

re avtorje klasike pogrešam, na primer pri kultivacijski analizi Gerbnerja, pri kodiranju in dekodiranju pa Eca.

Ko govorimo o vsebinah, ki jih posredujejo, in načinih, kako jih posredujejo, ne moremo mimo koncepta teksta, ki predstavlja v primeru televizije televizijski program. Gre za skupek znakov, ki so med seboj povezani skladno s kodi in konvencijami, ter kot taki generirajo pomen sporočila. Avtorji poudarjajo Barthesovo ugotovitev, da je posamezen tekst polisemičen, kar pomeni, da nima enega samega pomena, ampak ga lahko različna občinstva različno interpretirajo. Izpostavljajo še eno pomembno značilnost, ki jo ugotavlja Baudrillard, da lahko gledalci razumejo določen tekst v kontekstu s teksti v ostalih medijih. Gre za t. i. intertekstualnost. Analiza tekstov je vse skozi ključnega pomena pri raziskovanju televizije, vendar je tarča nenehne kritike, ker zanemarja dejstva, kdo je proizvedel določen tekst, pod kakšnimi pogoji, predvsem pa, ker zanemarja občinstvo, ki tekst bere.

Koncept reprezentacij je študentom medijskih študij dobro znan, njihovo raziskovanje pa je pomembno za razumevanje televizije. Navezuje se na ideji o predstavljanju realnosti in ustvarjanju pomenov. Avtorji poudarjajo različne pomen reprezentacije. Razumemo jo lahko kot konstrukcijo, ustvarjeno z medijskim tekstom. Karkoli namreč vidimo na ekranu, je vedno zgolj posredovanje resničnega sveta in ne resnični svet kot tak. Razumemo pa jo lahko tudi v smislu, da so mediji naši predstavniki. Slednje je največkrat povezano z raziskovanjem stereotipov, s pozitivnimi ali z negativnimi reprezentacijami določenih skupin s strani medijev. Kasnejše raziskave se bolj kot na stereotipe osredotočajo na posredovanje resničnosti oz. vprašanje, ali lahko ima določen dogodek nek resničen, pravi, fiksen pomen. Kot ključno referenco avtorji navajajo Halla, ki ugotavlja, da realnost nima fiksnega pomena, dokler ni reprezentirana.

Medijski teksti niso le skupek stavkov in podob, temveč so stavki in podobe sistematično strukturirani in organizirani, ki kot taki posredujejo točno določen pomen. Govorimo o naraciji. Kaj naracija ni, avtorji

Television Studies ilustrativno opišejo s primerjavo z nakupovalnim spiskom, na katerega lahko nanizamo vse potrebne dobrine, ki jih moramo kupiti, lahko pa te dobrine kategoriziramo (na primer najprej zelenjavo, nato mlečne izdelke), vendar vsaka od naštetih dobrin, kljub kategorizaciji, stoji sama zase in ni pomembno, na katerem mestu se na spisku znajde. Pri naraciji je mesto izjemno pomembno, saj določa pomen in logiko razvoja tega pomena. Predstavljeni so tudi trije koraki hermenevitičnega kroga naracije po Barthesu: z uganke se vzpostavi interes (npr. kdo bo zmagal?), z zavlačevanjem se tekst na nek način mistificira in z rešitvijo se radovednost in dodatno vznburjenje prelevita v zadovoljstvo (vemo, kdo je zmagal).

Težko je izmed množice konceptov izbrati nekaj najpomembnejših ali najizrazitejših. Ob teh, ki so opisani, ni mogoče spregledati televizije kot institucije (lastništvo, komercialne in javne televizije), televizijskih žanrov (soap opere, igre, dokumentarci), televizije v povezavi s sociološkim teorijami (marksizem, feminizem) ipd.

Kljub temu, da gre pri Television Studies žanrsko za priročnik, ki ne predstavlja akademskih ambicij avtorjev, verjamemo, da ga bo bralec znova in znova jemal v roke. Poleg navzkrižnih referenc za posamezne koncepte, ponuja tudi temeljno literaturo z vsakega področja. Bralec navrže kost in ga tako vzpodbuja k nadaljnjemu branju. S tega vidika je priročnik še posebej primeren za tiste, ki se izgublajo v množici modernih konceptov, povezanih s televizijo.

### Gregor BULC

Majda Hrzenjak (ur.).

*Njena (re)kreacija: Ženske revije v Sloveniji/Making her up: Women's Magazines in Slovenia.*

Mirovni inštitut, Ljubljana 2002. str. 135, 2.900 SIT (ISBN: 961-6455-04-4)

Obravnavani zbornik je plod "skupine za spremljanje ženskih revij", ki se je začela sestajati leta 2001 na Mirovnem inštitutu v

Ljubljani. Ženskih revij se avtorice lotevajo predvsem z upoštevanjem konstruktivistične paradigme, ki poudarja, da je pojmovanje in razumevanje spola kulturno, zgodovinsko in prostorsko specifično. Tako že v uvodu v zbornik avtorica/ce opozorijo, da se ženske ne rodijo, temveč ženske postanejo - da ženski spol ni nekaj absolutnega, temveč nekaj vseskozi vzpostavljaljivega in spreminjaljivega se, pri konstituiranju katerega igrajo ključno vlogo mehanizmi delovanja družbene moči in ideoloških aparatov države. K slednjim avtorice kajpak prištejejo tudi ženske revije.

Na kratko bi ključno misel zbornika lahko povzeli v naslednjem stavku: ženske revije konstruirajo žensko kot potrošnico. Ko govorimo o konstrukciji ženske kot potrošnice skozi ženske revije, moramo vedeti, da so se avtorice lotile diskurzivne analize oziroma različnih (semioloških) analiz teksta, niso pa se ukvarjale z ekonomsko analizo (denimo lastništva) ženskih revij v Sloveniji ali z analizo "branj" in rab ženskih revij med občinstvom.

Ena izmed najbolj izpostavljenih ugotovitev raziskave, ki se kot rdeča nit pojavlja domala pri vseh člankih, je oblikovanje identitete bralke ženskih revij s konstruiranjem reprezentacij ženske kot estetskega spola (najbolje v prispevku Valerije Vendramin). Ženske revije bralke namreč najpogosteje obravnavajo znotraj poenotnih okvirov spola, pri čemer zanemarjajo družbene, kulturne, rasne in seksualne razlike med njimi. Ženske konstruirajo kot enoten družbeni razred - ženski razred, v katerem je edini pogoj za članstvo spol. Vendraminova v analizi *Cosmopolitana* opaza, da revija navkljub deklarativnemu nastopu proti "lepotnemu mitu" in poudarjanju ženske avtonomnosti, pod krinko ponuja stereotipno podobo ženskosti, utemeljeno na lepoti/lepoticenju/modi, romanci in spolnosti, ki je v neposrednem odnosu z zabavno in lepотно industrijo. Paradoksalno je, da se vsebina ženskih revij že od samih začetkov navezuje na položaj ženske v družbi, v sodobnejši različici pa vseskozi poudarja osveščenost in avtonomnost sodobne ženske, v isti sapi pa žensko primarno obravnava kot potrošnico izdel-

kov in storitev, ki ji omogočajo samopodobo, usklajeno s prevladujočimi normativi ženskosti.

Ta paradoks skuša v najbolj prodornem in prepričljivem članku tega zbornika razložiti Majda Hrženjak. Zanj je najpomembnejše vprašanje, kako je pomen (ženskosti) konstruiran in kaj/kdo na to konstrukcijo vpliva. Skozi Foucaultovo povezavo telesa, diskuzo, oblasti in subjekta, avtorica ugotavlja, da so tudi ženske revije v današnji družbi tiste, ki delujejo v funkciji discipliniranja ženskega telesa in s tem subjektivacije sodobne ženske kot subjekta potrošnje, zunanje podobe in 'skrbi zase'. Subjektivnost je produkt diskurza, pri čemer je slednji foucaultovsko dvoličen: ustvarja subjektivne pozicije, obenem pa si subjekt podreja. Mikrofizika oblasti deluje tako, da z znanstvenim in popularnim diskurzom, ki kliče subjekt k samodiscipliniranju, producira telesa kot specifične tipe teles: "v sodobni kapitalistični družbi ženska nadzorovana, podrejena in disciplinirana ravno pri 'skrbi zase', pri negi svojega telesa, zdravja in lepote, in sicer skozi institucijo ženskih revij, ki se navidezno postavlja na njeno stran" (str. 20). Ženske torej prostovoljno sprejemajo vse obdelave telesa, ki jih promovirajo revije, zaradi latentno prefinjene disciplinirajoče oblasti, ki prežema tako institucije kot subjekte, izraža pa se v t. i. zdravemu razumu oziroma vsakdanjemu razumevanju normativne ženskosti kot osredotočene na žensko telo, na to, da je 'fit' in 'in'. Kult mladosti in zdravja torej, ki je v sozvočju s potrošniškim kapitalizmom, toda obenem prinaša ženskam užitek; proces subjektiv(iz)acije, ki vključuje tako avtonomnost kot podrejanje: "na mestu svojega uživanja subjekt ni samo najbolj svoboden ali morda celo družbi subverziven, pač pa je tam hkrati tudi točka njegove najgloblje podrejenosti oblasti in vpletenosti v oblastna razmerja" (str. 30). Dobimo torej subjekt ki v svoji podrejenosti (samo)regulaciji in (samo)nadzoru uživa, pri tem pa se kaj lahko ozremo tudi širše, izven zamejitev, ki nam jih v tem zborniku količi medij ženskih revij.

Ksenja H. Vidmar v analizi *Naše žene* izpostavi vlogo ekspertnega diskurza kot enega imed ključnih disciplinirajočih dejav-

nikov vzpostavljanja ženske identitete/subjektivitete. Avtorica ugotavlja, da lik matere v Naši ženi sicer izgublja prevlado v primerjavi s podobo ženske s poklicno kariero (podjetnice). Toda navkljub revijinemu spodbujanju ekonomske samoosvojitve žensk, je ta osamosvojitve še vedno omejena. Če se je ženska spričo prezaposlenosti (domnevno) rešila gospodinjenja in ji družbene norme ter zdravi razum to dopuščajo, pa v primeru materinstva temu nikakor ni tako. Gospodinjenje je namreč tista žrtev, ki jo družba še lahko prenese, kar pa za materinstvo ne velja. Ženska si ne more dopustiti, da bi imela otroka, za katerega bi v največji meri skrbel nekdo drug. Izogib gospodinjenju je "zgodovinsko darilo družbe ženski, da kot ženska s poklicno kariero še bolj polno uživa v vlogi matere" (str. 50). "Zapovedani" materinski užitek Naša žena še dodatno olajšuje z nasveti strokovnjakov, promoviranjem posebnih priročnikov ipd., kar Vidmarjeva zlahka uzre kot reguliranje in discipliniranje materinstva. Matere se začnejo počutiti dolžne, da otroku zagotovijo vse, kar jim svetujejo strokovnjaki. Tako otrok (oz. njegovo zdravje, počutje itd.) postane znamenje, simptom (ne)uspelega materinstva. Kaj nam mar materin družbeni ali finančni položaj, pomembno je, da je ekološko in zdravstveno osveščena (potrošnica)!

Zalka Drglin gre v svoji analizi Mojega malčka še dlje, ko zatrdi, da so "matere nekakšne medicinske odvisnice" (str. 56), ki se zanašajo na pomankljive, nepreverjene nasvete strokovnjakov, objavljene v nepolemčnih ter nekritičnih člankih. Diskurz Mojega malčka implicira "uspešno zaposleno žensko, ki ji je odvisnost od medicinskih strokovnjakov samoumevna, ki živi praviloma v romantični zvezi z očetom svojega (bodočega) otroka in ki je močno zasidrana v krog družine, prijateljev, vrta in službe." (str. 74) Iz njenega prispevka veje seznanjenost s praktičnimi vidiki medicinskega dela, kar na trenutke pretirano vpliva na njene trditve, ki znajo biti tako neizprosno posplošujoče in pravoverne ("Dokazano je"; "Na raziskavah utemeljeni podatki so pokazali"; "Analize ... v tujini so pokazale"; "Dejstvo je"; "Kljub prepričljivim dokazom"), kot tiste, ki jih kritizira pri strokovnjakih.

V analizi prikritega oglaševanja pa Jerca Legan ne postavlja pod vprašaj domnevno neodvisni strokovni diskurz v ženskih revijah, dasiravno je tudi ta pogosto vezan na kapital. Leganova razume oglaševanje in novinarsko-uredniško vsebino v ženskih revijah kot kontinuum, prikitemu oglaševanju pa se posveča bolj na "tekstualni" (str. 92.) (bolje bi bilo reči na pisni) kot na vizualni ravni. Nenavadno zveni, da je zanjo temeljno vprašanje problematika "odvisnosti revijalnega tiska ... od lastniških in kapitalističnih oziroma oglaševalskih interesov" (str. 93), saj je s svojo analizo tekstov ne more poglobljeno raziskati, temveč lahko zgolj na deklarativni ravni oriše (nekatero) diskurzivne mehanizme, ki omogočajo spoj oglaševanja in novinarsko-uredniške vsebine. Tako denimo trdi, da sta "[u]redniška politika in strategija nagovarjanja v ženskih revijah ... odvisni od virov financiranja" (str. 97) ter da se z uredniško politiko in drugimi diskurzivnimi mehanizmi "prevladujoči vzorci iz revij prenašajo v vsakdanje življenje, ravnanje in mišljenje" (ibid.). Zapisano implicira neposredni vpliv lastništva na vedenjske vzorce občinstev. Temu neposrednemu vplivu pa, če ostanemo kar pri obravnavanem zborniku, nasprotujeta vsaj Hrženjakova in Vidmarjeva. Ne glede na to je stališče Leganove legitimno, zagata leži pač v tem, da tega stališča ne utemelji v konkretni analizi.

Za razliko od Leganove se Urša Skumavc v analizi reprezentacij mode v ženskih revijah ne ukvarja z oglaševanjem, temveč se osredotoči na načine naslavljanja bralk, pomensko strukturo besedil in stil pisanja v "običajnih" člankih o modi. Avtorica ugotavlja, da razporeditev besedil (fragmentiranost, raztresenost) in stil pisanja (odrezavi stavki, neposredno nagovarjanje, neknjižni jezik itd.) v ženskih revijah posnemata razgibanost medosebnega komuniciranja, v isti sapi pa modne izdelke povezuje s prevladujočimi družbenimi predstavami o pomenu barv, materialov in krojev. Za modno fotografijo obenem pravi, da je "prezentacija občutkov, razpoloženj, [da] povezuje nedosegljive stvari s stvarmi, ki so dosegljive, ter podaja zelene podobe, ki združujejo modno in širše družbeno polje" (str. 120).

---

Čeprav sicer mestoma odlična analiza (zlasti pri obravnavi ženskega prevzemanja "moškega pogleda" pri (samo)opazovanju in razumevanju ženskosti, katerega zaznava je prisotna tudi v drugih člankih), pa nekatere avtoričine kontradiktorne in ne dovolj utemeljene trditve njeno vrednost zmanjšujejo. Za ponazoritev omenimo le to, da Skumavčeva razume (foto)model enkrat kot zgolj "obešalnik za obleko" (str. 121) drugič pa kot tistega, "ki prvotno objektivno predstavitev brez konotacij podre in obleki pripiše stas in glas" (str. 123), kar je z vidika njene široke obravnave pomenov, ki jih nosijo vizualne in nevizualne reprezentacije, dokaj nenavadno.

Če sklenemo, lahko zapišemo, da je poglobljena odlika pričujoče knjige izdatno kritično obravnavanje interpelacije ženske kot subjekta potrošnje, ki jo ženske revije v Sloveniji izvršujejo - med drugim - z enotno obravnavo in nagovarjanjem ženskega razreda kot nediferencirane družbene skupine in z vpeljavo disciplinirajočega (strokovnega) diskurza, ki temelji na latentnih idejah in mehanizmih regulacije ženskega telesa. Prav tako je pomembno, da se - sicer po kakovosti prispevkov nekoliko neuravnotežen - zbornik usmeri k prevpraševanju paradoksalne vloge ženskih revij kot ideoloških dejavnikov nadzora in obenem proizvajalcev užitka. Slednje je bržkone eden izmed ključnih problemov, s katerim se spopada sodobna sociologija popularnokulturnih žanrov in oblik. Opozorimo ne nazadnje še na to, da bi bilo zaradi osredotočenosti prispevkov v Njeni (re)kreaciji na analizo tekstov ženskih revij v Sloveniji v bodoče izredno plodno izvesti tudi marsikatero podrobnejšo ekonomsko-lastniško ter etnološko študijo občinstev in ustvarjalcev ženskih revij v Sloveniji, ki bi lahko služila kot primerjava obravnavani ter na nekaterih točkah kot - drznimo si trditi - njen korekturni mehanizem.