npr. barva oblačil, premikanje kamere in postavitve kadra. Pri tej analizi nam lahko pomaga t. i. družbena semiotika, usmerjena k raziskovanju mnogoterih znakov, ki jih lahko prevajamo v za nas razumljive tekste. Za analizo in raziskovalca tako postane ključna misel, da »pomen ni komuniciran le z jezikom, ampak tudi na druge semiotične načine« (Machin in Mayr, 2012, 6).

Multimodalna kritična analiza diskurza (MKAD) je torej nadgradnja KAD, saj so nove tehnologije in novi mediji multimodalni teksti, v katerih se pomeni ne tvorijo le z jezikom ali v tekstu. Kress, Garcia in Leeuwen (1997, 257) se kot zagovorniki semiotičnega pristopa strinjajo, da »tekstov ni več mogoče zanesljivo brati le s pozornostjo, namenjeno pisani besedi: ta je samo eden od reprezentacijskih elementov v tekstu, ki je vedno multimodalen in se mora brati v povezavi z vsemi drugimi semiotičnimi načini tega teksta«. MKAD v svoj princip vključi mnogo več kot le tekstovno analizo, saj »teksti uporabljajo lingvistične in vizualne strategije, ki se zdijo na videz nevtralne, vendar so lahko ideološke in iščejo možnosti, da oblikujejo reprezentacijo dogodkov in oseb zaradi posebnih namenov« (Machin in Meyr, 2012, 9). Z uporabo MKAD se torej lahko raziščejo razmerja moči, ki niso zakrita le v tekstu, ampak širšem kontekstu sodelujočih semiotičnih načinov.

7 ANALIZA PREOBRAZBENEGA RESNIČNOSTNEGA ŠOVA PLAIN JANE

Za analizo sem izbrala PRTV šov Plain Jane, ki je bil prvič predvajan leta 2010 in je trajal dve sezoni. Podrobneje sem opazovala tri epizode (od prve do tretje). Prepoznane »osebne težave« udeleženk, ki jih bodo v oddajah »odpravili«, so napovedane že v naslovih oddaj. Tako je na primer ženska v drugi epizodi poimenovana No risk Jane, tj. navadno dekle, ki ne tvega, ali pa Conservative Jane, tradicionalno navadno dekle. Analiza se lahko začne že pri naslovih epizod.

Šov je zelo specifičen, vendar obstaja še nekaj podobnih, ki se osredotočajo na preobrazbo deklet in žensk prek vedenjskih navad in samega fizičnega videza brez plastičnih operacij. Ena takšnih oddaj je npr. From Ladette to Lady, ki v značilno britanskem slogu poskuša popraviti vedenje deklet iz nižjega družbenega razreda in jim z uporabo določenih praks privzgojiti navade žensk srednjega razreda. Avstralsko različico tega šova so poimenovali Aussie Ladette

to Lady. Podobne značilnosti ima tudi šov *The Girls of Hedsor Hall*, v katerem dekletu, ki se najbolj približa damskemu vedenju, podelijo denarno nagrado. V vlogi voditeljic oz. avtoritet nastopajo učiteljice in ravnateljice, saj preobrazba vedenja kandidatke poteka na šolski način, kot to počnejo učitelji v šoli.

Najprej pa je treba postaviti raziskovalna vprašanja, ki se vežejo na reprezentacijo žensk v PRTV:

1. Kako so ženske reprezentirane v različnih oblikah tekstov (zvok, slika, transkripcija govornega dela)? Ali te reprezentacije nagovarjajo že obstoječe tradicionalne oz. prevladujoče diskurze o ženskosti ali pa se z njimi skušajo bojevati, da bi se definirali novi?
2. Kako se v reprezentacijah žensk odražajo neoliberalne vrednote, ki so značilno patriarhalne, in kaj to pomeni za ženski spol na splošno?

Za odgovore nanje je treba izbrati ustrezno metodo analize, ki bo čim bolj strukturirano in natančno pripomogla k razrešitvi nakazanih problemskih vprašanj. Tako bo analiza usmerjena na dve ravni:

- tekst (transkripcija verbalnega v oddaji) in diskurzivne prakse, osredotočene na pomene in razmerja, ki jih ustvarja tekst skupaj z neverbalnimi znaki v šovu,
- stilistični elementi (zvok, slika, kamera ...).

Zaradi praktičnosti analize in reprezentativnosti sem epizodo strukturno razdelila v štiri dele:

- uvodna špica,
- predstavitev kandidatke,
- tehnike pomoči,
- razrešitev in srečanje z moškim.

Uvodna špica in vloga voditeljice

Televizijski šov *Plain Jane* se začne s predstavitvijo kandidatke z montažo odlomkov iz celotne oddaje, ki prikažejo ključne momente. Nato jo na splošno opiše voditeljica Louise; podoben

nagovor se ponovi na začetku vsake epizode. Kandidatko označi kot »preprosto, nerodno in pozabljeno«. Voditeljica pravi, da je »njen cilj pomagati navadni Jane, da bo izstopila iz svoje lupine, se soočila s svojim največjim strahom in se preobrazila v novo žensko s stilom in samozavestjo, da bo na romantičnem zmenku presenetila moškega svojih sanj«. Ob tem gledalci lahko vidijo žensko v vsakdanjih športnih oblačilih, z zakritim obrazom in nerodnih kretenj. Dekle v uvodni špici dobi obraz šele ob koncu nagovora, ko se naj bi preobrazba končala. V naslednjem kadru je prikazana v elegantnih oblačilih in nasmejana, poleg prav tako nasmejanega moškega. Poanta oddaje je torej v vsaki epizodi zajeta v voditeljičinem nagovoru, ki je podprt z vizualnim delom. Uvodna špica kandidatke predstavi kot neustrezne in nezadovoljne ženske, ki nujno potrebujejo intervencijo. Prikazane so kot nepopolne, ker jim primanjkuje ženstvenih lastnosti, ki se simbolno dodajajo ženskemu spolu. Ženska naj bi bila tako srečna le, kadar je urejena in elegantna, saj je takrat oz. zaradi tega tudi samozavestna in zato vredna moškega. Začetni nagovor nakazuje celotno strukturo zgodbe: prej nefeminilno in zato nezanimivo kandidatko je z ustreznimi tehnikami, ki posegajo tako v njeno sebstvo kot urejanje njene zunanosti, vendarle mogoče spremeniti.

Voditeljica nastopa kot »televizijska ustvarjalka okusa« (Philips 2008, 126), saj se v celotni epizodi predstavlja kot avtoriteta, ki se spozna na pravilno vedenje, oblačenje, ličenje in podobne ženske lepotne tehnike. Hkrati je tudi glasnica ugleda, ki pa ga kandidatke doživijo šele po preobrazbi ob koncu posamezne epizode. Ugled in sram sta za formacijo ženske in njenega položaja v družbenem razredu lahko ključna. Ugled se v oddaji izboljšuje s preobrazbenimi tehnikami, ki jih voditeljica prakticira na kandidatkah. Lahko bi rekli, da je pripadnica višjega srednjega razreda, medtem ko so kandidatke na začetku predstavljene kot nižji razred, ki se svojega vedenja in fizičnega videza sramuje. V vsaki od epizod je prikazana brežhibno, tako po oblačenju in lepotičenju kot po govoru. Simbolno je idol ženske, h kateremu stremijo kandidatke. V posamezni epizodi zamenja garderobo tudi po devetkrat, medtem ko kandidatke vse do konca ostanejo v preprostih in enoličnih oblačilih. Ob začetnem srečanju v kavarni je voditeljica vedno brežhibna in v toaleti, ki za takšno okolje ali priložnost ni primerna. To ustvarja pomene, ki jo potrjujejo kot avtoriteto, ki lahko presoja o ženskosti in navadah kandidatk, hkrati pa ji dopuščajo vlogo vseveda. Sama je seveda vitka, uglajena, povrhu vsega pa še Angležinja, ki s svojim naglasom potrjuje, da je prava poznavalka damskega vedenja. Louise pa ne poseblja le normativne ženskosti, ampak se

predstavlja tudi kot uspešna poslovna ženska, ki ima pod nadzorom tako videz kot kariero. Lahko bi jo označili za tipičen neoliberalni projekt, ki se je podredil zahtevam trga, zaradi tega pa je tudi srečnejša. Voditeljica vseskozi zagovarja spremembe navad in videza kot ključne za uspeh na vseh življenjskih področjih. Skeggs (2005, 977) pravi, da je za razlikovanje med razredi ključna »pozicija presojanja«, kar je voditeljica nedvomno ima in iz te pozicije lahko legitimno sodi okus nižjega razreda.

Predstavitev kandidatke

Uvodni špici sledi kandidatčina predstavitev. Voditeljico prosi za pomoč. Predstavi sebe, svoje osebne lastnosti in življenjski stil, izražen predvsem v njenem načinu oblačenja in njenih strahovih, ki jo omejujejo in ji preprečujejo, da bi postala prava ženska. Nato se z voditeljico srečata v živo in pogovarjata o moškem (tj. fantu oz. študentu), o katerem kandidatka sanjari in ga želi pritegniti. Voditeljica ga v telefonskem pogovoru povabi na zmenek na slepo.

Tehnike pomoči

V osrednjem delu oddaje se voditeljica ukvarja s kandidatkinjo preobrazbo. Neustreznost kandidatke potrdijo tudi njeni bližnji, ki na posnetkih govorijo o njenih pomanjkljivostih in nujnosti spremembe. Voditeljica ji pojasni merila in navodila, po katerih naj se ravna, da bo pritegnila moško pozornost. Kandidatka vedno dobi tudi naloge, na podlagi katerih se presoja uspešnost njene preobrazbe. Po nakupu nove garderobe in ličenju je pripravljena za srečanje.

Razrešitev in srečanje z moškim

Moški čaka na kandidatko v romantičnem okolju, ki je prizorišče zmenka. Srečanje z njo je zanj presenečenje, saj ne ve, koga pričakovati. Med večerjo mu kandidatka prizna svoja čustva, moški v večini oddaj pa ta priznanja sprejmejo in sogovornicam tudi sami izpovejo naklonjenost. Ob koncu gledalci vidijo niz fotografij novega para, ki uživa v romantičnih skupnih trenutkih. Fant, ki ga je kandidatka prej na skrivaj opazovala, se naenkrat prelevi v moškega v elegantni obleki, ki preživlja romantične trenutke s svojim dekletom.

Za analizo sem izbrala prvo epizodo prve sezone, naslovljeno Friend zone Jane, »Jane kot prijateljica«. Iz transkripcije, ki sem jo našla na spletu, sem izbrala in prevedla dele, ki se osredotočajo na kandidatko in njeno vrednost v razmerju do moškega.

Kandidatka omeni: *»Večkrat mi je kakšen fant všeč, ampak na koncu ostanem le njihova prijateljica.«* (The CW. 2010a) Potarna, da ima sicer veliko prijateljev, vendar so vsi moški. Ko našteje skupne aktivnosti, kot so druženje, gledanje baseballskih tekem in ustvarjanje glasbe, jo voditeljica označi za fantovsko. Omenjene aktivnosti namreč veljajo za nefeminilne in jih v družbi večinoma pripisujemo moškim. Ženskemu spolu pa pripadajo družbene prakse, kot so nakupovanje, ličenje ipd. Prav tu je lahko vzrok za kandidatkin neuspeh – moški jo obravnavajo le kot prijateljico, in ne kot dekle, s katero bi lahko začeli romantično zvezo, ker se obnaša kot ena izmed njih. Voditeljica namreč pravi: *»Meni to zveni, kot da gre direktno v območje prijateljstva, namesto da bi šla v seksi, zapeljivo in potencialno dekle.«* (prav tam) S tem nakaže preprosto predpostavko, da moške zanima ženska, ki je ženstvena in nasprotje moškemu – torej oseba, ki pri definiranju in ohranjanju svoje ženskosti uporablja ženske prakse. Kandidatka s svojimi praksami nasprotuje patriarhalnemu redu, vendar je zaradi tega nesrečna, ker si želi moško potrditev, ki bi jo v svetu moško-ženske menjave naredila zaželeno in vredno. Po voditeljičinih besedah je njen odnos z moškimi prijateljski, ne pa odnos zapeljevanja in privlačnosti, kar se pričakuje od partnerke. Izjavi o neženstvenosti pritrdi tudi kandidatka, saj misli, da je prijatelji ne vidijo kot zapeljivko. Naslednji znak njenega videza nefeminizirane ženske je njena obutev – japonke, ki se jim voditeljica prav posmehuje. Tekst napeljuje k vrednotenju ustrezne ženskosti in hkrati potrjevanju tradicionalnih predpostavk o ženskosti. Sosledje in sama vsebina pogovora namiguje, da je pri iskanju partnerja neuspešna zato, ker ni privlačna in zapeljiva oz. ker ne uporablja ženstvenih praks. Fizični videz je predpostavljen kot pogoj za zmožnost pridobiti ustreznega partnerja – pri iskanju partnerjev so torej uspešnejše tiste ženske, ki upoštevajo prevladujoče diskurze ženskosti ter se uklanjajo patriarhalnim zahtevam o ženskah in njihovem delovanju v družbi. Razpravljanje o obutvi in oblačilih ter na splošno o zunanjem videzu nakaže tudi vprašanja kandidatkinega življenjskega stila in posledično okusa.

Izsek omogoči vpogled v sicer močno prikrito povezavo z družbenim razredom, ki je skrit pod očitki slabega okusa in sramu pred nezmožnostjo doseganja uspeha ženskih praks. Voditeljica je tudi nosilka kulturnega kapitala. Poskuša ga prenesti na nižji razred – v tem

primeru na kandidatko, ki potrebuje preobrazbo. V oddaji ji svetuje tudi poznavalec, ob katerem se gledalcu ustvari vtis, da je elegantno oblačenje naravna stvar in izhaja iz posameznika samega. Gareth Palmer (2008, 4) pravi, da usvojitve nekega življenjskega stila omogoča navidezen dvig v višji družbeni razred, hkrati pa izloči tiste, ki ne delujejo v skladu z njim. Kandidatino frustracijo zaradi svoje nezaželenosti pri moškem bi lahko razlagali tudi s sramom, povezanim z razredno pripadnostjo, oz. z nezmožnostjo obvladovanja določenega življenjskega stila, ki bi jo približal temu moškemu.

Voditeljica pravi: *»Japonke vržemo stran. Prihajajo visoke pete. Okrepiti hočem tvojo samozavest. Te naučiti, kako se spogledovati in morda biti bolj zapeljiva, v nasprotju z neko prijateljico, s katero gledajo baseball, velja?«* (The CW, 2010a)

Tako oblačila kot vedenje so močni označevalci razredne pripadnosti. Kandidatka obutev je označevalec delavskega oz. nižjega razreda, v diskurzu preobrazbene resničnostne televizije pa nakazuje na nepoznavanje pravil oblačenja in primanjkljaj ženskih tehnik. Vse te tehnike oblačenja in ličenja podprejo strokovnjaki, ki v oddaji nastopajo v vlogi avtoritet pri določanju ustreznih praks. Pri tem jih po navadi podprejo še pričevanja bližnjih ali prijateljev.

Kandidatka o želenem moškem pove: *»Je zelo talentiran glasbenik.«* (prav tam) Nobenega ocenjevanja na podlagi oblačil, temveč se poudarjajo lastnosti, ki videz presegajo, čeprav tudi ta nikoli ni povsem prezrt. Moške pogosto opisujejo s pridevniki, kot so talentiran, luškan, športen ipd., medtem ko se za ženske uporabljajo pridevniki, kot sta seksi, zapeljiva. Status moškega v teh izsekih ni nikoli vprašljiv, ampak je močno zakoreninjen v obstoječo vlogo. To je opazila tudi Myra Macdonald (1995, 198) pri raziskovanju razmerja med žensko identiteto in telesom: identiteta ženske je povezana s tistimi deli ženskega telesa, ki so privlačni moškim, obenem pa *»moška telesa konotirajo moškost prek asociacij na telesne funkcije in zmožnosti in (prek) močnih in energičnih aktivnosti«* (prav tam).

Po drugi strani je kramljanje med dvema ženskama o moškem lahko dejanje, usmerjeno proti patriarhatu. Dejanja kramljanja namreč lahko pomenijo iskanje lastnega ženskega prostora, v katerem je ohranjena ženska domena in kamor moški večinoma nimajo dostopa oz. želje po

dostopu. John Fiske (1987, 78) meni, da moški kramljanje zavračajo, ker je zunaj njihovega dosega, zato ga označujejo za manjvredno, žensko prakso.

Potrošnja je v oddaji prikazana kot ključna za preobrazbo ženske. Tehnike so v tem primeru prikrite, premagovanje strahu pa na koncu prinese nagrado v obliki bona za nakup v veleblagovnici. Voditeljica spodbuja: »*Zgrabi ga. Tisoč dolarjev. Zgrabi ga. NAREDI ŽE TO. NAREDI ŽE TO.*« (The CW, 2010a)

Tako zapravljanje lahko povežemo z osvoboditvijo in opustitvijo strahu. Ta učinek bi lahko opisali celo kot kandidatkinino zdravljenje ali obliko samopomoči pri preobrazbi. Dostop do takšne preobrazbe imajo le udeleženke v oddaji, vsebina oddaje pa jasno namiguje, kako si lahko pomagajo gledalke. Potrošnja je prikazana kot nagrada, kot občutek zadovoljstva, ki kandidatko preplavi, ko premaga strah in se preda nakupovalnim užitek. Prav to jo loči od nefeminilne in nerodne Jane – trošenje, ki ji pomaga oblikovati identiteto, doseči ustrezen zunanji videz in se naučiti, kako postati ženska. Oddaja ženske nedvomno poučuje, kako usvojiti življenjski stil, ki ga posreduje v svoji reprezentaciji. Od ženske se tako pričakujejo tudi navade, ki ne temeljijo le na golem trošenju, ampak zajemajo širše polje družbenega življenja, ki se dotika tudi samega okusa.

V vsaki od epizod imata glavni vlogi voditeljica in kandidatka, torej ženski. Moški nastopa kot objekt ženske želje, ki v oddaji nima veliko prostora za govor, vendar je vseskozi prisoten, četudi simbolno. Vsi napor kandidatk in njeno prizadevanje za usvojitev novih praks so zavoljo moškega, ki ob koncu oddaje odda zadnji, odločilni glas o uspešnosti njene preobrazbe.

Kandidatkine težave so predstavljene z moške perspektive – torej ženske pomanjkljivosti, ki naj bi moške najbolj motile. Lahko bi rekli, da je voditeljica, čeprav ženska, patriarhalni glas in zavzame močno prevlado nad kandidatkinimi praksami, kar vodi v diskurzivno močne neustrezne tendence. Vseskozi namreč obstaja navodilo ženski, da mora prevzeti določene navade, da bi lahko postala uspešna in bila zadovoljna sama s sabo. Voditeljica uvede nekaj nalog, ki naj bi kandidatko preobrazile in jo uvrstile v višji družbeni red, s čimer bi njena vrednost postala zadostna za odnos z moškim. V celotni epizodi (in tudi sezoni) se pojavlja diskurz normativne heteroseksualnosti, saj šov drugih možnih oblik spolne usmerjenosti ne poudarja ali sploh omenja.

Voditeljica kandidatino nerodnost pri komuniciranju kaznuje zelo skrajno – opremi jo z električno ovratnico, ki jo sproži, kadarkoli kandidatka v pogovoru z moškim po njeni presoji neprimerno odreagira. Neustrezno obnašanje se torej sankcionira z direktno telesno kaznijo, kar je sicer značilno za predmoderno oblast, vodi pa do naučene in oblikovane identitete, ki bo zmožna delovati na temeljih moderne oblasti – samodisciplinirano in samonadzorovano. Gre za direktno vpeljavo neoliberalnih načel, ki ne poučujejo le kandidatke, ampak tudi gledalstvo.

Diskurz individualnosti sledi potrošnim praksam. Učenje kandidatke, kako naj se primerno oblači in vede, je tesno povezano z ustreznimi potrošnimi artefakti, kar je značilnost postfeminizma. Kandidatka ob tem doživlja tudi občutke osvobojenosti, vendar le pod krinko moške naklonjenosti.

7.1.1 ANALIZA STILISTIČNIH ELEMENTOV – EPIZODA 1

Najpomembnejše sredstvo za ustvarjanje pomena je v tem segmentu seveda kamera z uporabo tehnik, ki nekatere pomene poudarijo, druge pa prikrijejo. Voditeljico in kandidatko pred njunim srečanjem kamera med hojo premeri od glave do pet. Tu se pojavi prvo razlikovanje, ki na podlagi oblačil loči dve vrsti žensk. V tem trenutku se ustvari tudi razlika glede na razredno pripadnost, ki sem jo že opisala.

Govor o oblačilih in primernem oblačenju potrdi še posnetek, ki prikazuje kandidatko oblečeno v kavbojke in obuto v japonke, voditeljico kot avtoriteto pa na visokih petah in v krilu.

Tehnike snemanja se spremenijo, ko se ženski postavita v zasedo (izsek 1.4), moški pa je predstavljen v počasnem posnetku ob spremljavi mačistične glasbe. Prikazan je pri športni aktivnosti, večinoma je posnet od pasu navzgor. Zdi se, kot da se ne zaveda, da je sneman. Snemalna tehnika kamere se premakne v pogled kandidatke. Gledalec tako dobi občutek, da je pogled na moškega opazovalen in ga prikaže takšnega, kot je.

Posnetki od blizu se pojavijo v zadnjem delu oddaje, ko kandidatka stopa pred svojo simpatijo, ta pa ne odvrne pogleda od nje. Kamera sledi koraku ženske, posname visoke pete in razkriva noge v krilu. S tem posnetek sugerira moški pogled in željo. Ženska je spet predstavljena stereotipno, saj kamera poudarja njeno zunanost in popolnoma opusti njeno

osebnostno predstavitev. Prav tu je kandidatka tudi nagrajena za svoj trud – privlačna je tako za kamero kot za moškega, saj je prevzela prakse ženstvenosti in se naučila igrati igro višjega družbenega razreda. Fizični videz je tisto, kar odloča o njenem uspehu ali neuspehu. Bližnji posnetki kandidatke, obute v čevlje z visokimi petami in oblečene v krilo, potrjujejo scenarij, ki je bil nakazan na začetku – za privlačnost in zaželenost se bo treba odreči lastnemu življenjskemu stilu in prevzeti tistega, ki ga predvideva diskurz preobrazbene resničnostne televizije.

7.2 ANALIZA TEKSTA IN DISKURZIVNIH PRAKS – EPIZODA 2

Srečanje med voditeljico in kandidatko se začne zelo podobno kot v prvi epizodi. Voditeljica komentira njen videz:

»Nosiš trenirko, vso popackano s črnilom. Ali me zafrkavaš ali pa želiš začeti na zares nizki točki, tako da bo vse, kar se bo zgodilo, pot navzgor? ... Ali lahko razvežeš čop, da vidimo tvoje lase? Kdaj si jih nazadnje umila?« (The CW, 2010b)

Voditeljica nemudoma pokaže na pomanjkljiv videz in jo opozori na tehnike oblačenja in skrbi za telo. Ženska, ki želi biti feminilna in zanimiva za moške, se torej ne sme oblačiti športno (razen kadar se ukvarja s športom), saj s tem za nasprotni spol ni privlačna, ampak ga celo odbija. Celotni videz mora slediti zapovedim, ki jih predstavlja sama voditeljica, čeprav ne izvemo, ali je sama v zasebnem življenju srečna v partnerskem odnosu in ali ga sploh ima.

Naslov epizode je No risk Jane, »Jane, ki ne tvega«, zato kandidatko čaka skok s padalom. Ko to izve in se prestraši, ji voditeljica pojasni bistvo preobrazbe:

»Nisi me poklicala zato, da te bom le naličila ... Iz najinega pogovora resnično čutim, da moraš imeti kontrolo nad vsem, in to te drži nazaj – ne samo pri fantih – za sekundo pozabi na Jonathana – ampak v življenju.« (prav tam)

Poskuse spreminjanja kandidatkega videza torej spremljajo izkušnje, ki zanjo niso prijetne, vendar pomenijo temelj same transformacije. Da se lahko posameznik spremeni, mora

doživeti razsvetljenje v obliki drugačnih življenjskih praks, ki preoblikujejo njegovo sebstvo in se potem izrazijo tudi v njegovem fizičnem videzu. Ta predpostavka je dejansko temelj vse preobrazbene resničnostne televizije – doživeti zlom in se potem biti pripravljen učiti od tistih, ki v družbi veljajo za uspešne. Kandidatka mora torej uspešno prestat neprijetno situacijo in jo obvladati, da se transformacija lahko nadaljuje. Voditeljica to podkrepi z izjavo: *»Če lahko prestane to, potem bo priznanje čustev svoji simpatiji mala malica.«* (prav tam) Ta tehnika močno spominja na postfeministično premiso o dosežkih in zadovoljstvu s sabo. Ženska si s svojimi uspehi in individualizmom pridobi moč, v ozadju pa še vedno ostajata pričakovanje in želja po heteroseksualnem odnosu, ki bi jo dopolnil.

Voditeljica preveri tudi kandidatino stanovanje in se zgraža nad neredom:

»To je ogabno ... Ne more vendar puščati hrane v spalnici na tleh. To je odvratno. Ne vem niti, ali bi dovolila tu živeti podgani.« (prav tam)

Tako poseže tudi v prostor zasebnosti, dom. Ker v takem stanovanju živi ženska, je voditeljičino ogorčenje še toliko močnejše, saj je gospodinjstvo domena ženskega spola. Nad moškimi takšnega neodobravanja verjetno ne bi izražala. Ženskam je tako še vedno pripisana vloga gospodinje, saj naj bi opravljale gospodinjska dela (poleg vseh drugih). Voditeljica problem pospravljanja naveže celo na bolezensko motnjo kopičenja predmetov. Postavi se v vlogo strokovnjaka (psihiatra) in kandidatki pomaga odstraniti navlako – tako čustveno kot materialno. Tako posploševanje je lahko zelo škodljivo, saj se gledalcem posredno predstavi rešitev, ki ni strokovna in ni zanesljiva. Voditeljičine prakse odpravljanja težav se kažejo kot preproste rešitve, vendar se globljega vzroka kandidatkinih težav ne dotaknejo. V ozadju zgražanja in sramotenja kandidatke zaradi neurejenosti njenega bivalnega prostora je preprosta razredna pripadnost. Voditeljica je v položaju, da lahko razsoja o kandidatkinem okusu, in pri tem uporablja tehnike sramotenja. Razsojanje je pri preobrazbi nujno, saj brez razrednega pozicioniranja ne pride do ključnega razlikovanja, ki loči kandidatko od voditeljice in pravilno od napačnega.

Voditeljica poseže tudi v izbor oblačil:

»Preprosta Jane nosi preprosta oblačila, vedno je oblečena v trenirko in T-majico. Toda če bo želela, da bo simpatija videla njeno privlačno stran, bo morala tvegati s krili in petami.« (prav tam)

Bistvo ženske privlačnosti se spet pokaže v zmožnosti izražanja ženskih atributov (izbira krila kot možnost pokazati noge in izbira visokih pet kot moškega fetiša). Hkrati pa voditeljica kandidatko in gledalke/-ce uči potrošnje, ki je ključna za privlačnost ženskega telesa. Tako jo od cenениh majic in trenirk preusmeri k nakupu modnih kril in obutve z visokimi petami. Užitek v potrošnji se pokaže v kandidatkinem komentarju, ko obleče ozko črno obleko: *»Res se počutim elegantno.« (prav tam)*

V tej epizodi je spet uporabljena kazen z električno ovratnico, ki se sproži vsakokrat, ko kandidatka moškemu na hitrem zmenku ne odgovori tako, kot bi morala. Ko ga vpraša o njegovih načrtih čez pet let, dobi elektrošok, saj vprašanje menda ni ustrezno za zmenek, ampak bi bilo bolj primerno za razgovor za delo. Kandidatko in s tem gledalke poskušajo naučiti, kakšen naj bi bil zmenek in kako naj bi se na njem obnašala ženska. Moški na drugi strani seveda za svoja vprašanja ne dobijo elektrošoka, kar daje vtis, da je ženska tista, ki odloča o svoji usodi in izbira primerne partnerja. To so dejansko značilnosti postfeminističnega diskurza, v katerem je ženska odločna in samostojna, hkrati pa se mora za uspeh prilagajati načelom in variacijam prostega trga – uspeh se tako meri tudi z zmožnostjo pridobiti in ohraniti moškega partnerja. Nikjer v šovu se ne pokaže voditeljičina zmožnost pridobivanja partnerjev, saj se to razume kot samoumevno. Feminilna in lepo urejena ženska namreč ne vzbuja vprašanj o priljubljenosti pri moških.

Močno opazen je tudi diskurz moškosti, ki se pojavlja na strani kandidatkin simpatije. Opiše ga z besedami: *»Je srčkan, visok in zelo pameten.« (prav tam)* Šov producira popolne moške, saj v celotni epizodi (in vseh drugih) ni izpostavljena nobena njihova pomanjkljivost, medtem ko so kandidatke zanje oz. za svojo subjektiviteto in prakse celo kaznovane. Ti moški so le mladi fantje, ki so daleč od idealnih, vendar so prikazani kot končna nagrada za kandidatkin trud in vreden dosežek. Šov daje vtis, da je svoje navade, videz in počutje mogoče spremeniti v borih nekaj dneh. Voditeljica pravi: *»Zelo sem ponosna, kako daleč si prišla v tem tednu ... Fizično, mentalno, čustveno – vse!« (prav tam)* Iz neurejenega dekleta je v enem tednu naredila privlačno žensko, ki ji je uspelo očarati svojo simpatijo. Moški ji po razkritju prizna,

da je upal, da bo to prav ona, kar pomeni, da bi mu bila vseč že brez spremembe. Vendar je namen šova več kot to – preobrazba subjektivitete in identitete, ki vodi do fizične preobrazbe, kar bi lahko pojasnili s popularnim rekom zdrav duh v zdravem telesu, ki nima nobene dokazane faktičnosti. V eni epizodi so strnjena življenja kandidatke, ki lahko hitro okreva od stare sebe in nadaljujejo pot kot popolnoma drugačne ženske. To je seveda povsem nerealno, saj je v tako kratkem času nemogoče spremeniti navade in vse, kar se od teh deklet zahteva. Zdi se, da poskuša šov iz deklet napraviti ženske in jih pripraviti za življenje s kariero, moškim in kasneje otroki.

Spet je zelo očiten pritisk potrošništva v povezavi z žensko lepoto. Kandidatka jasno opiše svoj način oblačenja: »Oblačim se v šolske T-majice, ker nič ne stanejo in ker sem praktična – hočem prihraniti.« (prav tam) Njen praktični vidik pa je predstavljen kot simptom lenobe in neurejenosti. Voditeljica jo pri nakupovanju uči in ji svetuje, kakšno oblačilo je seksi in kaj poudari telo, da bi bilo videti privlačno – tu se praktičnost konča, saj mora kandidatka kupovati krila, obleke in elegantne čevlje. S potrošnjo primernih oblačil se kandidatki vsilijo normativi ženskosti in njene identitete. Voditeljica se do konca oddaje večkrat preobleče in kandidatčina končna podoba dejansko temelji na njeni podobi.

7.2.1 ANALIZA STILISTIČNIH ELEMENTOV – EPIZODA 2

Gibanje kamere je zelo podobno kot v prvi epizodi. S snemalnimi tehnikami se spet prikazuje razlika med kandidatko in voditeljico. Pred prihodom na prvo srečanje z voditeljico je kandidatka posneta pri nekoliko nerodni hoji, v športnih hlačah in obutvi ter v preprosti majici s kratkimi rokavi. Naslednji kader prikazuje voditeljico, ki jo kamera premeri od glave do pet, v kratki obleki in visokih petah. Snemalne tehnike poudarjajo razliko med njima in ustrezno ženskost – tako pri gibih pa vse do oblačil in obutve. Posnetki od blizu se uporabljajo pri tehnikah preobrazbe, npr. pri ličenju. V teh primerih poskuša kamera natančno prikazati kandidatnine napake in takoj nato instantne rešitve pri popravkih, kot sta ličenje in oblikovanje pričeske.

Po končani preobrazbi dramatična glasba spremlja bližnje posnetke kandidatkinih nog in drugih ženskih atributov, ko se približuje svoji simpatiji na zmenku. Snemalna tehnika torej

implicira, da je šele po temeljiti spremembi oblačil in ličenju ženska privlačna in vredna bližnje obravnave oz. moškega pogleda. Kamera ponazarja tipični voajerski moški pogled, ki zahaja v dele ženskega telesa, ki veljajo za privlačne in vredne pogleda. Lahko bi rekli, da gre za seksualizacijo kandidatke, ki pa se udejanji šele v zadnjem segmentu – preobrazena in opolnomočena pri srečanju s svojo simpatijo. Poraja se vprašanje, ali se kandidatka res kaj razlikuje od prejšnje različice sebe, ali je zares prevzela nove navade in premagala svoje strahove, saj se končna preobrazba zdi predvsem sprememba fizičnega videza. Tudi kandidatkin spremljevalec, ki je ob koncu oblečen v elegantna oblačila in se udobno počuti na zmenku v intimnem in razkošnem okolju, je zelo drugačen od svoje prvotne pojave. Povečevanje kandidatke preobrazbe se tako izrazi tudi na ravni okolja v zadnjem delu oddaje. Podrobno so posneti detajli razkošja – šampanjec, hrana, prostor, v katerem se srečata. Osvetlitev nakazuje na posebno priložnost – kot da gre za posebno praznovanje ob soju sveč in z razkošno cvetlično dekoracijo. Dogajanje na zmenku še vedno preverja voditeljica, saj stoji na balkonu in ima pregled nad celotnim dogajanjem v prostoru, kje poteka zmenek. To je še zadnja potrditev njene avtoritete, hkrati pa se s tem disciplina prenese v samodiscipliniranost kandidatke, ki je uspešno prestala »šolo ženskosti«.

7.3 ANALIZA TEKSTA IN DISKURZIVNIH PRAKS – EPIZODA 3

Na začetku te epizode je prikazano, kako različne stvari se pričakujejo od žensk ali moških. Kandidatka pojasni, da je odraščala na kmetiji in je pred poukom pomagala v hlevu: *»To me je nekako odvrčalo od tega, da bi se lepo oblekla za šolo, ker sem že smrdela po gnoju.«* Voditeljica se pri obeh priznanjih zgraža, npr. *»Fuj«, »To je ogabno«.* (The CW, 2010c) Kandidatka navede dela, ki se ne uvrščajo med ženska gospodinjska opravila, ampak veljajo za moška. Ne glede na morebitno drugačno ozadje in razloge za tako delo ga voditeljica zavrne kot neprimerno za žensko. Vendar se zadaj skriva mnogo več kot spolna razlika pri delu. Zaznamo lahko očitno družbeno razrednost in ugled, ki ju opisuje Beverley Skeggs (1997), ko pravi da gre za presojanje višjega razreda o neprimernosti praks pri nižjih razredih in hkrati opravičevanje svojih lastnih praks, ki se začrtane kot ugledne in predvsem pravilne. Kandidatka se ob koncu preobrazbe pogleda v ogledalo in pravi: *«Vav. To sem jaz. Kdo je to?»* Tu nastane neskladje med okusom kandidatke in celotno preobrazbo, ki jo ustvari zunaj meja

njenega okusa in znotraj meja normativov ženskosti in srednjega razreda. To pomeni, da se kandidatka zaveda, kako naj bi izgledala in se hkrati počutila, vendar se njena družbena pozicija še vedno razlikuje od teh praks. Kandidatka pri opisu svoje simpatije uporabi tipično ženski princip: *»Rad dela v železnini, kar je super, saj dviguje zelo težke stvari in to pomeni, da je mišičast.«* (prav tam) Meje med moškim in žensko so ostro začrtane, tako pri opravih kot pri zunanjem videzu.

Voditeljica komentira njeno življenje: *»Občutek imam, da si pri vsem pozno dozorela. Tako pri fantih kot pri načinu oblačenja in delu.«* (prav tam) Njen način življenja pripisuje nedozorelosti, očitno pa prezre njeno razredno pripadnost. Ker je odraščala na kmetiji, zdaj pa se preživlja kot natararica v baru v Los Angelesu, si kandidatka ne more privoščiti boljših oblačil, verjetno pa tudi nima časa, da bi si našla fanta. Njena zrelost tako nima skoraj nič z njenim trenutnim položajem. Krivda za njen položaj pa je pripisana samo njej, kar je tipični učinek individualizacije, ki se v neoliberalnem duhu obesi na posameznika in njegovo krivdo, ne pa na sistem, v katerem ta živi.

Ponovi se tudi scenarij premagovanja strahov, ki da podlago za kandidatkinu navidezno opolnomočenje – tokrat s potrošnjo. Kandidatka se mora spoprijeti s svojim največjim strahom, kačami. Za nagrado bo dobila bon za 1000 dolarjev, ki ga bo lahko porabila v trgovini z oblačili. Voditeljica napove: *»Neposredno se boš soočila s strahom in to bo začetek tvoje preobrazbe ... Misli o tem kot o torbici iz pitona.«* (prav tam) Premagovanje strahu je nagrajeno z idejo o potrošnji. Vendar potrošnja ostaja nadzorovana, kar se izkaže v trenutkih, ko si kandidatka sama izbere oblačila. Ko si obleče ozko in kratko obleko z motivom srca in visoke škornje z nizko peto pa voditeljica komentira takole: *«Izgledaš zelo seksi. Tako zelo seksi, da bi kateri moški še plačal za to.»* Voditeljica njeno izbiro oblačil primerja z izgledom prostitutke in tako začrta točno določene okvirje oblačenja, ki niso primerni za srednji razred. Vendar, če pogledamo oblačilo pri končni preobrazbi, veliko več razkriva, kot to, ki si ga je izbrala sama. Razlika je predvsem v modnih dodatkih in obutvi z visoko peto. Okus kandidatke je v tem pogledu pomanjkljiv, saj nima sredstev, da bi sestavila primeren izgled.

Korekcije njenih navad in soočenje s strahovi so zastavljeno tako, da se bo lažje približala svoji simpatiji, če bo premagala ovire, ki zastirajo njen pravi jaz. Oviro premaga in se tako navidezno približa sebi in svojemu pravemu jazu, ki do popolne preobrazbe potrebuje le še

nekaj korakov. Voditeljica nakaže pot do tega cilja takole: »*Da bi postavila življenje na pravo pot, se mora Clare usmeriti na stvari, ki jo ovirajo pri osvojitvi simpatije.*« (prav tam) Odpelje jo na strelišče, kar bi po voditeljičinem mnenju lahko zarisalo nov fokus v kandidatkinu življenje. Tu se pojavi ideologija Amerike, da se ljudje na strelišču sproščajo in fokusirajo. Kandidatka strelja v tarčo in zdi se, kot da želi ubiti staro sebe in dati prostor skritemu sebstvu, ki je bilo zavrto. V šovu so uporabljene preproste tehnike, ki navidezno izvabijo na površje kandidatkinu pravo sebstvo. Te prakse delujejo kot neke vrsta terapija in ustvarijo občutek, da izkustva zdravijo neprilagojeno ženskost. Biti ženska se torej da naučiti – z ustreznimi praksami, ki vključujejo videz, partnerja in delo, torej vsa življenjska področja, ki morajo biti izpolnjena, da ženska lahko velja za privlačno in uspešno. Hkrati se pojavi tudi voditeljičin očitek, da kandidatka »ne sledi svojim sanjam«, saj si želi postati pisateljica. Pravi, da ji bo streljanje »pomagalo najti fokus v življenju«. (prav tam) Voditeljica torej poskuša vplivati na kandidatkinu kariero in jo usmeriti v bolj tržno naravnani subjekt, ki ne bo več stregel pijač v kavarni, ampak bo prevzel odgovornejše delo. Podobno poudarja Susan Bordo (2003, 171), ki opaža, da morajo ženske usvojiti moško vedenje v profesionalni sferi in se naučiti discipliniranosti in odločnosti. Kljub vsemu ne moremo trditi, da šov ohranja ideal stereotipne ženske, saj daje velik poudarek njenemu opolnomočenju – premagovanje strahu pred kačo in streljanje v tarčo nikakor nista v skladu s tradicionalnimi pogledi na žensko vlogo. Zaznavne pa so, kot sem že omenila, postfeministične in neoliberalistične ideje.

Voditeljica odpelje kandidatko na plažo, kjer naj bi se pogovarjala z naključnimi fanti in se tako pripravila na zmenek. Pri tem sodeluje t. i. guru za odnose, ki komentira kandidatkinu spogledovanje in jo ocenjuje. Ta del ima tudi poniževalno noto – tokrat mora kandidatka vsakokrat, ko izgovori kaj neprimernega, sleči en kos oblačil. Njeni pogovori s fanti se vrtijo predvsem okoli njihovega videza. V nekem trenutku fantoma med igro na plaži celo predlaga, da bi se šli trojčka. Njene izjave so večinoma polne pretiravanja in mejijo na seksualnost, ki naj bi bila moškim všeč – direktni namigi na seks. To naj bi kandidatki okrepilo samozavest, saj je bila večina moških do nje prijaznih.

Prakse discipliniranja med voditeljico in kandidatko, tj. med nosilko moči in podrejeno, ustvarjajo očitna razmerja moči in nemoči. Te prakse se tako spet navezujejo na vedenje, oblačenje in premagovanje strahov. Tehnike samodiscipliniranja so takšne, da jih mora kandidatka prestati sama, vendar je na koncu nagrajena – z naklonjenostjo moškega, ki ji je všeč, hkrati pa sama postane objekt neoliberalizma, ki zna dobro poskrbeti zase. Tako je pripravljena za nadaljnje življenje – omogočale ji ga bodo prakse, ki se jih je naučila v oddaji neposredno od voditeljice in iz diskurza. Ženska je torej reprezentirana kot nedokončan in pomanjkljiv projekt, ki ga država v neoliberalnem okolju ne more več zastopati. To vlogo pa lahko prevzamejo različni strokovnjaki (modni, televizijski ipd.). Zdi se, da so bile kandidatke pred preobrazbo upornice proti sistemu, vendar z željo vstopiti v ta diskurz in v njem sodelovati. Ta želja je jasno izražena s prijavo za sodelovanje v takšni oddaji in pripravljenostjo, da se izpostavimo s svojimi pomanjkljivostmi, na koncu pa pokažejo v svoji najboljši, popravljeni različici.

Voditeljčina kritika vodi v ponotranjenje dejstev tako pri kandidatki kot pri gledalkah, saj se s tem soustvarjajo prakse samodiscipliniranja. Kandidatko predstavi kot nepopolno, vendar dopušča oz. predpostavlja, da v njej obstaja njen pravi jaz oziroma sebstvo, ki se lahko poenoti z normativom ženskosti. Vse nepopolnosti so reprezentirane kot težava posameznice, kar pomeni, da so rasne, sistemske in spolne razlike prikrite. Potek šova namreč vedno znova definira eno in isto podobo ženske – normativ ostaja enak.

7.3.1 ANALIZA STILISTIČNIH ELEMENTOV – EPIZODA 3

Voditeljčina garderoba na začetku oddaje je spet čisto nasprotje podobi kandidatke – voditeljica v elegantni obleki in kandidatka v trenirki. Kamera razliko še poudari, saj je voditeljčino ozadje elegantno in moderno, pri kandidatki pa odprta omara s preprostimi oblačili, kot so majice s kratkimi rokavi, kar vzpostavi začetni prepad med idealom v osebi voditeljice in kandidatko, ki je potrebna preobrazbe. Ta razlika ob koncu epizode izgine: kandidatka je predstavljena na fotografijah v novi podobi – urejena v enakem slogu kot voditeljica, v čevljih z visokimi petami, z naličenim obrazom, urejenimi nohti in v kratkem krilu. Kamera spet sledi moškemu pogledu – k ženskim nogam, oprsju in zadnjici, ki so seveda najbolj poudarjeni v ozkih in kratkih oblačilih.

Pri opazovanju kandidatke simpatije, ko je sama še v svoji stari podobi, je uporabljen princip skrite kamere. Tako dobimo vtis, da še ni primerna, da bi jo simpatija videla, zato jo je treba skrivati. Ko gledalci in voditeljica prvič vidijo kandidatino simpatijo (seveda na skrivaj), na njegovo čednost namigujeta počasen posnetek in glasba. Fant je oblečen preprosto in ni nič posebnega, vendar so ti dodani elementi ključni, saj je tisti, zaradi kogar bo kandidatka poskušala spremeniti svoj življenjski stil. Šele na ključnem zmenku ob koncu epizode se kandidatka lahko razkrije – transformirana v tipično žensko in odkrita tako pred kamero kot pred moškimi. Lok preobrazbe je tako pri koncu – popolna podoba, priznanje in uspešen zmenek.

Vmesni posnetki družine in prijateljev poskušajo dodatno pokazati na neustreznost kandidatkinih pomanjkljivosti – ti posnetki so v vlogi statične kamere in služijo kot priznanje in potrditev njenih napak. Navzoči tudi potrdijo, da so njen največji strah kače. Naslednji kader temelji na premiku in posnetku trgovine z živalmi, kamor jo je voditeljica pripeljala, da premaga strah. Strah in resnost položaja se stopnjujeta s posnetki kač v terarijih, spremlja pa jih dramatična glasba, ki še podkrepi njeno neugodje in resničnost fobije. Takšni posnetki z glasbo so nujni, saj je ravno premagovanje strahu tisto, kar naj bi kandidatko pripravilo na zmenek in jo sebstveno spremenilo.

8 ZAKLJUČEK

Pri analizi treh epizod resničnostne oddaje *Plain Jane* se je pokazalo, da so ženske še vedno reprezentirane na podlagi tradicionalnih praks, ki utrjujejo družbene predpostavke o ženskem spolu. Epizode so strukturirane skoraj identično, v njih se zamenjajo le kandidatke. Ugotovimo lahko, da so poskusi homogenizacije ženskih praks vseskozi prisotni, prav tako pa ostajajo enaki normativi, kakšna mora biti ženska, da je sprejemljiva v širšem družbenem kontekstu. Voditeljica igra ideal, uporablja za žensko idealne prakse in nastopa v vlogi strokovnjakinje, ki ima v šovu položaj avtoritete. Lahko bi rekli, da je kandidatka preobrazba končana, ko osvoji in prevzame vse napotke avtoritete in začne delovati na želeni način. Potek šova je enodimenzionalen in temelji na nasprotju med stanjem prej in potem. Ne ponuja nobenega drugačnega izmed več možnih koncev zgodbe, kakršni so mogoči v vsakdanjem življenju. Končni rezultat je prikazan kot zadnja in edina možna stopnja, od koder bo življenje kandidatke teklo po zaželenih tirnicah.

V reprezentaciji preobrazbene televizije sta zelo zaznavni ideji predvsem postfeminizem in neoliberalizem. Analiza je pokazala močno prisotnost praks samodiscipliniranja in individualizacije, ki so za ohranjanje neoliberalnih principov trga in družbenih akterjev ključne. Kandidatka je tako sama odgovorna za svoje življenje in delovanje, hkrati s tem pa tudi za svojo vrednost na trgu žensko-moških odnosov. Ženska je tista, ki mora pritegniti pogled, zato mora vložiti trud, da jo moški opazi in o njej začne razmišljati kot o privlačni osebi, s katero bi lahko začel partnerski odnos. Zdi se, da ti šovi gledalce in kandidate učijo, kako postati vidni v sistemu, v katerem sicer o marsičem ne morejo odločati. Lahko pa odločajo o svojem življenjskem stilu, telesu in materialnih dobrinah. Posredno je vpletena tudi ideja meritokracije, namreč da bodo delo na sebi, talenti in trud poplačani. Tako se trud poplača, ko ženska spremeni telo in se odreče »slabim« navadam, ki jo umeščajo v množico. Želja po ustrežanju normativnim zahtevam ženskosti kandidatko navidezno vodi k uspehu in podobi vzorne državljanke, ki razume načela neoliberalnega sistema in je v njem tudi uspešna.

Priljubljenost tovrstnih šovov v ZDA lahko navežemo na močen medijski komercialni sistem, v katerem se morajo programi v poplavi ponudbe bojevati za gledanost in hkrati paziti na stroškovno plat izdelave vsebin. Svovalcem te oblike oddaj namreč ni treba skrbeti za igralce ali drage učinke, prav tako niso potrebne temeljite raziskave, ampak uporabijo zgodbe

kandidatov. Ti so prostovoljno pripravljene sodelovati pri preobrazbah, ker si od tega obetajo povečan ugled, izboljšanje sebstva in premik v višji družbeni razred. Vabi jih tudi želja po uresničitvi ameriških sanj, ki se zdi v tem okolju zelo dostopna, saj prinaša obljubo in možnost navadnim ljudem. V slovenskem prostoru oddaj s preobrazbami ni, uspešno pa delujejo nekateri drugi formati resničnostne televizije, kot so Kmetija, Big Brother, Ljubezen na seniku ipd. Polona Sitar (2013) je v šovu Ljubezen na seniku opazila prevladujoče tradicionalne vrednote in izrazito heteronormativnost, kar je značilno tudi za oddajo Plain Jane. Nezmožnost ustvarjanja preobrazbenih šovov v slovenskem medijskem prostoru torej še ne pomeni neimplementiranosti tradicionalnih idej ženskosti in moškosti. Morda je ta manko v našem prostoru posledica majhnega in finančno krhkega medijskega sistema. K nam so namreč vstopili šovi, ki so bili tudi na zahodu zelo popularni (Big Brother, Survivor, generični šov Gostilna išče šefa ipd.) in pri naših gledalcih že prepoznani, zato niso pomenili tvegane poskusa vpeljave nove resničnostne oddaje. Večino preobrazbenih šovov v ozadju poganja ogromno kolesje plastične kirurgije, ki pa se v našem prostoru ni uveljavila in ni postala del identitete, kot je značilno za ameriške gledalce.

Preobrazbeni televizijski šov Plain Jane pričakovano ne izpostavlja družbene delitve in razredov, kar bi pojasnilo marsikatero razmerje moči. Razredna pripadnost in razredne razlike so prikrite, v ospredje pa so postavljene nerodnost, osebne in komunikativne omejitve kandidat. Prakse pred spremembo so pravzaprav kazalniki habitusa in potrošnje določenega družbenega razreda. To, da se kandidatka ne zna urediti in obleči v moškemu privlačno žensko, ni le posledica pomanjkanja interesa ali malomarnosti, ampak predvsem indikator določenega habitusa in okusa, ki ga premore. Preobrazbeni šovi dobro zakrinkajo to razredno sestavo in težavo, ki je pomanjkljivost celotnega sistema, odrinejo na področje individualnosti. Posameznica je torej sama kriva, če se ne uredi dovolj privlačno in če nima osebnostnih značilnosti, ki bi jo naredile zaželjeno in privlačno za moške. Pod to pretvezo se brišejo obrisi družbenega razreda, kar posameznike pahne v nezadovoljstvo in stres, saj se jim pojavljajo občutki nevrednosti in nezmožnosti upravljati lastno življenje. Šov seveda ponudi rešitve, vendar – z besedami Garetha Palmerja (2014, 299) – te rešitve in popravki prevladujoče standarde ženskosti ohranjajo in še utrjujejo.

9 LITERATURA

Ballaster, Ros et al. 2004. Revije za ženske. Teorije teksta in kulture. V *Medijska kultura – Kako brati medijske tekste*, ur. Breda Luthar, Vida Zei in Hanno Hardt, 239–270. Ljubljana: Študentska založba.

Bahovec, Eva. 2007. *Freud, ženska in popotnikova senca : feminizem, psihoanaliza, filozofija*. Ljubljana: Društvo za kulturološke raziskave.

Balsamo, Anne. 1999. *Technologies of the Gendered Body: Reading Cyborg Women*. Durham: Duke University Press.

Bartky, Lee Sandra. 1998. *Femininity and Domination: Studies in the Phenomenology of Oppression*. New York: Routledge.

Bauman. Zygmunt. 2002. *Tekoča moderna*. Ljubljana : Založba /*cf.

Biressi, Anita in Heather Nunn. 2008. Bad Citizens: The Class Politics of Lifestyle Television. . V *Exposing Lifestyle Television*, ur. Gareth Palmer, 16–24. Hampshire: Ashgate Publishing Limited .

Bordo, Susan. 2003. *Unbearable weight : feminism, western culture, and the body*. London : University of California Press.

Brown, Wendy. 2005. *Edgework: critical essays on knowledge and politics*. New Jersey: Princeton University Press.

Brunsdon, Charlotte. 2003. Lifestyling Britain: The 8–9 slot on British television. *International Journal of Cultural Studies* 6(1): 5-23.

Coward, Rosalind. 1989. *Ženska želja*. Ljubljana : Univerzitetna konferenca ZSMS.

Doyle, J. in Karl, I. 2008. 'Shame on You: Cosmetic Surgery and Class Transformation in 10 Years Younger'. V *Exposing Lifestyle Television*, ur. Gareth Palmer, 83–100. Hampshire: Ashgate Publishing Limited .

Fairclough, Norman. 1989. *Language and Power*. London: Longman.

---1992. *Discourse and social change*. Cambridge : Polity Press.

---1995. *Media discourse*. London: E. Arnold

Featherstone, Mike. 2010. Body, Image and Affect in Consumer Culture. V *Body & Society* 16(1): 193–221.

Foucault, Michel. 1984. *Nadzorovanje in kaznovanje: nastanek zapora*. Ljubljana : Delavska enotnost.

- 2008. *Vednost – oblast – subjekt*. Ljubljana: Krtina.
- 2010. *Zgodovina seksualnosti*. Ljubljana: ŠKUC.
- 2015. *Rojstvo biopolitike : kurz na Collège de France : 1978-1979*. Ljubljana: Krtina.
- Fiske, John. 1987. *Television culture*. London: Routledge.
- Giddens, Anthony. 1991. *Modernity and self-identity: self and society in the late modern age*. Cambridge: Polity Press.
- Gunter, Barrie. 1995. *Television and gender representation*. London: J. Libbey.
- Hall, Stuart. 2004. Delo reprezentacije. V *Medijska kultura – Kako brati medijske tekste*, ur. Breda Luthar, Vida Zei in Hanno Hardt, 33–97. Ljubljana: Študentska založba.
- Gill, Rosalind. 2007. *Postfeminist media culture: elements of a sensibility*. V *European Journal of Cultural Studies* 10 (2): 147–166.
- Hill, Annette. 2005. *Reality TV: Audiences and Popular Factual Television*. London: Routledge.
- Holmes, Sue in Deborah Jermyn. 2004. Introduction: Understanding Reality TV. V *Understanding Reality Television*, ur. S. Holmes in D. Jermyn, 1–32. London: Routledge.
- Južnič, Stane. 1993. *Identiteta*. Ljubljana: FDV.
- Kim, L.S. 2001. 'Sex and the Single Girl' in Postfeminism. *The F Word on Television. Television & New Media* 2(4): 319–334.
- King, Angela. 2004. The Prisoner of Gender: Foucault and the Disciplining of the Female Body. *Journal of International Women's Studies* 5 (2): 29–39.
- Kress, Gunther, Regina Leite-Garcia in Theo Van Leeuwen (1997): *Discourse Semiotics*. V *Discourse as Structure and Process: Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction volume 1*, ur. T. A. Van Dijk: 257–291. London: Sage.
- Kuhar, Metka. 2003. Odraščanje v kulturi vitkosti : kako mlade ženske doživljajo nezadovoljstvo s telesom. *Teorija in praksa* 40 (5): 860–873.
- Lauzen, M. Martha. 20014. *Boxed In: Employment of Behind The Scenes and On Screen Women in 2013-14 Primetime Television*. Dostopno prek: http://womenintvfilm.sdsu.edu/files/2013-14_Boxed_In_Report.pdf (5. februar 2017)
- Luthar, Breda. 1998. *Poetika in politika tabloidne kulture*. Ljubljana : Znanstveno in publicistično središče.

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

---2012. *Mediji in občinstva*. Ljubljana: FDV.

Macdonald, Myra. 1995. *Representing Women: Myths of Femininity in the Popular Media*. London: Bloomsberry Academic.

Machin, David in Andrea Mayr. 2012. *How To Do Critical Discourse Analysis: A Multimodal Introduction*. London: Sage.

Meršak, Kristina. 2014. "Po zdravi pameti" : analiza družbenospolnih, razrednih in nacionalnih reprezentacij v oddaji Ljubezen skozi želodec. *Časopis za kritiko znanosti* 42 (255): 78 – 86.

McMurria, John. 2008. Desperate Citizens and Good Samaritans: Neoliberalism and Makeover Reality TV. *Television & New Media* 9 (4): 305–332.

McRobbie, Angela. 2004. *The Aftermath of Feminism: Gender, Culture and Social Change*. London: Sage.

--- 2005. Notes on 'What Not To Wear' and post-feminist symbolic violence. V *Feminism After Bourdieu*, ur. Lisa Adkins in Beverley Skeggs, 99–109. Oxford: Blackwell.

Mulvey, Laura. 1999. Visual Pleasure and Narrative Cinema. *Film Theory and Criticism : Introductory Readings*, ur. Leo Braudy and Marshall Cohen, 833– 844. New York: Oxford UP

Ouellette, L. 2004. Take Responsibility for Yourself: Judge Judy and the Neoliberal Citizen. V *Reality TV: Remaking Television Culture*, ur. S. Murray and L. Ouellette, 232–242. New York: New York University Press.

Palmer. Gareth. 2002. *Big Brother: An Experiment in Governance*. V *Television and New Media* 3 (3): 295 – 310.

--- 2004. 'The New You: class and transformation in lifestyle television. V *Understanding Reality Television*, ur. S. Holmes in D. Jermyn. London: Routledge.

--- 2006: *Video Vigilantes and the Work of Shame. Jump Cut: A review of Contemporary Media*. Dostopno prek: <https://www.ejumpcut.org/archive/jc48.2006/shameTV/>

--- 2008. Introduction – The Habit of Scrutiny. V *Exposing Lifestyle Television. The big reveal*, ur. Gareth Palmer, 1– 5. Hampshire: Ashgate Publishing Limited.

Philips, Deborah. 2008. What Not to Buy: Consumption and Anxiety in the Television Makeover. V *Exposing Lifestyle Television. The Big reveal*, ur. Gareth Palmer, 117–128. Hampshire: Ashgate Publishing Limited.

- Probyn, Elspeth. 1997. New Traditionalism and Post-Feminism: TV Does the Home. V *Feminist Television Criticism: A Reader.*, ur. Charlotte Brunsdon, Julie D'Acci in Lynn Spigel, 126 – 138. Oxford: Clarendon Press.
- Sender, Katherine. 2012. *The Makeover: Reality Television and Reflexive Audiences.* New York: New York University Press.
- Sitar, Polona. 2013. Analiza diskurza o spolu in razredu na primeru resničnostnega šova Ljubezen na seniku. *Družboslovne razprave XXIX (74):* 25–44.
- Skeggs, Beverley. 1997. *Formations of Class & gender. Becoming respectable.* London: Sage.
- 2005. Exchange, value and affect: Bourdieu and 'the self'. V *Feminism After Bourdieu*, ur. Lisa Adkins in Beverley Skeggs, 75–96. Oxford: Blackwell.
- Springer, Kimberly. 2014. Jade Goody's Preemptive Hagiography: Neoliberal Citizenship and Reality TV Celebrity. V *Reality Gendervision. Sexuality & Gender on transatlantic Reality Television*, ur. Brenda R. Weber, 211–235. London: Duke University Press.
- Thorpe, Holly. 2008. Foucault, Technologies of Self, and the Media: Discourses of Femininity in Snowboarding Culture. *Journal of Sport and Social Issues* 32 (2): 199 – 229.
- The CW. 2010a. *Plain Jane: Friend Zone Jane.* 28. julij.
- 2010b. *Plain Jane: No Risk Jane.* 4. avgust.
- 2010c. *Plain Jane: Do Over Jane.* 11. avgust.
- Ule, Mirjana. 1998. Stilizacija vsakdanjega življenja. V *Družboslovne razprave XIV:* 26 – 32.
- 2009. *Socialna psihologija: analitični pristop k življenju v družbi.* Ljubljana: FDV.
- Van Dijk, Teun. 1993. Principles of critical discourse analysis. *Discourse and Society* 4(2): 249–283.
- Vezovnik, Andreja. 2009. *Diskurz.* Ljubljana: Založba FDV.
- Weber, Brenda R. 2009. *Makeover TV. Selfhood, Citizenship, And Celebrity.* London: Duke University Press.
- Weitz, Rose. 1998. *The politics of women's bodies : sexuality, appearance, and behavior.* New York: Oxford University Press.
- Wodak, Ruth in Michael Meyer. 2009. Critical discourse analysis: history, agenda, theory, and methodology. V *Methods for Critical Discourse Analysis*, ur. Ruth Wodak in Michael Meyer, 1–33 . London : Sage.

