

## КУЛТУРНИТЕ ОКОВИ НА НОРМИРАНАТА ЖЕНСТВЕНОСТ НИЗ ОДРЕДЕНИ КНИЖЕВНИ И ФИЛМСКИ НАРАТИВИ

Ана Јовковска

*магистер по културолошки студии*

**Клучни зборови:** популарна култура, феминизам, род, медиуми, репрезентација, сексизам, кодирање, декодирање.

**Апстракт:** Современите предизвици на културата и родот во потрошувачкото општество се многубројни. Низ критички промислувања на одредени аспекти на репрезентација на жената во популарната култура ќе ја преиспитаме нејзината улога во општеството, барајќи ги експлицитните и сублиминалните сексистички пораки вградени во книжевниот и во филмскиот јазик. Истражувајќи ја хегемонијата на телото, објективизацијата на жената, културните окови на нормираната женственост, сексизмот, ќе се обидеме да ја пронајдеме родовата асиметрија во медиумската репрезентација и да ја нотираме релацијата со идеологијата на консумеризам и со масовната култура.

Декодирајќи ги родовите стереотипи, од една страна, и современите постфеминистички трансформации на женственоста, од друга страна, ќе ги преиспитаме родовите улоги во популарната култура поставувајќи ги прашањата: До кој степен книгите и филмовите за *Бриџит Џонс* и *Жените од Стенфорд* им се спротивставуваат на мачоистиката, на сексистичка и на патријархална култура? Дали се тие бунт против родовата и структурната дискриминација на жените? Дали критиката во овие дела е јасна и експлицитна или, пак, во обидот да се детектираат родовите стереотипи, всушност, истите тие се легитимираат и се зацврстуваат? Дали се работи за субверзија, отпор или прифаќање, односно помирување со доминантните вредности на популарната култура и на маскулинистичкото општество? Низ полисемичното читање на текстовите ќе ги побараме новите значења, кои се создаваат во спрегата меѓу кодот и декодерот, во самата интеракција меѓу текстот, значењето, контекстот, рецепиентот и дискурсот. Производството на значењата се протега далеку пошироко низ процесите на продукција, размена и репродукција на културата.

# THE CULTURAL SHACKLES OF NORMATIVE FEMININITY THROUGH CERTAIN LITERARY AND FILM NARRATIVES

Ana Jovkovska

*Master of Cultural Studies in Literature*

**Key words:** popular culture, feminism, gender, media, representation, sexism, coding, decoding

**Summary:** The contemporary challenges of culture and gender in consumer society are numerous. Through critical reflections on certain aspects of women's representation in popular culture, we will re-examine her role in society, seeking explicit and subliminal sexist messages embedded in literary and film language. Exploring the hegemony of the body, through the objectification of women and sexism, the cultural shackles of normative femininity, we will try to find gender asymmetry in the media representation and note the relationship with the ideology of consumerism and mass culture.

Decoding the gender stereotypes, on the one hand, and the contemporary post-feminist transformations of femininity, on the other, we will re-examine the gender roles in popular culture by asking questions: To what extent do books and films about *Bridget Jones* and *The Stepford Wives* oppose the macho, sexist and patriarchal culture? Are they a rebellion against gender and structural discrimination against women? Is the criticism in those works clear and explicit or, in the attempt to detect gender stereotypes, do they in fact legitimize and strengthen them? Is it a matter of subversion, resistance or acceptance, or is it a reconciliation with the dominant values of popular culture and masculine society? Through the polysemic reading of the texts we will seek for the new meanings that are created through the juxtaposition of the code and the decoder, in the interaction between the text, the meaning, the context, the recipient and the discourse. The production of meanings extends far beyond the processes of fabrication, exchange and reproduction of culture.

## Вовед

Во ерата на глобализација и на масовна комуникација, во која медиумите ја оцртуваат културната мапа и ги култивираат претставите за светот, е неизбежно да се зборува за нивната голема и одговорна улога во обликувањето на современите културни идентитети, оттука и на родовите идентитети. Популарната култура ги интегрира поединците во главните културни текови и низ филмот, литературата, телевизијата и адвертајзингот се создаваат родовите стереотипи како една од најконзервативните форми. Родот, наспроти биолошкиот детерминизам, е важен конструкт во културата и неговата широка

вибрација во општеството фрла нова светлина врз темите на феминистичката културна политика. Репрезентацијата на жената во популарната култура игра клучна улога во препознавањето на положбата на жените во општеството и на нивните реални проблеми, а критичките промислувања, всушност, овозможуваат преиспитување на родовите улоги и тогаш кога мислиме дека родовата еднаквост е навидум постигната.

Во времето во коешто супермаркет-културата станува вообичаена компонента на општествените консталации, исклучително е важен индивидуалниот напор на поединецот наспроти машинеријата на консумеризмот. За медиумите, како агенти на капиталот, пишува Зорица Томиќ (Zorica Tomić) во книгата *New's age* (2009), каде што ги опишува како модел на хаотична културна педагогија низ која се овозможува остварување на стратегијата на потрошувачка. Уште Олдос Хаксли (Aldous Huxley) во неговиот култен дистописки роман *Храбриот нов свет (Brave New World)*, објавен во 1932 година, предвидуваше дека императивот денес ќе биде да се зграпчи и да се задржи вниманието на публиката. Неговото тврдење дека главниот мотив на моќниците е да понудат хипнотизирачка забава, за луѓето да се исклучат од сериозните политички прашања, е легитимно и денес. Дали се соочуваме со опасноста да се забавуваме или, пак, да се плашине до смрт? Овие тези се доближуваат и до перспективата на Орвел за медиумите како средства за „перење на мозокот“, па, затоа формите на отпор и критичка дистанца кон супермаркет-културата се неизбежни за враќањето на достоинството на популарната култура. Како што ќе рече и Ана Мартиноска во зборникот текстови *Културата на распродажба*, во текстот *Консумеризмот и комерцијализацијата на културните продукти*: „Можеби ќе треба да се помириме дека во 21 век профитниот карактер на културните индустрии е неизбежен, но не мора да се помириме со таблоидизацијата на културата и прикловувањето кон спектакуларното и сензационалното како кукавички позиции на конформизмот. Културата на спектаклот не ги претставува само визуелните претстави на светот, туку и идеологијата што ги обликува тие претстави“ (Мартиноска 2019: 29).

Опасната врска на културата со комерцијализацијата, спектаклот и конформизмот отвора простор за манипулација и индоктринација. Токму затоа, двојна е перцепцијата за популарната култура низ критичките теории, кои од една страна ја сметаат како облик на забава, а од друга страна – како феномен низ којшто се кршат комплексни прашања за: моќта, родот, класата, расата, генерацијата.

Реферирајќи на овие категории, е неизбежно да ги преиспитаеме и нивните релации со нееднаквоста и неправдата, или, со други зборови, анализирајќи одредени репрезентации во текстовите, всушност, длабоко да навлеземе во сферата на политичкото.

Иако овој труд има интерес да ги детектира родовите стереотипи, коишто се во функција на потрошувачката култура, сепак, ќе се обиде да ги пронајде и процепите низ кои е можен отпор и субверзија и да декодира, и да предложи нови симболички значења низ феминистичкиот дискурс. Борбата за родовата еднаквост понекогаш се чини како сизифовска битка, но секое (од)ново преобмислување на комплексните прашања за моќта, хегемонијата и слободата се значаен придонес за подобар и поправеден свет.

### **Хегемонија на телото**

Женското тело е често во фокусот на популарната култура, а четвртиот бран на феминизмот ја гради својата теорија токму врз односот кон женското тело. Позната е фразата: „Личното е политичко!“, слоганот на студентското движење и на вториот бран на феминизмот од крајот на шеесеттите години на минатиот век, што сега се продлабочува со: Женското тело е политичко! Нашиот однос кон телото се формира во рамки на доминантната култура што ја живееме. Популарната култура е исклучително важна за репродукција на хегемонијата. Значајно толкување за хегемонијата, како облик на културна контрола, дава италијанскиот филозоф и политиколог Антонио Грамши (Antonio Gramsci). Во основата на неговите концепти се наоѓа теоријата на Карл Маркс (Karl Marx) за базата и надградбата, односно „идејата дека културната надградба ја одразува економската база, притоа надградбата се сфаќа како средство за контрола на субјектот, од страна на капитализмот. Грамшиевите поим *хегемонија* во Британските културолошки студии, во раните седумдесетти години на дваесеттиот век, е во функција на преобмислување на популарната култура“ (Анастасова 2012: 151). Поставувајќи си го прашањето, зошто жените се опседнуваат со телесноста и зошто прифаќањето изгледа така природно и нормално, доаѓаме до одговорот што го дава Грамши во *Белешки од затвор*, каде што вели – токму поради хегемонијата. Тој смета дека хегемонијата настанува кога повисоките класи ја замениле економската сила со создавање „интелектуално и морално лидерство“. Во конкретниот случај, владејачката класа, реферирајќи на патријархатот, не владее на сила, туку договорно, низ структурата на прифаќање и согласност на оние со кои се владее – жените.

Борбата за хегемонија најлесно се води на фронтите на популарната култура. Сепак, популарната култура може да биде и арена на која се одвива поинаква артикулација на хегемониската согласност со договорното значење. Отворајќи ги прашањата за комерцијалноста и автентичноста, отпорот и индоктринацијата и реферирајќи на терминот хегемонија, или она што го поврзува општеството без употреба на сила, ќе ја преиспитаеме тезата дали едно уметничко дело, денес, може да е популарно според комерцијалниот критериум, односно според бројноста на неговите рецепиенти, и според профитот што го остварува, а по извесен верменски период истото може да добие голема уметничка вредност според значењето што го содржи и според политички ангажираниот потенцијал за промени.

Дискриминацијата на жените не го наоѓа својот извор само во институционалната исклученост на жените или во економската зависност, туку и во третманот на жените на симболичко ниво низ уметничките форми и популарната култура. Токму таква е ситуацијата во филмот, на телевизијата и во книжевноста, каде што машкиот поглед е одлучувачки при репрезентацијата на жената. Затоа, сè повеќе се согледува неопходноста од создавање на еден поинаков, феминистички дискурс низ којшто ќе се структурира филмскиот, телевизискиот и книжевниот јазик: „Како и самиот јазик, уметноста е симболички медиум, кој, се вели, несразмерно ги одразува и ги унапредува машките уверувања, копнежи и цели, наведувајќи ги мажите и жените да го гледаат светот и себеси со „машки поглед“. Сликаството, книжевноста и другите облици на уметничко претставување играат клучна улога во општествената конструкција на родот, подучувајќи ги жените и девојките да се гледаат себеси како (пасивни) објекти на (активната) машка желба, трасирање, коешто ја поддржува машката повластеност и коешто е корисно за патријархалната култура“ (Џепароски 2007: 200). Моќта на симболичките значања во конструкцијата на родовите улоги во општеството е клучна за разбирањето на родовата нееднаквост.

Прашањето за претставувањето во феминистичката политика особено почнува да се актуализира од шеесеттите години на минатиот век. Раните истражувања за репрезентацијата на родот во популарната култура својот корен го имаат во родовите конструкции, односно во категориите на „женственоста“ (femininity) и „маженственоста“ (masculinity). Медиумската репрезентација на родот станува сè позначајно прашање низ феминистичката теорија на Британските културни студии: „Во феминистичката критичка теорија постои јасна

дистинкција меѓу поимите *женскост* (*femaleness*) наспроти *женственост* (*femininity*). Женскоста се однесува на полот како биолошка категорија, а женственоста смета на нормите и особеностите што ѝ се наметнуваат на жената од страна на културата и на општеството. Со други зборови, постои јасна дистинкција меѓу поимите *женско* (*female*), како биолошка категорија/одредница и *женствено* (*feminine*) како културолошка конструкција. Ваквата поделба ја отвора вратата за одново дефинирање на бинаристите маж/жена, црно/бело, укажувајќи на комплексноста на феминистичката терминологија“ (Анастасова 2012: 288).

Објективизација на жената и сексистичката естетика е често присутна во уметноста од минатото, особено кога станува збор за западното сликарство. Без разлика на темата, жените во уметничката традиција најчесто се објекти, кои треба да бидат конзумирани од околото на машкиот гледач: „Слични аргументи можат да се изнесат и за претставите на жените во популарната култура. Насловната страница на едно женско списание, репродуцирана на слика, е типичен пример на модна фотографија, во случајов насочена кон црните жени. Преземена е од насловната страница на *Black Beauty and Hair* и експлицитно е насочена кон свеста за убавината на црната жена. На сликата е претставена една нашминкана црнкинка со егзотичен изглед (полн со „источни верувања“) и поглед директно насочен кон камерата, со сјајни и малку раздвоени усни и раце на кои носи големи алки, како да е окована, привлечени цврсто под брадата. Таа истовремено ги означува и развиената сексуалност и ранливоста. А, со оковите и позирањето, ранливоста ни сугерира дека женската сексуалност во суштина е мазохистичка. Која е жената и што друго сè таа би можела да стори, освен да го привлекува мажот, станува безначајно“ (Џордан и Ведон 1999: 189). Сосема е јасно дека во најголемиот број медиумските слики, жените се или невидливи или видени низ околото на мажот. Нивната репрезентација често е на работ на глорифицираната убавина и сексуализираната телесност.

### **Културните окови на нормираната женственост низ книжевните и низ филмските наративи на *Бриџит Џонс* и *Жените од Стенфорд***

Културните окови на нормираната женственост би можеле да ги детектираме низ книжевните и низ филмските наративи на *Бриџит Џонс*. Популарната женска хероина Бриџит Џонс од четирите романи на англиската авторка Хелен Филдинг (Helen Fielding) и трите холивудски филма снимени според нив, на комичен и на духовит

начин, ја провоцира феминистичката критика на општеството и родовата еднаквост. Бриџит Џонс всушност се смета за „женска литература“, којашто, од средината на деведесеттите години на минатиот век, се занимава со односот кон телото, што е едно од клучните аспекти на постфеминизмот. Една од главните точки околу кои се прекршуваат различните нарации во романите и во филмовите за Бриџит Џонс е телесноста, односно хегемонијата на телото.

Темите за женската слобода и еманципација, за еднаквите права наспроти патријархалните правила, Филдинг најпрво ги обработува преку нејзините колумни објавувани во весникот *Индипендент (Independent)* од 1995 година, од кои набрзо произлегува првиот роман *Дневникот на Бриџит Џонс (1996 година)* што е еден вид реинтерпретација на романот *Гордост и предрасуди (Pride and Prejudice)* на Џејн Остин (*Jane Austen*) објавен во 1813 година. По првата книга, која доживува брз и голем успех, следуваат уште три продолженијата: *Бриџит Џонс: На работ на разумот (Bridget Jones – The Edge of the Reason, 1999 година)*, *Бриџит Џонс: Луда по него (Bridget Jones: Mad about the Boy, 1999 година)* и *Бебето на Бриџит Џонс (Bridget Jones's Baby, 2016 година)*. Од четирите романи на Хелен Филдинг се адаптираат три филмски сценарија според кои се снимаат романтичните комедии: *Дневникот на Бриџит Џонс (2001 година)* во режија на Шерон Мегваер (*Sharon Maguire*), а според сценарио на Ричард Куртис (*Richard Curtis*), Ендру Дејвис (*Andrew Davies*) и Хелен Филдинг (*Helen Fielding*); *Бриџит Џонс: На работ на разумот (2004 година)* во режија на Бибан Кидрон (*Beeban Kidron*), а според сценарио на Адам Брукс (*Adam Brooks*), Ричард Куртис (*Richard Curtis*), Ендру Дејвис и Хелен Филдинг и *Бебето на Бриџит Џонс (2016 година)* во режија на Шерон Мегваер. Главната актерска екипа во сите три филма е сочинета од: Рене Зелвегер (*Renee Zellweger*) како Бриџит Џонс (*Bridget Jones*), Хју Грант (*Hugh Grant*) како Даниел Кливер (*Daniel Cleaver*) и Колин Фирт (*Colin Firth*) како Марк Дарси (*Mark Darcy*). Филмската трилогија за Бриџит Џонс заработи милионски суми, полнејќи ги киносалите низ светот. На ова му претходеше успехот на љубовните романи на Филдинг, како урбана сатира за меѓучовечките односи, кои исто така се продавани во милионски тиражи низ целиот свет. Овие текстови станаа значен сегмент за репрезентација на жената во популарната култура, во која главен фокус е женската слобода наспроти патријархалните норми и сексистичката култура.

Релацијата што Бриџит Џонс ја гради со своето тело е постфеминистичка. Главната хероина и нејзините пријателки се млади жени во триесеттите години, кои, навидум, животот го живеат

слободно, онака како што сакаат, но всушност на секој чекор тие се судираат со сексизам. Додека овие млади жени храбро го освојуваат просторот на професионалното и успешно ги искачуваат скалилата во кариерата, во исто време се сопнуваат од сопствените стравови дека: да се биде немажена девојка значи да се биде очајна; да се биде со вишок килограми, значи да се биде непривлечна и отфрлена; да се биде сексуално слободна, значи да се биде промискуитетна; да се биде сакана, е потребно да се биде идеална. Во дневникот што секојдневно го води, таа ги запишува своите „достигнувања“ – колку калории внела во текот на денот, колку килограми тежи, колку цигари испушила во едно деноноќие, а понекогаш дури и колку сексуални состаноци реализирала со нејзините љубовници. Овој опсесивен однос кон телесноста е резултат на наметнатите вредности за перфектен изглед од популарната и конsumerистичка култура. Секојдневната рутина на подготвување за да се биде убава, вклопена и успешна во општеството се прикажува како терор врз женското тело и женската психа. И ако од една страна е освоената сексуална слобода на жените, односно либерализацијата во телесен и сексуален контекст, од друга страна е притисокот таа да се реализира во рамки на утврдените општествени норми, кои повторно го стестнуваат слободниот избор на жените. Прашањето што се поставува е – до кој степен книгите и филмовите за Бриџит Џонс им се спротивставуваат на мачоистиката, на сексистичка и на патријархална култура? И дали тие се бунт против родовата и структурната дискриминација на жените? Дали критиката во овие дела е јасна и експлицитна или, пак, во обидот да се детектираат родовите стереотипи всушност тие се легитимираат и се зацврстуваат? Дали се работи за субверзија и отпор или прифаќање, односно помирување со доминантните вредности на популарната култура и маскулинистичкото општество?

На сличните дилеми, автроката Филдинг во едно интервју одговара: „Мислам дека, пред сè, е загрижувачки што луѓето можат да помислат дека книга за жена, која се смее на своите слабости и мани, не е феминистичка. Да може да се смееш на своја сметка не е знак на слабост, туку сила. Хуморот е многу моќна алатка, како што сите знаеме, за надминување на тешките времиња“. И самата често реферира на феминизмот, како важна политичка борба, особено во првата книга *Дневникот на Бриџит Џонс*, каде што вели: „Пред десет години им се смееле на луѓето, кои се грижеле за заштита на животната средина, нарекувајќи ги брадести чудаци, кои носеле сандали, а сега погледнете колкаво е влијанието на еколошкоориентираните потрошувачи. Во годините што следуваат



истото ќе се случи и со феминизмот. Веќе нема да има мажи, кои ќе си ги напуштаат семејствата и жените во постменопауза поради/заради помлади љубовници или кои ќе се обидуваат да ја заведат жената со приказни дека сите други жени на светот им се фрлаат пред нозе или да се обидуваат да имаат секс со жените без желба за нежност или чувствување некаква обврска“ (Филдинг 1996: 125). Но, пред да ги побараме феминистичките и постфеминистичките читања на делото, најпрво да ги пронајдеме местата, каде што, „по тенок мраз“ се формираат родовите улоги низ културните окови на нормираната женственост и убавина.

Ликот на Бриџит Џонс е, всушност, репрезентација на урбаните жени во современото западно општество, во кое култот на убавината и култот на младоста се доминатни вредности што ѝ служат на потрошувачката култура. Со кривка самодоверба, чувствувајќи се хаотично, несигурно и анксиозно, главната јуначка во еден момент решава „да го земе животот во свои раце“ и почнува да пишува дневник, како еден вид исповед на нејзините интимни желби и планови. Најпрво си ветува себеси дека ќе ослабе дваесет килограми и низ секојдневната опсесија на броење калории го препознаваме теророт што жените и девојчињата го живеат поради челичниот притисок на убавината, односно идеалот за витото женско тело. Една од препознатливите реплики во *Дневникот на Бриџит Џонс* е тоа дека „многубројни истражувања покажале дека среќата не доаѓа од љубовта, богатството или моќта, туку од потрагата по остварливи цели: и што е диетата ако не е тоа?“ (Филдинг 1996: 26). Ние живееме во култура на тела. Современата западна култура е опседната со физичкиот изглед, годините и статусот, односно успехот. Социјалниот конструкт на женственоста е уште еден од тестовите на кои жените „одговараат“ за тоа дали и како се вклопуваат во доминатната општествена матрица. Низ хумористичен стил Бриџит вели дека „да се биде жена е полошо отколку да се биде земјоделец, толку нешта треба да се ожнеат и да се испрската: нозете да се депилираат, пазувите да се избричат, да се средат веѓите, да се истружат стапалата, да се направи пилинг и да се навлажни кожата, да се исчистат акните, да се обои коренот на косата, да се стави маскара на трепките, да се истружат ноктите, да се направи масажа на целулитот, да се направат вежби за затегнување на стомачните мускули“ (Филдинг 1996: 38). Вештачкинаметнатите потреби за шминка, облека, фризура и слично, ја хранат конsumerистичката култура во која за да се изгледа женствено и убаво „треба“ да се трошат пари за декоративна козметика, мода, третмани за слабеење и слично.

Сликите од совршените млади и слаби жени, со кои сме бомбардирани преку медиумската култура – телевизija, списанија, реклами, билборди, насловни страници, социјални мрежи, видеоспотови, музичка индустрија, произведуваат желби да се идентификуваме со нивната убавина, гламур и успех. Незадоволувањето на овие желби создава несигурност и фрустрации, коишто ја држат жената во потчинета позиција. Тоа се огледува и во кривката самодоверба на Бриџит Џонс, која, за својот шеф, кој подоцна станува нејзин љубовник, вели: „Мудрите луѓе би рекле дека на Даниел треба да му се допаѓам онаква каква што сум, но јас сум израсната со *Космополитен*, истрауматизирана од супермоделите и од сите квизови таму за решавање и знам дека ниту мојата личност, ниту моето тело не се подготвени за тоа ако не пороботам на нив. Не можам да го издржам притисокот. Ќе го откажам состанокот и ќе ја поминам вечерта во џемпер, јадејќи крофни“ (Филдинг 1996: 65). Тука се чита бунтот на Џонс против перфекционизмот, кој не е еднодимензионален.

Авторката и извршната директорка на непрофитната организација *Девојки-програмерки (Girls Who Code)*, Решма Сацани, во нејзината книга *Храбри наместо совршени* пишува за перфекционизмот како „комплексен сплет од животни верувања, очекувања и стравови. Перфекционизмот ни кажува дека другите луѓе нема да нè прифатат или да нè ценат, или сакаат доколку не сме совршени (она што психолозите го нарекуваат „социјално пропишан перфекционизам“, или, пак, кога чувството е како ние да сме тие што си создаваме притисок да ги достигнеме сопствените невозможни стандарди (автоориентиран перфекционизам)“ (Сацани 2019: 64). Од истата книга се и податоците дека во просек, жената поминува 127 часови годишно вознемирувајќи се за нејзината тежина и колку калории внесува. Процентот е дека меѓу 80 % и 89 % од жените се несреќни поради својата тежина.

Железниот притисок за совршеното витко тело добива на димензија и во сцената кога Бриџит го затекнува своето момче Даниел Кливер во неговиот дом, изневерувајќи ја со друга жена. Кога ја здогледува љубовницата во креветот на Даниел, покрај разочарувањето од неверството, доживува уште еден пораз, а тоа се зборовите на љубовницата која вели: „Зарем не ми рече дека е слаба?“ Во оваа филмска сцена акцентот не се става на самото неверството како чин на нелојалност, туку предавството повеќе се чита во начинот како Кливер лажно ја опишува Џонс пред љубовницата, сакајќи да ги скрие нејзините вишок килограми. Разочараноста кулминира во мигот кога таа е перцепирана како дебела во очите на другата жена. Набрзо

потоа, Брицит паѓа во очај почнувајќи опсесивно да јаде. Емоционалните процеси, низ кои се преиспитува главната херојка за пропаднатите љубовни релации, обвинувањата за себеси за несовршениот физички изглед и се самоуништува со прекумерно јадење, пиење и пушење тутун, се експлицитно прикажани како состојби на очај, безизлезност и анксиозност. Прекумерното конзумирање храна, како обид да се компензира изгубената љубов и да се намали болката, е повторно контрапункт на идеалот за убавината. По изолациската и девастирачката фаза, Брицит решава да си ја врати самодовербата, што во нејзиниот случај повторно е поврзано со тоа да го врати телото во добра физичка форма, па, следствено, почнува да вежба во теретана. Од една страна е мотивот да се продолжи понатаму во животот, а од друга страна е расчистувањето со латентната грижа на совет дека го губи љубовникот бидејќи таа е другата подебела жена. Разочарана од љубовта и од своето тело, Брицит вежба до истощување. Кадарот во кој ја гледаме како преморена паѓа од статичниот велосипед во фитнес-салата го симболизира себиказувањето. Во навидум лесниот и комичниот романтичен филм се отвораат и сериозни психолошки прашања.

За тираијата на убавината пишува и Ана Мартиноска, повикувајќи се на концептот „Iron Maiden“ на американската писателка и феминистка Наоми Волф (Naomi Wolf) обработен во книгата со наслов *Митот за убавината* и со поднаслов *Како претставите за убавината се употребуваат против жените?*, објавена во 1991 година. „Во неа, таа првенствено ја испитува убавината како наметната потреба и критика насочена кон жените, а истовремено ги истражува и модерните коцепти за женската убавина и нивното влијание врз различните сфери од животот, од вработувањето, преку културата, религијата и сексуалноста, сè до нарушувањата во исхраната и козметичката хирургија. Волф расправа за тоа дека жената во западната култура е уништена од притисокот да се прилагоди кон идеализираниот концепт за женската убавина, кој го нарекува „Iron Maiden“ (не како хеви-метал групата, туку како истоимената средновековна направа за мачење). Тој концепт не само што е недостижен стандард, туку и сурово ги казнува жените и физички и психички доколку не го остварат“ (Мартиноска 2018: 98). Казнувањето на сопственото тело и опресијата од околината влечат корени низ психолошките состојби, кои понекогаш можат да резултираат со сериозни здравствени проблеми, како што се анорексијата и булимијата, теми кои не се драматуршки посебно обработени во филмот, но имплицитно се присутуваме на можните катастрофални

последници по здравјето на девојчињата и на жените. Овие болести на исхраната се дел од психолошкиот женски регистар повторно поврзан со виткоста. Медицината докажува дека како состојби анорексијата и булимијата доминантно се јавуваат кај девојчињата и жените, евидентно помалку кај момињата и мажите. Истражувањата покажуваат дека десет милиони жени во САД имаат нарушување во исхраната. Националната асоцијација за нарушувања во исхраната објавува дека 81% од десетгодишните девојчиња се плашат дека имаат прекумерна тежина.

На слична линија е и репликата од третата книга *Бриџит Џонс: Луда по него*, каде што вели: „Ох, види ме, јас сум тело, ќе почнам да се расфрлам со сало, освен ако не почнеш да гладуваш до смрт и не одиш во понижувачки центри за тортура и не престанеш да јадеш вкусна храна и да се опиваш. Мразам диети. За сè е виновно општеството“ (Филдинг 1999: 69). За овој вид тиранија од конвенционалните норми за конвенционалната женственост, повторно потсетуваме на една од промоторките на третиот бран на феминизмот, Наоми Волф, кога вели: „Сите се бориме со истите демони. Доста е!“ (Волф цитирана од Мартиноска 2018: 100). Реферирајќи на неа, Мартиноска во книгата *Културна фабрика – Огледи за родот, градот и популарната култура* пишува дека „жените треба да престанат да бидат пасивни робинки на ваквите предубедувања и да имаат избор да прават што сакаат со своите лица и тела“ (Мартиноска 2018: 99).

Конвенционалната женственост е на тапет и во филмот *Жените од Стенфорд (The Stepford Wives)* (2004 година), кој е адаптација на истоимениот сатиричен роман на Ајра Левин (Ira Levin) од 1972 година, што всушност добива две филмски адаптации, од кои правта беше снимена уште во 1975 година. За потребите на овој труд ја анализираме репрезентацијата на жената во научно-фантастичната црна комедија, во режија на Франк Оз (Frank Oz), според сценарио на Пол Рудник (Paul Rudnick) (2004 година), во која главните ликови ги играат актер(к)ите: Глен Клоус (Glenn Close) како Клер Вилингтон (Claire Wellington), Никол Кидман (Nickole Kidman) како Џоана Еберхарт (Joanna Eberhart), Кристофер Вокен (Christopher Walken) како Мајк Вилингтон (Mike Wellington), Метју Бродерик (Matthew Broderick) како Волтер Кризби (Walter Kresby) и Бети Милер (Bette Midler) како Боби Марковиц (Roberta Bobbie Markowitz). Филмот ги исмева стапите на конвенционалната женственост и перфектниот изглед, портретирајќи ги „совршените жени“ како кукли, со идеални телесни пропорции, големи гради, тесен струк, заоблени колкови, долга и руса коса, длабоко деколте и лелеав цветен фустан, среќно

омажени и задоволни со својот живот во малиот провинциски град Степфорд во Конетикат, САД. Хегемонијата на телото и субмисивноста е условот за нивната среќа. Убавината, кроткоста и сензуалниот изглед се нивните најголеми адути со кои ја оддржуваат хармонијата во бракот. Овие совршени жени носат облека во пастелни бои и имаат вештачка насмевка, а пораката на нивните намонтирани лица е дека среќата е возможна само кога жената изгледа перфектно и кога „ужива“ во: домот, готвењето, чистењето, целокупната грижа за децата и семејството и кога не влегува во никаков конфликт со својот сопруг. Насмевките на жените од Степфорд се симбол на нивниот замолчен глас. За домот, како концентрационен логор, пишува и Бети Фридан (Betty Friedan) во нејзината книга *Феминистичка мистика (The Faminine Mystique)*, објавена во 1963 година, којашто стана бестселер и се преведе на тринаесет јазици.

### Сексизмот во културата

Сексизмот претставува полова дискриминација и тој е длабоко навлезен во различни пори на општеството. Најчесто влече корен од традиционалните и конзервативни предрасуди во однос на половите и нивните улоги. Верувањето во супериорноста на својот пол води кон нееднаквост и дискриминација. Една од првите позначајни реакции на револт против сексизмот во минатото се уличните демонстрации на жените во 1985 година во Њујорк кога група жени уметници маршираа на протест на којшто го кренаа гласот против сексизмот во уметноста. Тоа се таканаречените *Герила-девојки (Guerrilla girls)*, кои со горила маски, облечени во црно и со високи потпетици и низ хумор прашуваа: „Дали треба да бидат голи жените за да влезат во музејот Метрополитен“? На нивните транспаренти пишуваше дека само пет проценти од уметниците од модерната уметност во музејот Метрополитен се жени, за разлика од осудесет и пет проценти женски актови. Но, уметноста не е единствениот простор во кој е маргинализиран женскиот глас. Меѓу примерите за сексизам што феминистките ги истакнаа е и недостатокот на жени во светот на театарот, особено на театарските награди *Тони*: „Само осум проценти од драмите продуцирани на Бродвеј се напишани од жени, а неколку од нивните огласи го подвлекуваат отсуството на жени како филмски режисери. Еден постер ја преобликува статуетката на наградата Оскар за да личи повеќе на мажот што ја прима неа, покажувајќи го измазнетиот златен маж како прилично заоблен, со спуштени рамења и бледолик“ (Цепароски 2007: 175). Ваквите проблесоци за родова правда укажуваат дека е потребна ревизија на канонот во уметноста:

„Каноните се опишуваат како 'идеологии' или системи на верување, коишто лажно се стремат кон објективност, тогаш кога во стварноста ја изразуваат моќта и доминантноста на односите, во овој случај, моќта на патријархатот. Постојат два основни типа на феминистичка критика на каноните. Опцијата избрана од *Герила-девојките* во нивната ревизионистичка историја може да биде именувана како пристап: 'Додај жени и измешај'. Овие феминистички цели се во тоа да се приклучат повеќе жени во канонот на големата и на важната уметност и опфаќа истражување за разоткривање на загубените или заборавените значајни жени во одредено поле. Втората опција е да се изведе порадикално пре-истражување на севкупната идеја на канонот или 'Долу со хиерархијата!'“ (Џепароски 2007: 179). И бидејќи каноните служат за да го зацврстат критериумот или мнението на јавноста за тоа што е квалитет во некоја област, е неопходна нивна ревизија.

Имено, отсуството на жените или, пак, нивната невидливост во важни јавни општествени функции се анализира и низ популарната култура. Особено е интересно кога овие политички прашања се поставуваат и на филмското платно во форма на комична романтична приказна каква што е онаа за Бриџит Џонс, при тоа повикувајќи се на феминизмот како битна културна политика. Феминистичките пораки не ги наоѓаме само низ едноставните реплики на Џонс како: „Прекрасно е кога ќе почнете да размислувате за кариерата, наместо да се грижите за тривијални работи – мажи и врски“, туку и низ нејзиното повикување на феминистичката студија *Реакција* на Сузан Фалуди (*Susan Faludi*), кога се обидува да го покаже својот интелектуален капацитет пред група седи, средовечни, самобендисани мажи, на книжевната промоција на *Моторот на Кафка*. Расправајќи со писателот Салман Ружди (*Salman Rushdie*), Џонс накратко ја протнува темата за хиерархиите на културата. Сето ова е обид главната хероинџа да си ја врати нарушената самодоверба, тема што се третира низ четирите романи и трите филма. Споменувајќи за Сузан Фалуди само би потсетиле дека нејзината значајна студија *Реакцијата: Непријавената војна против американските жени* (*Backlash: The Undeclared War Against American Women*), објавена во 1991 година, е местото каде што Фалуди нè потсетува дека агендата на феминизмот е основна: таа бара жените да не бидат принудени „да избираат“ меѓу јавната правда и приватната среќа.

За тоа како се создава несигурноста кај девојчињата од мали пишува Решма Саџани (*Reshma Saajani*), која вели дека „... како девојчиња, од рана возраст сме учени да играме на сигурно. Да

внимаваме да не се качуваме премногу високо на игралиштето за да не паднеме. Да седиме мирни и послушни, убаво да изгледаме, да кимаме со главите за да не сакаат. Момчињата ги учат да бидат храбри додека девојчињата ги учат да бидат совршени“ (Саџани 2019: 12). Се работи за микропораки што ги примаат нашите бебешки мозоци уште од најраната возраст. Податоците што се наведени во нејзината книга *Храбри наместо совршени (Brave not Perfect)* велат дека извештајот за корпорации открил дека мажите аплицираат за работно место кога исполнуваат шеесет проценти од квалификациите, а жените аплицираат само ако ги исполнуваат сите наведени услови. Уште едно истражување, коешто ја потврдува тезата дека поттикнувањето на несамодоверба кај девојчињата од рана возраст се манифестира како длабока несигурност подоцна во животот, е тоа дека на конференциите жените зборуваат помалку од седумдесет и пет проценти од времето за разлика од мажите. Родовите стереотипи што ни се вградуваат во детството се провлекуваат низ целиот живот: „Во 2017 година Светската здравствена организација објави шокантно истражување во соработка со факултетот за јавно здравство *Џонс Хопкинс и Блумберг*. Низ петнаесет држави, од САД до Кина и Нигерија, овие исти родови стереотипи се покажале универзални и долготрајни, и истражувањето покажало дека децата веруваат во овој мит од многу рана возраст. Овој менталитет на „девојчињата се понежни“ продолжува и надвор од игралиштето, директно во училиницата“ (Саџани 2019: 34). Ваквите културни норми секојдневно се проектираат врз нашите животи.

Индустријата на играчите, исто така, игра важна улога во понатамошната родова дискриминација, односно во развивањето и протежирањето на одредени преференции и вештини од најмала возраст преку играчки што се наменети исклучиво за девојчиња или исклучиво за момчиња: „Општествената индоктринација почнува од рана возраст, со играчки. Децата ги учат родовите улоги уште од тримесечна возраст и играчките играат голема улога во таа едукација. Поголемиот дел од играчките и игрите создадени за момчиња како *Лего* или *Мајнкрафт* се наменети за развивање на важни моторни вештини за ориентација во просторот, кои се вештини за Д-визуелизација за кои се вели дека го предвидуваат успехот на детето на СТЕМ-предметите“ (Саџани 2019: 48). Дополнително, и рекламната индустрија го диференцира промовирањето на играчките низ родова перспектива. Ако на ова се надоврземе со продукцијата на детска литература, стигнуваме до поразителни факти дека женските главни ликови во детските книги се помалкубројни, а оние што ги има најчесто се инфериорни и подредени, за разлика од машките ликови,

кои најчесто се храбри, доминантни и полни со херојски особини. Поткрепувајќи ја оваа теза со конкретни податоци повторно ќе се послужиме со информациите од книгата на Решма Саџани, каде што пишува дека на интернет-страницата [shortstoryguide.com](http://shortstoryguide.com) што им помага на професорките во основно и средно училиште да најдат приказни организирани по теми, ако го напишете зборот храброст, од седумнаесет приказни на листата, само во четири има женски главни јунаци: „Една студија на *Опсервер* во соработка со *Нилсен* што ги оценила стоте најпопуларни детски книги од 2017 година открила неколку случајни сексистички трендови што упорно преовладуваат во модерната литература. Шансите, машките ликови да добијат главни улоги, се двојно поголеми додека женските се подредени. Кога ликовите добиваат животински форми, најмногу од моќните опасни мечки, змејови и тигри биле машки додека помалите и поранливи птици, мачки и инсекти биле женски. Во една петтина од овие книги воопшто немало женски карактери“ (Саџани 2019: 52). По оваа линија е она што го изјавува активистката за детски права Мериен Рајт Еделман: „Не можеш да бидеш она што не можеш да го видиш“. Уште еднаш се потврдува колку се, всушност, важни аспектите на репрезентација на девојчињата и на жените низ културата.

Долгогодишната репресија на патријархалната култура и сексизмот во општеството се главните фактори за чувството на потчинетост кај одредени жени. Голем е бројот на жените што директно се дискриминирани од мажи кои себеси се сметаат за супериорни. Значи, покрај хегемонијата на телото, родовата нееднаквост сирка од многу различни ќошиња во општеството. Конкретно, во филмовите за Џонс, освен доминантната тема за диктатот на телесноста низ призмата на убавината, виткоста и младоста, се соочуваме и со постојаната намалена самоверба на главната хероинџа поради интелектуалниот капацитет. Бриџит постојано се преиспитува себеси дали доволно го развила својот интелектуален потенцијал и дали се вклопува во писателската средина на брилијантни умови со кои соработува (најчесто машка средина). И додека филмот смело ги поттикнува прашањата за сексизмот, истовремено, во некои сцени ги зајакнува родовите стереотипи, што на гледач(к)ите им праќа двојни пораки.

Имено, сценариото на комичен начин го третира моментот кога Бриџит претенциозно се обидува да отвори сериозни политички теми на интелектуалните јавни собири на коишто присуствува. Од една страна е хуморот и исмејувањето на интелектуалниот снобизам и цинизам, но од друга страна се ваквите наративни линии што



овозможуваат востолитување на родовите стереотипи дека мажите зборуваат за сериозни политички теми, а жените имаат интерес само за тривијалните љубовни теми. Зајакнување на родовите стереотипи имаме и во книгата *Бебето на Бриџит Џон* низ стиховите на Марк Дарси кога тој на својата сакана ѝ пее: „Иако не зборуваш како ерудит, туку за калории и целулит... Но, не почнувај да ги читаш Пруст и По, држи се до *Океј* и *Хелуо*“ (Филдинг 2017: 19). Низ слична сексистичка призма се портретира и сцената кога Џонс има можност да прави интервју со познати борци за човекови права, но наместо да им постави сериозни новинарски прашања за важните теми како што се депортацијата, миграцијата и слободата, таа ги прашува за нивниот љубовен живот. Со ова се потенцира дека жените не умеат да разговараат за политички прашања, туки се опседнати со темите за романсата. Уште една референција што може да оди на антифеминистичкото конто за Бриџит Џонс е реченицата: „На крајот на краиштата, нема ништо понепривлекно за еден маж како жесток феминизам“ напишана во првиот роман (Филдинг 1996: 28).

И додека од една страна се провлекуваат тезите дека ние, современите жени, сме ранливи само затоа што сме генерација, која се осмели да одбива компромис во љубовта и се потпираме на сопствената економска моќ, се присетуваме на француската писателка и филозофка, Симон де Бовоар (Simone de Beauvoir), авторката на култното феминистичко дело *Вториот пол* (*The Second Sex*) (1949 година) и нејзината позната сентенција: „Жените се родени да страдаат“ (Бовоар 602). Феминистичката теорија се збогати со тезата на Де Бовоар дека мажественоста е позитивната норма, а женското или женственоста е сопоставена како „Другото“. Таа објаснува дека Другоста е фундаментална катеорија во човековото мислење. Во нејзиното дело *Вториот пол* во поглавјето *Жена: Мит и Реалност*, Симон де Бовоар тврди дека мажот ја прави жената Другиот во општеството, со примена на лажна аура на 'мистерија' околу неа. Таа тврди дека мажите го користиле ова како изговор да не ги разбираат жените или нивните проблеми, и да не им помогнат, и дека ова стереотипизирање секогаш било направено во општествата од страна на група која е повисоко во хиерархијата кон групата која е пониско во хиерархијата. Во *Вториот пол* се пишува за родот како социјален конструкт што е една од најважните одредници на феминистичкото движење во седумдесеттите години на дваесеттиот век.

На оваа феминистичка икона се повикува и Надја Беден (Nadja Beden) во нејзиниот есеј со наслов *Женскоста и машкоста во Дневникот на Бриџит Џоунс од Хелен Филдинг* (*Femininity and*

*Masculinity in Bridget Jones's Diary* by Helen Fielding) во кој, пишувајќи за слободата, бракот и правата на жените, вели дека тие биле замолчувани и заклучувани од доминантниот пол. Бракот се сметал важен за жените за да се осигура нивната безбедност, но со тоа биле принудени да се покорат на нивните патријархални мажи без никаков приговор. Во денешно време е многу вообичаено жената да живее сама и да води самостоен живот, но општеството ја става под силен притисок. Поради оваа причина, феминистичката критика стана важен предмет во современата литература. Овде би можеле да се повикаме и на теоријата на Лакан, кој тврди дека мажите генерално поседуваат машки норми, кои се симболизирани од фалусот. Теоријата на фалусот како нешто што симболизира моќ и нешто што е испразнето од содржина.

### **Значењето низ процесите на продукција, размена и репродукција на културата**

Низ книжевните и филмски наративи ги разобличивме категориите на „женственоста“ (femininity) и „маженственоста“ (masculinity) како социјални конструкции, наспроти биолошките одредници. Од една страна, препознавајќи ги честите родови стереотипи и сексистички пораки низ комуникациските кодови, од друга страна, декодирајќи револт и субверзија против патријархалните вредности. Со откривањето на можните процепи за субверзија и отпор, се отвори патот на судирите, тензијата и борбата со коишто се спротивставуваме на доминантните културни обрасци. Затоа, повторно се повикуваме на Стјуарт Хол, кој „укажува дека популарната култура е наклонета кон 'диво' осцилирање меѓу два алтернативни пола: дијалектика на согласност и дијалектика на отпор. Тоа се двете категории што примарно ја одредуваат популарната култура“ (Хол, цитиран од Анастасова 2012: 16). Низ овие дијалектички крајности на културните практики се испреплетува цела мрежа на родови односи и релации.

Во истражуваните наративи избилува родова асиметрија, којашто го отсликува сè уште живиот патријархат. Нотирајќи го сексизмот што сирка од филмскиот и од телевизискиот кадар, и од книжевната страница, ние всушност ја препознаваме сликата на маскулинистичкото општество во кое само навидум е освоена битката за родова рамноправност, а всушност на секој чекор се соочуваме со дискриминација. Еден од најфлагрантните примери за родовото слепило на медиумите и популарната култура генерално е кодираната мизогинија во нивните содржини. Но, популарната култура отсекогаш

била и останува арена за дијалог и за битка. Па, така, иако според некои критичари популарната култура е поттикнувач и зајакнувач на родовите стереотипи и нееднаквости во општеството, според други таа станува силен противник на предрасудите и односите на моќта.

И, ако културните продукти со нивните визуелни и вербални кодови минуваат низ дигестивниот систем на рецепиентите, кои се наоружени со механизмите за декодирање на пораката, тогаш честопати се добива пошироко значење од она што е вградено од самиот творец/уметник. Според тоа би можеле да заклучиме дека не постои едно или еднодимензионално читање на филмскиот и на книжевниот јазик. Полисемичното читање на текстовите ни отвора бројни нови значења, кои се откриваат и се создаваат во спрегата меѓу кодот и декодерот, во самата интеракција меѓу текстот, значењето, контекстот, рецепиентот и дискурсот. Оттука заклучуваме дека производството на значењата се протега далеку пошироко низ процесите на продукција, размена и репродукција на културата. Конечно, дека идеологијата не е само лажна свест, туку дека таа има и семиотичка вредност и затоа е важно да се види како дејствува во еден поширок политичко-културолошки контекст. Затоа, потсетувајќи се на времето кога француската сликарка Роза Бонер (Rosa Bonheur) морала да добие дозвола за да носи пантолони додека со тешкотии чекорела по калливите улици на Париз, истражувајќи за нејзините уметнички студии за животни, преку пишувањата за *Подреденоста на жените* на еден од највлијателните мислители на либерализмот, британскиот философ и политички економист, Џон Стјуарт Мил (*John Stuart Mill*) уште во 1861 година, преку спротивставувањата на големиот број феминистки на конструкциите на жената наспроти мажот, како природата наспроти културата, како и сите придобивки на трите брана на феминизмот, па сè до денес, барањето на автентични форми на женскост е една важна реакција на патријархалната колонизација на женскиот субјективитет.

И додека вториот и третиот бран на феминизмот се занимаваа со невидливоста и со отсуството на жените во општеството, како една од клучните теми во феминистичката културна политика по 1968 година, феминизмот на дваесет и првиот век има задача да ги преиспитува современите репрезентации на жената во популарната култура, низ која се креира заедничка културна матрица во светот. Женското тело е често во фокус на популарната култура, а четвртиот бран на феминизмот ја гради својата теорија токму врз односот кон телото. Познатата фраза: „Личното е политичко!“ денес се продрлабчува со: „Женското тело е политичко!“

Истражувајќи ја хегемонијата на телото, објективизацијата на жената и културните окови на нормираната конвенционална женственост, разоткривме различни облици на сексизам и дојдовме до заклучок дека на феминизмот не му е поминат рокот. Ова политичко движење за социјални, економски и политички права на жените ги бара своите современи трансформации низ уметничките практики во културата: „Феминизмот ги политизирал разните форми на уметничкиот и имагинативниот израз, што многу добро е познат како култура, преобмислувајќи ги филмот, литературата, театарот и така натаму“ (Varret, цитиран од Џордан и Ведон 1999: 173). Сепак, треба да бидеме свесни дека комерцијалните содржини во коишто жената е портретирана како субмисивен субјект во машко-женските односи се корисни за идеологијата на консумеризмот и потрошувачката култура, но се штетни за прогресот и еднаквоста во општеството.

Конечно, битките за родовата еднаквост се многубројни и тие се водат низ разни културно-уметнички практики, по разни канали и медиуми, низ лични трансформации и низ колективна промена на менталитетот, како и низ системските решенија спроведени од институциите и од законските регулативи. Токму затоа, ваквите истражувања се потребни за да иницираат идеи за креирање на родовоодговорни политики. Овој труд е еден вид поттик за континуирано критичко промислување на состојбите во општеството и за посочување на подрачјата, каде што е потребно да се зајакнат механизмите за унапредување на родовата еднаквост.

### Литература/Referencens

- Анастасова, Сенка. (2012). *Современа популарна култура – Теорија, културни студии, женска популарна култура*. Скопје: Центрифуга [Anastasova, Senka. (2012). *Contemporary Popular Culture – Theory, Culture Studies, Feminine Popular Culture*. Skopje: Centrifuga]. (In Macedonian.)
- Џепароски, Иван. (2007). *Аспекти на другоста*. Скопје: ЕВРО БАЛКАН Пресс [Džeparoski, Ivan. (2007). *Aspects of Otherness*. Skopje: EVRO BALKAN Press]. (In Macedonian.)
- Џордан, Глен, Ведон, Крис. (1995). *Културна политика – Класа, род, раса и постмодерниот свет*. Скопје: Темплум, 2000 [Džordan, Glen, Vedon, Kris. (1995). *Cultural Politics – Class, Gender, Race, and the Postmodern World*. Skopje: Templum, 2000]. (In Macedonian.)
- Ferguson, Marjorie. (1991). *Media Culture and Society*. London: SAGE.
- Филдинг, Хелен. (1999). *Бриџит Џонс – На работ на разумот*. Скопје: Арс Ламина, публикации 2016 [Filding, Helen. (1999). *Bridget Jones – The Edge of Reason*. Skopje: Ars Lamina, publikacii 2016]. (In Macedonian.)

- Филдинг, Хелен. (1996). *Дневникот на Бриџит Џонс*. Скопје: Арс Ламина, публикации 2016 [Filding, Helen. (1996). *Bridget Jones's Diary*. Skopje: Ars Lamina, publikacii 2016]. (In Macedonian.)
- Мартиноска, Ана. (2018). *Културна фабрика – Огледи за родот, градот и популарната култура*. Скопје: Институт за македонска литература [Martinoska, Ana. (2018). *Cultural Factory – Essays on City, Gender and Popular Culture*. Skopje: Institut za makedonska literature]. (In Macedonian.)
- Мартиноска, Ана, Јакимовска-Тошиќ, Маја. (2019). *Културата на распродажба – Конsumerизмот и комерцијализацијата на културните производи*. Скопје: Институт за македонска литература [Martinoska, Ana, Jakimovska-Tošik, Maja. (2019). *Culture on Sale: Consumerism and Commercialization of Cultural Products*. Skopje: Institut za makedonska literature]. (In Macedonian.)
- Martinoska, Ana, Jakimovska Toshich, Maja (Ed.). (2016). *Popular Culture: Reading from Below*. Skopje: Institute of Macedonian Literature
- Саџани, Решма. (2019). *Храбри наместо совршени*. Скопје: Арс Либрис, 2020 [Sadžani, Rešma. (2019). *Brave, but not perfect*. Skopje: Ars Libris, 2020]. (In Macedonian.)
- Tomic, Zorica. (2009). *New\$ Age*. Beograd: Službeni glasnik.
- Wolf, Naomi (2002). *The Beauty Myth*. New York: HarperCollins Publishers.