



Áhrif afþreyingarmenningar á kynjaskekkju í samfélaginu

Hrund Magnúsdóttir

Lokaverkefni til BA-gráðu í mannfræði

Félagsvísindasvið



HÁSKÓLI ÍSLANDS

Áhrif afþreyingarmenningar á kynjaskekkju í samfélaginu

Hrund Magnúsdóttir

Lokaverkefni til BA-gráðu í mannfræði

Leiðbeinandi: Kristín Loftsdóttir

Félags- og mannvísindadeild
Félagsvísindasvið Háskóla Íslands
Maí 2013

Ritgerð þessi er lokaverkefni til BA-gráðu í mannfræði og er óheimilt að afrita ritgerðina á nokkurn hátt nema með leyfi rétthafa.

© Hrund Magnúsdóttir 2013

Reykjavík, Ísland 2013

Útdráttur

Í þessari ritgerð verður fjallað áhrif afþreyingarmenningar á kynjaskekkju í samfélaginu.

Fjallað verður um afþreyingarmenningu út frá femíniskum hugmyndum í tengslum við vald og líkama, þar sem mikilvægt er að orðræðan sé ávallt í endurskoðun, þar sem afþreyingarmenningin er víðtæk og fjölbreytt. Menning vestrænna samfélaga felur í sér og ber með sér kynjaskekkju (e. sexism) og birtist það í afþreyingarmenningunni þegar konur eru hlutgerðar án þess að spurningamerki sé sett við það, þar sem það þykir eðlilegt. Ljóst er að afþreyingarmenning spilar einhvern þátt í að viðhalda kynjaskekkju samfélagsins, en með því að skoða örfá dæmi úr afþreyingarmenningunni sést hin viðtekna kynjaskekkja og hversu vel hún blandast inn í samfélagið, nánast gagnrýnislaust.

Abstract

This paper discusses the impact of popular culture on sexism in the society. Popular culture is examined from a feminist perspective in relation to power and the body. Popular culture is broad and diverse and it is important that discourse is always reviewed and critiqued. I will be looking at popular culture's most prolific display of sexism; the objectification of women. Popular culture plays some role in maintaining the sexism in our society, and by looking at a few examples from popular culture we see how well the sexism appropriated.

Efnisyfirlit

| | |
|--|-----------|
| Inngangur | 6 |
| 1. Samspil afþreyingarmenningar og valds..... | 7 |
| 1.1 Femínismi | 7 |
| 1.2 Vald..... | 12 |
| 1.3 Afþreyingarmenning | 15 |
| 2. Líkaminn og sjónræn nautn | 18 |
| 2.1 Líkaminn | 18 |
| 2.2 Sjónræn nautn | 20 |
| 3. Birtingarmynd líkamans í afþreyingarmenningu | 22 |
| Sjónvarpsþátturinn <i>Girls</i> | 25 |
| 4. Niðurlag | 27 |
| Heimildaskrá | 30 |

Inngangur

Birtingamyndir kynjanna í afþreyingarmenningu (e. popular culture) hafa áhrif á virðingu og væntingar fólks til framtíðarinnar (Milestone og Meyer, 2012). Samkvæmt Katie Milestone og Anneke Meyer (2012) er afþreyingarmenning gluggi fólks frá sínum eigin raunveruleika og inn í annarskonar raunveruleika. Myndmiðlar endurspeglar veruleikann að einhverju leyti en athyglisvert er að athuga afhverju ákveðnar staðalímyndir í afþreyingarmenningunni séu í sífellu að endurtaka sig.

Í þessari ritgerð er til umræðu tengsl afþreyingarmenningar og valds út frá hugmyndum um kynjaskekkju (e. sexism) í afþreyingarmenningunni. Því mun ég skoða samspil afþreyingarmenningar og valds út frá femíniskum hugmyndum. Hugmyndir Margaret Andersen, Dana Hysock (2000) og Judith Butler (1990) um kynjaskekkju (e. sexism) þegar einstaklingar innan samfélagsins afsaka hefðbundna stöðu kvenna og karla í samfélaginu og réttlæta kynbundnan mun innan þess. Ástæða þess að ég er að skrifa um afþreyingarmenningu út frá femíniskum hugmyndum í tengslum við vald og líkama, er sú að mikilvægt er að umræðuefnið sé ávallt í endurskoðun, þar sem afþreyingarmenningin er víðtæk og fjölbreytt. Auk þess að orðræðunni sé haldið í gangi um áhrif afþreyingarmenningar í samfélaginu. Með vaxandi stærð afþreyingarmenningar í samfélaginu getur verið erfitt er að komast hjá henni og áhrifum hennar, sem er til að mynda útlitsdýrkun og klámvæðing (Wolf, 1991). Ég mun fara í hugmyndir Butler (1990) um kyngervið sem félagslega skapað leikrit þar sem konur leika kyn sitt eftir fyrirfram ákveðnum stöðlum samfélagsins. Eins mun ég fara í hugmyndir Michel Foucault (1977) um alsæi og tengja það hugtak við hugmynd Laura Mulvey (2003) um sjónræna nautn. Þannig tengi ég hugmyndir um augnaráðið við birtingamyndir kyngervisins í afþreyingarmenningunni. Þannig er hægt að skoða hvernig afþreyingarmenning, í gegnum orðræðu og myndmiðla, hefur áhrif á hvernig menningin mótar hugmyndir sínar um hvernig fólk á að hegða sér og líta út. Auk þess hvernig best sé að leika kynið út frá samfélagslegum stöðlum og hvernig afþreyingarmenningin með endurtekningum og skýrum skilaboðum kemur á framfæri til áhorfandans hvað sé æskilegt.

Útlitskröfur menningarinnar eru strangar og einblína enn sem komið er meira á konur en karla í þessari narsísku og sjónrænu menningu okkar. Afþreyingarmenningin spilar inn á þessar útlitskröfur og þannig hefur líkaminn og útlit okkar áhrif á hver við erum í samfélaginu og hvaða tækifæri eru í boði. Afþreyingarmenningin undirstrikar og býr jafnvel til þá áherslu á útlit (Andersen og Hysock, 2000). Eins mun ég skoða dæmi úr afþreyingunni, til dæmis

sjónvarpsþáttinn *Girls* (Dunham, 2012) og grín Óskarsverðlauna kynnisins Seth MacFarlane um brjóst leikkvenna í bíómyndum þar sem líkamar kvenna eru í leiðarljósi.

Í kafla 1.1. mun ég fjalla um femínisma og ýmis lykilhugtök innan hans svo sem kyn, kyngervi, kynjaskekkju og kynjamisrétti (e. sexist). Eins fjalla ég um feðraveldi, rými og hugtak Edwin Ardener (1975) um þöggun. Í kafla 1.2. fjalla ég um vald og mismunandi birtingarmyndir þess. Eins fjalla ég um vald út frá Karl Marx og Antonio Gramsci og síðan um samfélagslegt auðvald Pierre Bourdieu. Síðan fjalla ég um orðræðu og hugmyndir Michel Foucault. Í kafla 1.3. fjalla ég um menningu og afþreyingarmenningu og fer í mismunandi skilgreiningar á þeim hugtökum án þess þó að fara í sögulega þróun eða þrætur sem liggja að baki hugtaksins, það sama á við um önnur hugtök sem ég tek fyrir í ritgerðinni svo sem kyn og kyngervi. Það geri ég vegna þess að þó söguleg þróun og þrætur innan fræðisamfélagsins um hugtök sé mikilvæg þá tel ég þessa ritgerð ekki réttan vettvang fyrir þá umræðu. Í kafla tvö fer ég í hugmyndir um líkamann og sjónrænar sýnir, ég skipti honum í tvennt og fjalla um hugmyndir Judith Butler um *að leika kyngervið* í kafla 2.1. og í kafla 2.2. fjalla ég um augnaráðið, bæði út frá hugmyndum Foucault (1977) um alsæið (e. panopticism) og hugmyndum Laura Mulvey (2003) um augnaráðið (e. the gaze). Í kafla þrjú tengi ég síðan saman þær hugmyndir sem koma fram í köflum eitt og tvö með því að fjalla um birtingamyndir líkamans í afþreyingarmenningunni, þó ég fjalli aðallega um hvernig konur birtast í afþreyingarmenningunni. Þar nota ég hugmyndir Rosalind Gill (2007) og Debra Merskin (2004) en þær hafa gagnrýnt birtingamyndir kynjanna í verkum sínum. Með hjálp þessara fræðimanna og nokkurra fleiri mun ég ná að sýna fram á að afþreyingarmenning hefur áhrif á kynjaskekkju í samfélaginu.

1. Samspil afþreyingarmenningar og valds

1.1 Femínismi

Femínismi er hugtak sem nær yfir margar hugmyndir og kenningar og því er oft erfitt að skilgreina femínisma þar sem hann nær yfir mismunandi pólitísk viðhorf og hugmyndir. Andersen og Hysock (2000) hafa búið til víðtæka skilgreiningu á femínisma sem nær yfir flest pólitísk viðhorf hans. Ákveðnir samnefnarar (e. common assumptions) eru innan femínisma sem gera það að verkum að hægt sé að fjalla um femínisma sem eina heild. Andersen og Hysock (2000) hafa tekið til grunnhugmyndir femínismans, en fjallað verður um þær hér að neðan. Grunnhugmynd femínismans gengur út á að staða kvenna og karla í samfélaginu séu

félagslega skapaðar, en ekki líffræðilega eða af náttúrulegum orsökum. Þó mismunandi stefnur hafi þróast innan femínisma þá sjá femínistar hina samfélagslegu stofnun (e. social institutions) og samfélagslegt viðhorf sem grunninn fyrir stöðu kvenna í því. Auk þess sem skipulagður ójöfnuður milli kynjanna í samfélaginu þá trúa femínistar á að breyta samfélaginu til þess að jafna hlut kvenna í samfélaginu. Þannig felur femínismi í sér að bæði að hugsa og gera (e. thinking and acting) og er í raun hluti af grunnhugmyndum femínismans, þar sem sameining hugsunar og gjörða er miðja þeirra hugmynda að ná fram samfélagsbreytingum. Eins trúa femínistar að reynsla, áhyggjur og hugmyndir kvenna skipta jafn miklu máli og hugmyndir karla og því ættu hugmyndir kynjanna beggja að liggja við sama borð og hafa sama vægi og virðingu. Þetta felur ekki í sér að konur þurfi að vera eins og karlmenn, heldur ættu hugmyndir kvenna að vera miðlægar í hreyfingum fyrir samfélagsbreytingum (Andersen og Hysock, 2000, bls. 10).

Andersen og Hysock (2000) fjalla um kynjaskekkju (e. sexism) útfrá hugmyndum Karl Mannheim sem taldi hana vera hugmyndafræði sem ver (e. defends) ójafna stöðu kvenna og karla í samfélaginu. Mannheim bendir á að hugmyndafræðin síast sameiginlega í meðvitund okkar út frá skilningi okkar á heiminum sem við lifum í, þannig verður kynjamisrétti (e. sexist) að kynjaskekkju, þegar misréttið hefur síast inn í menningu og huga fólks án þess að það taki eftir og þannig verður kynjamisréttið hluti af menningunni og framvindu mála. Þannig hafa fyrrum siðir og lærðar sjálfsmýndir áframhaldandi áhrif á kynjaskekkju í samfélaginu (Andersen og Hysock, 2000)

Í Evrópu er feðraveldi (e. *patriarchy*) við lýð, það er að segja að karlmenn eru oftast sjáanlegir í samfélaginu, í pólitík, fjölmiðlum og fjármálum á meðan konur sjá um heimilin eða vinna bak við tjöldin. Eins eru vinnurnar sem eru þekktar sem karlarstörf hærra launaðar og meira metnar en vinnurnar sem eru þekktar sem kvennastörf. Eins hefur það sýnt sig að þegar konur fjölmenna í starfstétt sem áður var karlastétt þá lækka bæði launin og virðing starfanna. Á Íslandi hefur það sést greinilega hjá kennarastéttinni, hvernig það þótti merkilegt starf og nægði til að sjá fyrir fjölskyldu en núna hefur það verið tengt við móðureðlið, sem er hlutverk kvennanna hvort sem er að fræða og ala afkvæmin, svo samfélagið er eiginlega að gera þeim greiða að borga þeim fyrir líffræðileg hlutverk (Sigríður Dúna Kristmundsdóttir,

1999). Feðraveldi (e. patriarchy) er dæmi um hugmyndafræðilegt forræði¹ (e. hegemony), en bókstafleg merking feðraveldis er veldi föðursins og vísar til kerfisbundinna yferráða karla í samfélaginu. Kerfið kúgar og arðrænar konur, vinnur í þágu karla og réttlætir yferráð þeirra. (Milestone og Meyer, 2012, bls. 10). Í feðraveldi eru konum og körlum oft stillt upp sem andstæðum, það sem karlar eru og gera þá eru konur andstæðan. Svo oftast en ekki eru karlar skilgreindir út frá því hvað þeir gera öðruvísi en konur (Milestone og Meyer, 2012, bls. 21). Kate Millett skrifar einnig um feðraveldið og vill meina að það vald sem feðraveldið hefur í samfélaginu sé ósýnilegt og óviðráðanlegt:

Valdið tekur á sig form yferráða karla yfir konum á öllum sviðum lífsins; kynferðislegt yferráð er svo algilt að það virðist eðlilegt og verður þannig ósýnilegt, þannig að [feðraveldi] er ef til vill útbreiddasta hugmyndafræði menningar okkar og útvegar okkur grundvallarhugtak valdsins² (Bryson, 1992, bls. 185).

Kenning Edwin Ardener (1975) um ríkjandi og þöggðu hugmyndakerfi sem kona hans Shirley Ardener (1975) sagði nánar frá í bók sinni *Perceiving women*. Hugmyndafræði Ardener byggir á því að innan hvers samfélags séu fleiri en eitt kerfi hugmynda um hvernig samfélagið eigi að vera. Þannig eru bæði karla- og kvennamening innan samfélagsins en átök eiga sér stað á milli þeirra. Kvennamening er samkvæmt Ardener undirokuð og þöggðu og átökin sem eiga sér stað milli karla og kvennameningarinnar snúast að miklu leyti um vald og tungumál samfélagsins. Ríkjandi menning stjórnar tungumálinu, ræður gildismati og viðmiði samfélagsins og stjórnar þannig hvernig hugsanir og hugmyndir eru tjáðar í tungumálinu. Þaggaði hópurinn verður því að nota tungumál ríkjandi hópsins, þrátt fyrir að það henti þeim ekki sem tjáningarform (Herdís Helgadóttir, 1996). Þaggaður hópur er sá hópur sem hefur enga rödd í samfélaginu vegna stjórnarfyrirkomulags samfélagsins (e. structures of dominance) og þegar hann reynir að tjá sig þarf hann að nýta sér tungumáls hins ráðandi hóps og því á hann erfitt með að tjá sig. Ef hinn þaggaði hópur notar sitt eigið tungumál er ólíklegt að ráðandi hópurinn skilur hvað verið er að segja. Í vestrænu samfélagi nútímans eru til að mynda konur hinn þaggaði hópur og karlar þeir ráðandi. „Konur segja

¹ Fjallað verður nánar um hugtakið hugmyndafræðilegt forræði síðar í ritgerðinni

² This power takes the form of male domination over women in all areas of life; sexual domination is so universal, so ubiquitous and so complete that it appears 'natural' and hence becomes invisible, so that it is 'perhaps the most pervasive ideology of our culture and provides its most fundamental concept of power (Bryson, 1992, bls. 185).

margt og tala mikið, en þær eru þaggaðar þar sem raunveruleiki þeirra og viðhorf til heimsins er ekki hægt að tjá eða skilja undir skilmálum ríkjandi karlastjórnar”³ (Moore, 1988, bls 3). Michelle Rosaldo (2006) bendir þó á að erfitt er að tala um konur sem þögulan hóp þar sem þær hafa margt að segja, vandinn felist í því að ekki sé tekið mark á því sem þær gera, gjörðir þeirra eru dæmdar ómerkilegar og því ekki tekið tillit til þeirra.

Þegar fjallað er um femínisma fylgir að fjalla um hugtökin kyn (e. sex) og kyngervi (e. gender). Þegar um kyn er að ræða er yfirleitt verið að meina hið líffræðilega kyn einstaklings, aftur á móti þegar verið er að ræða kyngervi (e. gender) þá er oft um hið félagslega skapaða kyn einstaklingsins að ræða. Samfélagið leggur hart að sér við að skilgreina kyngervi einstaklinga í samfélaginu, eins og sést þegar farið er inn í leikfangaverslun með það markmið í huga að kaupa kyngervahlutlaust (e. gender neutral) leikfang, það er að segja leikfang sem er ekki merkt fyrir annað hvort kynið með ákveðnu litavali eða einfaldlega með stimplinum *fyrir stráka/fyrir stelpur*. Sú búðarferð gæti tekið langan tíma þar sem lítið er um að leikföng séu ekki merkt fyrir annað hvort stráka eða stelpur (Andersen og Hysock, 2000).

Sigríður Dúna Kristmundsdóttir (1999) talar um kyn sem félagslega skapaðan hóp sem geta skapað menningarlegar hindranir. Ýmsir samfélagslegir atburðir geta haft það í för með sér að kynin fari að upplifa sig sem sitthvora menningarafurðina, þannig hefur hnattvæðing þau áhrif á karlmenn og konur að þau skilgreini sig sem andstæður (Sigríður Dúna Kristmundsdóttir, 1999). Sem dæmi má nefna birtingamyndir kynjanna í fjölmiðlum en Helga Þórey Björnsdóttir og Kristín Loftsdóttir (2005) gerðu rannsókn á birtingarmyndum kynjanna á forsíðu fréttablaðsins þar sem kom í ljós að konur voru í 32% tilvika þegar um var að ræða menningu en einungis í 9% tilvika þegar rætt var um íþróttir. Hærra komust konurnar ekki en í 32% tilvika á forsíðuna og er hægt að færa rök fyrir því að það sýni fram á sýnileika þeirra í samfélaginu, eða þegar mest er þrjátíu og tvö prósent sýnileiki kvenna á Íslandi 2005.

Henrietta Moore (1999) gefur innsýn í hugmyndir Butler (1990) um að kyn (e. sex) sé menningarlega skapað eins og kyngervi (e. gender) og þar með sé lítill munur á milli kyns og kyngervis. Að því leyti er kyngervi skapað út frá gagnkynhneigðu samfélagi og komi því í veg fyrir kynusla. Þannig er kyngervið séð sem miðpunkturinn í því ferli að skapa sér

³ „Women may speak a great deal, ..., but they remain ‘muted’ because their model of reality, their view of the world, cannot be realized or expressed using the terms of the dominant male model“ (Moore, 1988, bls 3).

sjálfsmynd (e. identity) og verða þannig fullmótað sjálf. Ferlið kallar Butler (1990) *að leika kyngervið* (e. performing gender). Butler vísar í hugmynd Simone de Beauvoir (1997 [1949]) að konur séu ekki fæddar sem konur heldur að samfélagið geri þær að konum, sem verður til þess að það að vera kona er alltaf í vinnslu, ávallt að þróast, sem hefur hvorki upphaf né endi. Á meðan umræða er í þróun þá er orðræðan opin fyrir inngripi og endurskilgreiningu (Moore, 1999, bls. 155).

Hugmynd Simone de Beauvoir (1997 [1949]) um að við fæðumst ekki með kyngervi, að kyngervi sé ekki eitthvað sem við erum heldur gerum er áhrifamikil og hafa ýmsir fræðimenn eins og Erving Goffman (1959) og Judith Butler (1990) nýtt sér hugmynd Simone de Beauvoir um að kyngervi sé leikið (e. performance) eða leikræn uppbygging (e. performative construct) (Milestone og Meyer, 2012, bls. 12). Kyngervið er ekki ákveðin, arfleidd sjálfsmynd heldur ávinningur þjálfunar og einkenni sem með tímanum hafa skilgreint kvenleika og karlmennsku. Mannfólkið endurtekur, þangað til það festist í ákveðnum hlutverkum sem við þekkjum sem kyngervi. Fyrir Goffman er kvenleiki og karlmennska kynhlutverk sem einstaklingarnir leika. Þau eru leikarar sem leika kyngervi sitt með því að taka þátt í gjörðum sem henta kyngervi þeirra, til þess að passa inn í samfélagið, þau gera það sem samfélagið hefur áður gefið leyfi fyrir. Goffman gerir ráð fyrir að einstaklingar séu á einhvern hátt meðvitaðir um þennan hlutverkaleik sem dregur úr því valdi og áhrifum sem samfélagið hefur á kyngerva leikinn (Milestone og Meyer, 2012, bls. 13). Butler talar aftur á móti um að leikritið sé ekki á persónulega sviðinu heldur tengist habitusnum þar sem menningin sem heild heldur leikritinu úti og einstaklingarnir leika sín kynhlutverk ómeðvitað út frá habitusnum. Kyngervi kemur fram sem náttúruleg hegðun og stöðug hjá einstaklingnum vegna þess að kyngervið er endurtekið í sífellu. Kyngervið er útkoman, og áhrifin úr leikritinu frekar en orsök. Við tökum sjaldnast eftir því þegar við leikum kynið því það er svo eðlilegt og venjulegt að það verður ósýnilegt. Butler vildi meina að sú skipting að mannfólkinu sé skipt í tvo hópa, karlkyn og kvenkyn, sé valdamikil en óstöðug og því þarf stöðugt að endurtaka og ítreka með síendurteknum leikrænum tilþrifum (Milestone og Meyer, 2012, bls. 14-15). Hugmyndafræðin í kringum kyngervin, karlmennsku og kvenleika er fjölbreytt og margslungin en samt sem áður hegemonísk, það er að segja, það kyngervi sem fólk þykir eðlilegt er styrk með hugmyndafræðilegu forræði (Milestone og Meyer, 2012, bls. 19).

Michael Jackson (2005) skrifar um hugmyndir Hannah Arendt um opinbert rými og áhrif þess á sjálfsmyndina. Jackson er sammála hugmyndum Arendt um að opinbert rými er svæði þar sem fólk skapar og endurskapar sjálfsmynd sína, hvernig það kemur fyrir í augum annarra. Hið opinbera rými er því staður sem fólk fullgerir sjálfsmynd sína þar sem það er

stjórnað af samfélaginu og því eru ekki allir velkomnir þangað. Það sem er venjulegt og eðlilegt er tákngert út frá ráðandi kyni, kynferði, aldri og útliti. Þannig er því gefið pláss í opinbera sviðinu á meðan hið óeðlilega er neitað almennri sjáanlegri tilveru (Jackson, 2005, bls. 18-19). Afþreyingarmenning vinnur í opinbera sviðinu en oft er talað um að karlar ráði hinu opinbera sviði (e. public domain) þar sem lög og reglur samfélagsins eru ákveðin og konur ráði heima fyrir (e. domestic domain) (Lewellen, 2003. Rosaldo, 1974). Susan Bordo bendir til dæmis á þá kröfu samfélagsins að konur séu bæði konur og karlar, það er að segja búi yfir kvenlegum eiginleikum og karllægum eiginleikum sem séu nauðsynlegir til þess að komast áfram í ytra rými samfélagsins (Björck, 2011). Til þess að vera tekin alvarlega í ákveðnu samfélagi þá þarf viðtekin aðili að útfylla ákveðin skilyrði svo sem hegðun, ritúöl og annarskonar merki til þess að tilheyra hópnum. Foucault talaði um að það væri eðlilegt fyrir mannlega hegðun að til þess að vera venjulegur í ákveðnum samfélögum þá þurfi maður að ganga í gegnum ákveðna síu sem hann kallar *normalization*. Hann vill meina að hver orðræða hafi ákveðið rými fyrir hvern og einn (Björck, 2011). Meira verður fjallað um Foucault og orðræðu hér að neðan.

1.2 Vald

Vald tekur á sig mismunandi myndir og kemur fram í ýmsum formum. Ted Lewellen skilgreinir vald á þann hátt að það nýtir sér líkamlega valdbeitingu en líka valdbeitingu sem kemur frá einstaklingum, kerfinu eða samfélaginu. Eins er vald til þess fallið að hafa áhrif á hegðun fólks og stjórna því sem það gerir (Lewellen, 2003, bls. 89). Ekki er nóg að taka vald frá einum stað og færa það á annan og halda að valdið sé fast á sínum stað heldur þarf að vinna með valdið og aðlaga það að orðræðunni og samfélaginu (Björck, 2011).

Hugmyndafræði Karl Marx er hægt að nota til þess að fjalla um hvernig valdastéttin hannaði hugmyndafræðina sem jafnframt virkaði best í þágu hennar. Marx vildi meina að hugmyndafræði væru falskar hugmyndir sem gefa rangar upplýsingar (e. misrepresented) og bjaga raunveruleikan. Hugmyndafræðin blekkir fólk frá því hvernig hlutirnir eru í raun og hefur því þau áhrif á fólk að það lifir við falska meðvitund. Samkvæmt Milestone og Meyer (2012) er ameríski draumurinn dæmi um þetta þar sem allir eiga að geta skarað fram úr ef þeir leggja sig nógu mikið fram en ekki er útskýrt að þeir sem eru ekki úr æskilegri stétt eða af æskilegu kyni eiga erfiðara með að upplifa ameríska drauminn (Milestone og Meyer, 2012, bls. 16).

Valdastéttin nýtir sér efnahagslegt vald sitt til að festa stöðu sína og vald í gegnum hugmyndafræðina með því að dreifa afvegaleiddum raunveruleika í gegnum fjölmiðla, þau fela

ójafnréttið sem felst í kapítalismannum og réttlæta þannig valdakerfið (Milestone og Meyer, 2012, bls. 17). Hin Marxíska hugmyndafræði er fjölþætt en hún hefur ákveðna sýn á fjölmiðla og veruleikan og byggir á hvernig fjölmiðlar setja fram/túlka (e. representation) raunveruleikan. Þar er þó gefið að til sé ákveðin raunveruleiki fyrir utan fjölmiðla og að fjölmiðlar túlka þennan ákveðna raunveruleika á táknrænan hátt. Sami atburður eða persóna getur verið túlkaður á mismunandi hátt, sem gefur ekki bara rými fyrir réttmæta og óréttmæta útfærslu af atburðum heldur líka ýmsu þar á milli sem er hvorki rétt né rangt heldur staðalímynd (e. stereotype) auk þess sem aðeins ein hlið málsins er birt. Túlkun í fjölmiðlum ætti yfirleitt að hafa það að leiðarljósi að komast sem næst raunveruleikanum og er sá staðall sem fjölmiðlarnir eru mældir eftir (Milestone og Meyer, 2012, bls. 19 og 24).

Antonio Gramsci var ný-marxisti sem útfærði hugtakið hugmyndafræðilegt forræði (e. hegemony) og vísar með því í leiðtogavald og framleiðslu á samþykki (Milestone og Meyer, 2012, bls. 18). Hugtakið vísar til ósýnilegs valds, það er að segja vald sem er ekki sýnilegt eins og ofbeldi heldur undirliggjandi og undirokað (Ortner, 1984). Forræði er notað af valdastéttum en jafnvægið er auðveldlega brotið og því leitast valdastéttin við að halda forræði sínu yfir öðrum. Valdastéttin getur ekki eins og konungarnir forðum daga sýnt vald sitt og ætlast til að allir dansi eftir þeirra vilja heldur verða þau að mynda bandalög við aðra hópa og stjórna í gegnum samþykktar hugmyndir. Forræðið er því tæki til þess að ná framleiddu samþykki (e. manufacturing of consent) til að halda valdastöðu sinni. Sum hugmyndafræði eru í eðli sínu hegemonísk til dæmis hugmyndafræði sem er samþykkt af fjöldanum en er hagur þeirra sem stjórna. Hugmyndafræðin eru þó að vinna fyrir forræði sínu og því eru valdakerfið breytilegt, þannig verður rými fyrir breytingar (e. social change) (Milestone og Meyer, 2012, bls. 18).

Lewellen (2003) fjallar um hugtökin samfélagslegt- og menningarlegt auðvald (e. social and cultural capital) sem kemur frá Pierre Bourdieu þar sem hann bendir á að fjárhagslegt auðvald sé ekki eina valdið. Samfélagslegt auðvald felur í sér ættartengsl, vinahóp, og *old-boy network* á meðan menningarlegt auðvald felur í sér bókmenntir, listir og tónlist, háskólagráðu og leyfi til þess að stunda til dæmis læknisfræði. Þau samfélög sem hafa sterkt samfélagslegt og menningarlegt auðvald geta til að mynda haft áhrif á það sem eðlilegt er í þjóðfélaginu, og koma þannig með ákveðið viðhorf um hvað sé tekið sem sjálfsögðum hlut. Það sem Bourdieu leggur áherslu á í sambandi við áhrif samfélagslegs- og menningarlegs auðvalds er að þeir ríku stjórna ekki endilega þeim viðhorfum sem ráða heldur hefur gáfumannaþólk (e. intellectuals) valdið (Lewellen, 2003, bls. 186).

Bourdieu (1990) kom einnig með hugtakið habitus sem verður til í félagslegum aðstæðum og útskýrir að einhverju leyti áhrif samfélagsins á hegðun fólks og gefur til kynna að fólk hafi ekki að öllu leyti frjálstan vilja. Einstaklingar framkvæma gjörðir sínar en skilja þær ekki endilega, þar er að segja einstaklingur ætti oftast en ekki erfitt með að útskýra ástæður fyrir gjörðum sínum. Umhverfið og menningin skilyrðir okkur, og því er habitusinn einstaklingsbundin. Habitusinn er í raun einungis til í hugum hvers og eins og mótast þannig framkomu hvers og eins. Þannig er menningin síbreytileg og einstaklingarnir innan menningarinnar sífellt að móta eigin tilveru út frá habitusi sínum (Lewellen, 2003, bls. 186-7). Habitus getur verið útskýrður sem söguleg og menningarleg tilurð einstaklingsins þar sem lög, reglur og hugmyndafræði eru að skapast út frá gjörðum einstaklingum án hans vitundar. Eins er einstaklingurinn að vinna út frá eigin venjum með persónulega hagsmuni að leiðarljósi (Webb, Schirato, Danaher, 2002, bls 15). Einstaklingar hafa þó ekki jafnt val til þess að hafa áhrif á habitus sinn þar sem ekki allir hafa aðstöðu til þess að hafa áhrif á samfélagið. Til þess að hafa áhrif á samfélagið þarf að hafa vald, sumir hafa meira vald en aðrir og þau sem hafa vald yfir öðrum hafa vald til þess að stjórna habitus annarra. Þannig er hægt að viðhalda valdaskiptingunni, með því að hafa stjórn á menningarlega auðvaldinu og habitus almennings er hægt að viðhalda stjórnarskipulaginu.

Stuart Hall (1997) skilgreinir orðræðu sem leið til þess að vísa í eða safna upplýsingum um tiltekið málefni. Þannig er orðræða samkvæmt Hall þyrping hugmynda, sem auðveldar umræðu um tiltekið málefni og er sett fram og túlkuð út frá tungumálinu, myndum og félagslegum gjörðum. Milestone og Meyer (2012) benda á að Foucault útskýrir að orðræða snúist um að breyta frá hefðbundinni skiptingu á því hvernig á að segja og hugsa tungumálið og framkvæma gjörðir þar sem orðræða snýst um bæði framsetningu tungumálsins og gjörða okkar. Það er í gegnum orðræðu sem við skiljum heiminn þar sem hún gefur okkur tækifæri til þess að tjá okkur á skiljanlegan hátt (Milestone og Meyer, 2012, bls. 22). Orðræðan mótast frá þeirri vitneskju sem er í því samfélagi sem hún verður til úr auk þess að orðræðan um karlmennsku og kvenleika, staðalímyndirnar og andstæðurnar sem eru tengdar við þau hugtök, hafa því þróast í orðræðuna út frá því hvernig fólkið í samfélaginu skynjar og skilur kyngervin. Foucault bendir einnig á að það sé ekkert atbeini (e. agency) í orðræðunni, að hún feli það í sér að ekki sé hægt að finna einstaklinga í orðræðunni þar sem orðræðan myndast úr hópi einstaklinga (Milestone og Meyer, 2012, bls 23). Eins bendir Foucault á að vald felist í orðræðunni, hún gefi vitneskju (e. knowledge) sem er aldrei hlutlaus heldur setur skilyrði fyrir ákveðið norm. Sálfræðilegar orðræður eru ágætis dæmi þar sem þær ganga út frá vísindalegri nálgun og virðast hlutlausar. En orðræðan gengur út á að ræða hið óvenjulega (e. abnormal)

sálræna hugarfar, svo sem þunglyndi, og því dregur hin sálfræðilega orðræða upp mynd af hinu heilbrigða og venjulega (Milestone og Meyer, 2012, bls 24). Foucault bendir á að raunveruleikinn verður þýðingamikill út frá orðræðu, en ef hlutirnir hafa ekki þýðingu þá er ekki hægt að vita um þá, raunveruleiki okkar er alltaf samfélagslega byggður í gegnum þekkingu okkar (Milestone og Meyer, 2012, bls 25). Butler rennir stoðum undir hugmyndir Foucault og er hún sammála honum um að ekkert hafi þýðingu nema það komi úr orðræðu. Þar sem orðræða verður til þess að eitthvað fái þýðingu og verði þannig skiljanlegt þá er ekkert utan orðræðu skiljanlegt (Björck, 2011).

Samkvæmt Milestone og Meyer er þekking og hugmyndir alltaf (sam)félagslega skapaðar þar sem engin sjálfstæður veruleiki virkar sem alheimsstaðall til þess að mæla áræðanleika orðræðunnar. Foucault talar um *regimes of truth ideas*, hugmyndir sem hafa verið samþykktar sem sannar og hafa afleiðingar þar sem þær eru styrktar af orðræðunni. Þekking og orðræða verða ekki sannar nema þegar þær verða að raunveruleika sem verður þegar þær eru samþykktar og hafa afleiðingar. Sannleikur er félagslega skapaður og því er það sem er satt í einni menningu ekki endilega satt í annarri. Sannleikurinn er því afstæður, þar sem ekki er einn raunveruleiki heldur margir (Milestone og Meyer, 2012, bls 25). Slík afstæðishygga gerir það erfitt að taka afstöðu í greiningum, þar sem við getum illa metið framsetningu fjölmiðla á gagnrýnin hátt vegna þess að ekki er til stöðugur raunveruleiki sem hægt er að meta fjölmiðla út frá (Milestone og Meyer, 2012, bls 26).

1.3 Afþreyingarmenning

Menning er skilgreind á ýmsa vegu, en skilgreiningarnar hafa margar mismunandi áherslur og sýnir í raun hversu fjölbreytt hugtakið er. Samkvæmt Liesbet van Zoonen (1994) felur menning í sér það form og ástand sem þýðing og gildi byggja upp í samfélaginu. Ferli framleiðslu og móttöku afþreyingarmenningarinnar felur í sér að hún sé í tengslum við táknrænar gjörðir hversdagsins, þar sem kyngervi er eitt af mikilvægustu breytunum (van Zoonen, 1994, bls. 6). Samkvæmt Andersen og Hysock (2000) er menning aftur á móti skilgreining á veruleikanum hjá fólki sem hefur sömu lífskoðanir auk þess sem menningin samkvæmt Andersen og Hysock (2000) er mynstur af væntingum þess sem þykir viðeigandi hegðun og skoðanir hjá samfélagsþegnum. Þannig sér menningin um að útbúa ákveðna útgangspunkta fyrir samfélagslegra hegðun. Menning felur í sér venjur hversdagsins og gefur upplýsingar um hvernig best sé að hegða sér í hinum ýmsu aðstæðum. Eins kemur menningin skoðunum og gildum samfélagsins á framfæri auk þeirra hugmynda sem margir deila í samfélaginu. Þannig segir menningin okkur hvað við eigum að gera, hvað við eigum að

hugsa, hver við eigum að vera og hvað við eigum að búast við frá öðrum. Andersen og Hysock (2000) benda á að menningin hafi þau áhrif að fólkið innan menningarinnar tekur henni sem sjálfstöðum hlut auk þess sem þau eiga erfitt með að gagnrýna menninguna. Hún getur því verið mismunandi eftir tíma, stað og hópi fólks innan samfélagsins (Andersen og Hysock, 2000). Samkvæmt Milestone og Meyer (2012) er hægt að útskýra menningu sem vitsmunalega og andlega, ákveðinn lífstíll eða textar og iðkun sem skapa merkingu.

Afþreyingarmenning samkvæmt Milestone og Meyer er því að einhverju leyti frábrugðin skilgreiningunni að ofan, og til að mynda er lítið um að fólk skilgreini afþreyingarmenningu sem vitsmunalega eða andlega, þó ákveðin lífstíll og textar/iðkun sem skapa merkinu eigi við um afþreyingarmenningu (Milestone og Meyer, 2012, bls. 2). Hugtakið afþreyingarmenning (e. popular culture) samkvæmt Milestone og Meyer felur í sér nýtingu á ólíkum miðlum eins og útvarpi, fjölmiðlum, kvikmyndum, sjónvarpi og veraldarvefnum. Hægt er að sýna fram á hvernig kyngervi er framleitt, sett fram og neytt af afþreyingarmenningunni og hvernig sú uppbygging býr til kynjaða sjálfmynd hjá áhorfendum (Milestone og Meyer, 2012, bls. 1). Afþreyingarmenning í skilgreiningu Milestone og Meyer (2012) bendir til þess að fjöldi fólks njóti og nýti sér hana, það er að afþreyingarmenning gengur út á að vera vinsæl og ná til fjöldans til þess að gróði verði á framleiðslu hennar (bls. 3). Oftar en ekki er lítið niður á afþreyingarmenningu þar sem hún er dæmd sem yfirborðskennd, einföld/einfeldinsleg auk þess sem gróði stýri hvað er í framboði frekar en gæði eða hæfileikar. Þó verður að hafa í huga þegar fjallað er um afþreyingarmenningu hversu margir njóta hennar, það er ekki að ástæðulausu að afþreyingarmenning er vinsælli en hámenning, það er að segja ópera, leikhús og rit fornra heimspekinga (Milestone og Meyer, 2012, bls. 3).

Pólitík og hugmyndafræði hefur áhrif á afþreyingarmenningu og fræðimenn hafa mismunandi skilgreiningar og skoðanir á áhrifum afþreyingarmenningar. Samkvæmt Milestone og Meyer (2012) vilja John Fiske (1989) og Paul Willis (1990) meina að afþreyingarmenning gefi valdið til þeirra sem á hana horfa þar sem alþýðunni er gert hærra undir höfði en valdastéttinni. Theodor Adorno og Max Horkheimer (1993) halda því þó fram að afþreyingarmenning sé íhaldssöm og hafi hag þeirra sem framleiða sjónvarpsefnið í forgangi, afþreyingin haldi ákveðnum forréttindastaðali með því að dáleiða fjöldan og vinna að því að gera kapítalísma eðlilegan og jákvæðan. Milestone og Meyer (2012) renna stöðum undir hugmyndir Adorno og Horkheimer um samvinnu og áhrifamátt kapítalísma og afþreyingarmenningar. Fyrir marxista er afþreyingarmenning og fjölmiðlar helsta afl hugmyndafræðinnar þar sem fjölmiðlarnir eru í eigu valdastéttarinnar og jafnframt stjórnað af

henni. Fjölmiðlar framleiða táknrænt efni, yfirfullt af skilaboðum sem neytendur sjá heiminn í gegnum og sem síðar stjórnar skoðunum neytenda (Milestone og Meyer, 2012, bls. 17). Út frá hugmyndum Gramsci kom Stuart Hall (1982) með þá hugmynd að afþreyingarmenning sé pólitísk og beri með sér valdataeki eins og hugmyndafræði og orðræðu sem vert sé að deila um. Þeir sem stjórna afþreyingarmenningunni geta ákveðið hvaða hugmyndafræði er notuð og hvert sé stefnt, hvaða afþreyingarefni sé hleypt í gegn og hverju neitað inngöngu, hvað sé aðlagð ríkjandi hugmyndafræði og endurgert eftir réttum hugmyndum (Milestone og Meyer, 2012 bls. 5). Gramsci var fyrsti marxistinn til þess að skoða hlutverk afþreyingarmenningu og fjölmiðla í tengslum við þróun meðvitundar og sjálfsmyndar og hvernig ríkjandi stjórnarfyrríkomulag virtist vera eðlileg og óhjákvæmleg. Auk þess skoðaði hann hvernig afþreyingarmenning fyllir huga fólks af hugmyndum sem gerir því fólki erfitt að berjast gegn hugmyndum sem það er gegnsýrt af (Wilk and Cligget, 2007, bls. 99) eins og til dæmis um stöðu kynjanna, þegar kynin eru sýnd á ákveðin hátt í afþreyingarmenningunni, aftur og aftur (Andersen og Hysock, 2000).

Gaye Tuchman (1996) bendir á í grein sinni *Women's depiction by the mass media* að afþreyingarmenning brengli stöðu kvenna í samfélaginu með því að sýna konur sem annað hvort húsfreyju eða kynferðisleg viðföng auk þess sem lítið finnist af kvenkyns fyrirmyndum í henni (bls 11). Judith Williamson (1996) talar um birtingarmyndir kvenna í afþreyingarmenningu og bendir á hvernig til dæmis ástarsambönd, ástir og kynlíf séu helstu viðföng kvenna, en ekki atvinna og stjórnámál eins og hjá karlmönnum því þannig birtast kynhlutverkin skörp í afþreyingarmenningunni (Williamson, J. 1996. bls 24-25). Manneskja sem tekur þátt í að skapa afþreyingarmenninguna tekur á tvíþættan hátt í gerð menningar í gegnum orðræðu þar sem hún er um leið viðfang orðræðunnar (Björck, 2011). Menning vestrænna samfélaga felur í sér og ber með sér kynjaskekkju (e. sexism) og birtist það í afþreyingarmenningunni þegar konur eru hlutgerðar án þess að spurningamerki sé sett við það, þar sem það þykir eðlilegt (Andersen og Hysock, 2000). Samkvæmt Andersen og Hysock (2000) liggur valdið í ímyndasköpuninni, sá sem stjórnar afþreyingarmenningunni svo sem handritum og leikstjórninni stjórnar hvað er sýnt og hvernig. Mikill meirihluti þessara valdhafa eru karlmenn og því hafa konur minni áhrif á hvernig þær eru sýndar og túlkaðar.

Andersen og Hysock (2000) vilja meina að afþreyingarmenning hefur áhrif á samfélagslega mótun kyngerva. Þannig gefur afþreyingarmenningin til kynna hvernig við eigum að skilgreina okkur sjálf, þarfir okkar og sambönd. Með því að rannsaka kynjaðar ímyndir í kvikmyndum, tímaritum og söngtextum sést að þær eru víða að finna. Forsíður

tímarita sýna grannar fáklæddar konur og gefa töfralausnir hvernig lesandinn getur orðið jafnaðlaðandi í augum karlmannna og fyrirsætan. Þessar ímyndir og hugmyndir koma víða fyrir í afþreyingarmenningunni og getur haft áhrif á líf okkar og hvernig við hugsum um kyngervi okkar. Afþreyingarmenning sýnir hin hefðbundnu kynhlutverk, hefðbundnu kynferðis og kyngervis ímyndir kynjanna. Þær hugmyndir sem við höfum um hvernig kynin eiga að hegða sér og vera, fáum við héðan og þaðan úr afþreyingarmenningunni, sem skapar samfélagslegar skilgreiningar á þeim kyngervum sem þykja eðlileg. Þannig hugmyndir beina hegðun okkar og hefta í samskiptum við aðra, auk þess sem við sjáum fólk í gegnum þá síu sem samfélagið gefur okkur. Hugmyndirnar hafa líka stjórnálalega dýpt þar sem þær hafa áhrif á hvernig samfélagið virkar, hver er verðlaunaður fyrir rétta hegðun og hvernig hlutirnir eiga að vera (Andersen og Hysock, 2000).

2. Líkaminn og sjónræn nautn

2.1 Líkaminn

Susan Bordo bendir á að líkaminn er öflugt táknrænt form, yfirborð þar sem stéttarskipting, reglur og yfirnáttúrulegar (e. metaphysical) skuldbindingar menningarinnar eru til staðar og styrktar í gegnum staðfast tungumál líkamans. Líkaminn getur virkað sem samlíking fyrir menninguna. Líkaminn er eins og Bourdieu og Foucault hafa haldið fram hentug staðsetning samfélagslegrar stjórnunar, þar sem venjulegar rútínur eins og klósettvenjur og borðsiðir mótar menningu líkamans (Bordo, 1989).

Naomi Wolf (1991) bendir á að síðastu áratugum hafa konur verið að brjóta niður valdamúrinn (e. powerstructure) á meðan átröskunarsjúkdómar og lýtaaðgerðir hafa aldrei verið vinsælli. Á þeim tíma hefur borið á aukinni eyðslu neytenda, klám aukist í fjölmiðlum og þrjátíu og þrjú þúsund konur sögðu rannsakendum að þær vildu frekar missa tíu til fimmtán pund en ná einhverju öðru markmiði. Konur hafa aldrei átt jafn mikinn pening og haft jafn mikil völd og í dag en þær virðast samt vera óhamingjusamari með líkama sinn en nokkru sinni áður. Wolf talar um að rannsóknir sýni að skipulögðu, aðlaðandi, framakonurnar eigi sér skuggahlið sem eitri frelsi þeirra, en það er líkamleg þráhyggja, sjálfhatur, hræðsla við að eldast og óskýrar hugmyndir um fegurð sem er rótin að óhamingju þeirra (bls. 10). Wolf útskýrir þessa óhamingju og fegurðarþráhyggju sem pólitískt stjórnæki gegn framþróun kvenna. Þannig kemur Wolf með hugtakið fegurðargoðsögnin (e. the beauty myth) sem segir frá óbeinni valdbeitingu sem konur verða fyrir, til að mynda í auglýsingum

snyrtivöruframleiðenda, þar sem fyrirsæturnar eru bæði grennri en hin venjulega kona auk þess sem þær eru settar fram sem kynferðisleg viðföng (Wolf, 1991, bls 11). Andersen og Hysock (2000) benda á rannsókn⁴ sem gerð hefur verið um birtingamyndir kvenna í afþreyingarmenningu þar sem líkamar kvenna hafa verið hlutgerðir kynferðislega. Til dæmis í auglýsingum þar sem líkamar kvenna og þá sérstaklega brjóst þeirra eru notuð til þess að selja hvað sem er, allt frá hárvörum yfir í bíla. Ofurkynferðislegar (e. hypersexualized) konur eru algeng sjón í tónlistarmyndböndum og tölvuleikjum. Rannsóknin sýndi að þessi kynferðislega notkun á kvenlíkamanum og sú ofuráhersla sem líkaminn hefur í afþreyingarmenningunni hafði neikvæð áhrif á líkamskynjun kvenna almennt (Andersen og Hysock, 2000, 63).

Butler (1990) bendir á að tengsl líkamans og orðræðunnar sé ekki hægt að aðskilja, engin líkami mun komast í gegn án þess að ekki þurfi að móta hann á nokkurn hátt. Kyngerva orðræðan er í sífelldri mótun og þróun og þannig er kyngervið alltaf leikþáttur. Því er engin ákveðin kjarni í kvenleika og karlmennsku og þannig er fólk fast í þróun. Þar kemur hugtak Butler *the heterosexual matrix* inn í orðræðuna sem er sá rammi sem kyngervaleikritið gerist inn í. Matrixið býr til skema fyrir kyngervið út frá tvíhyggjunni hugur/líkami þar sem karlmennska speglar karlmanninn og kvenleikinn speglar konuna. Þessi skema gerir það að verkum að fólk verður að velja það kyngervi sem samfélagið hefur samþykkt (Björck, 2011). Við það að taka rými (e. claim space) í afþreyingarmenningunni er konan að opna sig fyrir hinu karllæga augnaráði og aganum sem honum fylgir sem dregur konuna aftur inn í *the heterosexual matrix*. Þó reynt sé að taka rýmið með sjálfsöruggi þá þarf manneskjan að hafa sterkan aga og reyna að ná fullkomnun, kvenkyns listamenn þurfa að fjarlægjast hið kvenlega norm um að fela sig og taka lítið pláss hvort sem er á sviði eða af því. Þó það virðist vera flott, frábært og sjálfstýrjandi þegar kona tekur pláss á sviðinu þá virkar það líka hlutgerandi þar sem áhorfandinn er yfirleitt hluti af hinu karllæga augnaráði (Björck, 2011) sem fjallað verður betur um í næsta kafla.

⁴ Fjallað var um rannsóknina í Ward, L. Monique, Ann Merriwether and Allison Caruthers. (2006). Breast are for men: Media, masculinity Cideologies, and Men's beliefs about woman's bodies. *Sex Roles* 55: 703-714.

2.2 Sjónræn nautn

Augnaráðið (e. the gaze) er athyglisvert hugtak sem hefur verið mótað af Foucault þar sem hann bendir á að augnaráðið sé leið til þess að hafa stjórn með því að horfa og fylgjast með, eins hafa Laura Mulvey (2003) og Iris Marion Young (1989) unnið með hugtakið út frá hugmyndum Foucault. Með augnaráðinu er náð stjórn á milli þess sem horfir og þess sem horft er á. Femíniskir fræðimenn hafa bent á að konur láta stjórnast af augnaráði feðraveldisins sem hefur áhrif á sjálfsmynd þeirra og hegðun. Augnaráðið getur verið uppspretta þess hvernig konur upplifa sig sem hlutlæga og hálfgerða hluti sem kemur fram í hvernig þær skynja rými og hreyfa líkama sinn (Björck, 2011).

Foucault (1977) skrifaði um alsæi (e. panopticism) í bók sinni *Death and punishment, the birth of prison*, sem lýsir þeirri upplifun fangans að vera ávallt undir eftirliti, án þess að sjá sjálfur. Ef byggt væri hringlaga fangelsi með varðturn í miðjunni, þar sem glerveggur vísaði fram svo fangaverðirnir gætu ávallt séð hvað fangarnir athæfðust en fangarnir sæu ekki hvenær og hvort fangaverðirnir væru að fylgjast með þeim. Þannig myndu fangaverðirnir hafa vald á föngunum, svo sá sem sér ekkert er alltaf undir eftirliti á meðan engin sér þann sem horfir (Foucault, 1977, bls 200-202). Þannig er:

sá sem er kynntur fyrir sviði sjáanleikans, og veit af því, tekur ábyrgð á því að stjórna valdinu þar sem hann leyfir föngunum að leika tilviljunarkennt. Hann vinnur með valdatengsl þar sem hann leikur á sama tíma bæði hlutverkin, sjáandi og að vera séður. Hann verður meginregla eigin undirgefni⁵ (Foucault, 1977, bls. 202-3).

Foucault sá fyrir sér að alsæið myndi koma stjórn á fangana þar sem fangarnir myndu sjálfir sjá um að bæta sig og aðlagast samfélaginu, án þess að vera beittir ofbeldi af fangavörðunum (Björck, 2011).

Laura Mulvey (2003) talar um sjónræna nautn kvikmyndanna og óafvitandi hættuheim sem þær framkalla þar sem kvikmyndin svars gláppörf áhorfandans en nautn felst í því að horfa. Ótrúlegt er að í kvikmyndinni leynist „dulin heimur laumulegs eftirlits“ (bls. 332) sem leikarinn veit ekki af. Kvikmyndin gefur þá talsýn að áhorfandinn sé að fylgjast með í

⁵ He who is subjected to a field of visibility, and who knows it, assumes responsibility for the constraints of power; he makes them play spontaneously upon himself; he inscribes in himself the power relation in which he simultaneously plays both roles; he becomes the principle of his own subjection (Foucault, 1977, bls. 202-3).

gegnum glugga og kitlar þannig „gægjuóra áhorfandans“ (bls. 333). Þó Mulvey tali um kvikmyndir er hættulaust að stækka hugtakið aðeins og tala um afþreyingarmenningu í staðinn (Mulvey, 2003, bls 332-3). Mulvey (2003) bendir á að þar sem jafnrétti kynjanna hefur ekki verið náð, hvort sem er í samfélaginu eða afþreyingarmenningu greinir Mulvey (2003) glápnautnina í andstæðurnar virkni/karlkyn og óvirkni/kvenkyn þar sem „hið ráðandi karllega augnaráð varpar órum sínum á ímynd konunnar sem mótuð hefur verið eftir því“ (Mulvey, 2003, bls 334). Konan er sýningargripur í kvikmyndum þar sem hún er tákngerð sem sjónræn og kynferðisleg áhrif á áhorfendur, sviðsett sem kynferðislegt viðfang þar sem hún er tiltæk fyrir karlmanninn ef hann vantar (Mulvey, 2003, bls 334). Þannig er:

Ímynd konunar sem (óvirkur) efniviður (hins virka) augnaráðs karlsins eykur merkinguna með því að færa hana inn í formgerð framsetningarinnar en það endurspeglar kröfur og hugmyndafræði miðlunarformsins sem er feðraveldinu mest að skapi, þ.e. tálsýnar frásagnarkvikmyndarinnar (Mulvey, 2003, bls 340).

E. Ann Kaplan (2000) talar um að konur í bíómyndum séu ekki merkingaberar alvöru kvenna heldur hafa þær verið gerðar að táknum sem merkir eitthvað í ómeðvitund karla (e. male unconscious). Freudísku hugtökin gláphneigð (e. voyeurism) og skurðgoðadýrkun (e. fetishism) hafa verið notuð til þess að fá úr því skorið hvað konur standa fyrir í kvikmyndum og þau áhrif sem gláp karla á konur á skjánum hefur á karlkyns áhorfendur. Áhorfandinn er í stöðu gláparans, þegar kynlífsatriði eru á skjánum, en atriði með konum eru gerð kynþokkafull (e. sexualized) hvað sem konan er að gera í myndinni. Þessi leið að gera konur kynferðislegar í myndum kemur til vegna ákveðinnar leiðar sem kvikmyndasamsteypan (e. the cinema) er byggð í kringum þrjár gerðir karlkyns augnaráðs (e. male gaze). Sú fyrsta er sjónarhorn kvikmyndatökuvélarinnar þegar verið er að taka upp myndina (bls. 120), þó það sé skilgreint hlutlaust þá er það hluti af gláphneigðinni og vanalega karlkyns þar sem það er yfirleitt karlmaður sem stjórnar upptökuvélinni. Síðan er það augnaráð karlsins sem er inn í sögunni, augnaráð hans hlutgerir konuna og síðast en ekki síst er það augnaráð hins karlkyns áhorfanda sem endurtekur augnaráð kvikmyndaupptökunnar og hins karlkyns leikara (bls. 121). Kaplan (2000) bendir á að konur sem konur eru oftast en ekki til staðar á skjánum, það er að segja að konur fá sjaldnast að vera konur í kvikmyndum út frá þeim sjálfum, sem sagt ekki undir áhrifum hins karllæga augnaráðs (bls. 122).

Young (1989) komst að því að augnaráðið væri stærsta uppspretta spennu milli áhorfanda og viðfangs með þeim afleiðingum að konur skynja rými og líkama sína á bjagaðan hátt. Orðræða tengir líkamann við hugmyndir um val, sjálfstæði og sjálfstyrking. Bordo

bendir á tengsl kapitalismans við augnaráðið, hvernig konur eiga að breyta sér og bæta með hjálp neyslunnar, til dæmis á snyrtivörum og hátískufatnaði (Björck, 2011).

3. Birtingarmynd líkamans í afþreyingarmenningu

Rosalind Gill (2007) tekur fyrir birtingarmyndir kvenna í fjölmiðlum og afþreyingarmenningu út frá gagnrýni póstfemínista á afþreyingarmenningu. Póstfemínismi felur til að mynda í sér að það sé í lagi að birta kynjaðar ímyndir sem grín og koma með kynjaða brandara þar sem fólk veit að það er grín af því að í samtímanum er jafnrétti milli kynjanna. Þannig er í lagi að kvenleikinn sé líkamleg eign (e. bodily property) og áherslan á sjálfefirlit og eftirlit og aga, áhersla á einstaklingshyggju, val og sjálfstyrkingu auk þess sem hugmyndir um náttúrulega kynferðislegan mun eru taldar eðlilegar í afþreyingarmenningu. Það sama má segja um kynlífsvæðingu menningarinnar og áhersluna á kynjaskekkju neysluhyggjunnar og viðskiptavæðingarinnar. David Gauntlett (2002) talar um að eftir því sem öfgarnir verða meiri því fyndnara verður grínið, til dæmis þar sem kynjaskekkja (e. sexism) er byggð á því að það er kjánalegt að vera með kynjafordóma (e. sexist) (Gill, 2007).

Það er erfitt að ímynda sér annan hóp en konur sem eru hlutgerðar á kerfisbundinn hátt og ráðist á í samfélaginu án þess að eitthvað sé gert í því sem gefur til kynna styrk kaldhæðinnar. Tilraunir til þess að gagnrýna afþreyingarmenninguna, áhrif hennar og birtingarmyndir viðfanga hennar verður til þess að þau sem gagnrýna eru dæmd sem ljót, vitlaus eða fulltrúar femínisku hugsunarlögreglunnar (e. feminist thought police) (Gill, 2007). Húmor Óskarsverðlaunahátíðarinnar 2013 er ágætis dæmi um þá hugmynd að ekki eigi að taka konur alvarlega, hvað þá leikkonur þar sem líkami þeirra eiga meira upp á pallporð fréttapula og þáttakynna en persónur þeirra eða hlutverk. Lagið *we saw your boobs* var byrjunaratriði kvöldsins þar sem kynnir hátíðarinnar Seth MacFarlane söng „*in the movie that we saw, we saw your boobs*“ og svo taldi hann upp nokkrar leikkonur sem hafa berað brjóst sín í kvikmynd og þeim kvikmyndum sem brjóstin sjást í. Eftir þetta atriði logaði veraldarvefurinn þar sem fólk fór að segja sína skoðun á atriðinu. Að sjálfsögðu voru einhverjir sem þóttu atriðið fyndið og voru ósáttir með að aðrir gætu ekki bara tekið þessu eins og öðru gríni. Þannig fengu þau sem gagnrýndu atriðið háð fyrir að hafa ekki húmor, vera leiðinleg og að gera vandræði úr engu. *We saw your boobs* atriðið var líka gagnrýnt fyrir að fara yfir strikið. Það að gera að aðhlátursefni listræna sköpun þar sem leikkonurnar gera sig berskjaldaðar fyrir hinu karllæga augnaráði með því að afklæðast fyrir framan myndavélina þóttu mörgum ósiðsamlegt og niðurlægjandi. Með lagi sínu gerði MacFarlane hina nakta

líkama leikkvennanna að aðalefni sínu en ekki leikkonurnar sjálfar, hvorki þær né kvikmyndirnar skiptu máli, bara nekt þeirra eins og Amy Davidson (2013) bendir á í grein sinni í *New Yorker* nokkrum dögum eftir Óskarsverðlaunaafhendinguna:

Konurnar voru ekki að sýna líkama sína til þess að skemmta Seth MacFarlane heldur, frekar, til þess að sinna starfi sínu. Eða héldu þær að þær væru að vinna alvarlega vinnu? Þið stelpur haldið að þið séuð að skapa list, en Akadémían, í gegnum MacFarlane, virðist segja, en við allir – og „við” var algerlega karlkyns – fengum ykkur til þess að fara úr fötunum⁶ (Davidson, 2013, 25. febrúar).

Fjölmiðlar og afþreyingarmenning eru samofin feminískri hugmyndafræði þar sem megnið af feminískri umræðu gerist í fjölmiðlum en ekki fyrir utan þá. Þó er ekki hægt að ganga svo langt að segja að fjölmiðlar séu ósjálfrátt með feminísk viðhorf, þar sem fjölmiðlarnir sýna dag hvern að þeir eru það ekki með ýmsum ófeminískum vinnubrögðum. Það sem gerir afþreyingarmenningu póstfeminíska frekar en eitthvað annað er blanda feminískra og andfeminískra viðhorfa í afþreyingarmenningunni (Gill, 2007). Bridget Jones's Diary er gott dæmi um þetta, Bridget er sýnd sem sjálfstæð kona og eðlilegt þykir að fylgjast með henni grenna sig og vinna að því að gera sig sæta til þess að kynnast hinum fullkomna manni. Oftar en ekki í afþreyingarmenningu er ráðist að feminísma eða hann hunsaður en um leið tekið sem sjálfsögðum hlut þar sem konur eru hvattar áfram með hugtökum eins og *girl power* og *you can do it* en um leið með þessa sterku áherslu á að valdið felist í kynferðislegu útliti og hegðun (Gill, 2007).

Samkvæmt Gill (2007) er póstfeminísk afþreyingarmenning mjög upptekin af líkamanum, svo mjög að kynþokkafullur líkami er að mörgu leyti eini þátturinn í að skapa sjálfmynd kvenna. Líkaminn er sýndur sem ástæða sjálfstyrkingar (hárlitur, andlitsmálning, brjóstastækkun), allt til þess að sækjast eftir og fá völd bæði yfir líkamanum og í samfélaginu þó alltaf undir eftirliti og í kapphlaupi við að þóknast þeim gagnrýniströddum sem gagnrýna líkamann. Mörg dæmi eru um þetta, heilu þáttaraðirnar í sjónvarpi þar sem einhver aðilli tekur konur í einhverskonar *makeover* (*What not to wear*, *Nýtt útlit*) þar sem gert er lítið úr því hvernig þær líta út, hegða sér og hvað þær eiga og tilraun gerð til þess að breyta því öllu. Það

⁶ The women were not showing their bodies to amuse Seth MacFarlane but, rather, to do their job. Or did they just think they were doing serious work? You girls think you're making art, the Academy, through MacFarlane, seemed to say, but all we—and the “we” was resolutely male—really see is that we got you to undress (Davidson, 2013, 25. febrúar).

sem venjulegar konur, jafnvel þó þær taki þátt í *makeover* þátt ganga í gegnum er þó lítið miðað við kvikmyndastjörnur sem eru undir smásjá glanstímarita og *paparazzi* ljósmyndara þar sem sett er út á ólíklegustu hluti eins og hláturhrukkur og líkamshár. Hugmyndin um að konur séu frjálsar til þess að gera það sem þeim hentar á þeirra eigin forsendum út frá þeirri hugmynd að konan er ekki lengur ójöfn karlmanninum er þægileg og sjálfstýrjandi en raunveruleikinn endurspeglar hana ekki (Gill, 2007).

Gill (2007) beinir athygli sinni að glanstímaritum og fjallar um mismun á milli þess hvernig skrifað er um kynlíf í kvenna og karla tímaritum. Að hennar mati er talað af léttleika og á ungdómslegan hátt um hvern best er að njóta sín við samfarir í tímaritum fyrir karlmenn á meðan kvennatímaritin tala um kynlíf út frá því sem stúlkur þurfa að gera og vera til þess að standa í nánnum samböndum, bæði þurfa þær að passa upp á að þóknast manninum auk þess að brjóta ekki sjálfstraust hans. Eins var mikið rætt um að sporna gegn getnaði og kynsjúkdómum. Eins eru karlmenn birtir sem flóknar tilfinningaríkar verur í kvennatímaritunum á meðan konur voru birtar á hlutgerðan hátt sem kynferðisleg viðföng í karlatímaritum (Gill, 2007). Imelda Whelehan (2000) talar um áhrif tímarita fyrir karlmenn eins og *Loaded*, *FHM* (*For him magazine*) og *Maxim*, þar sem hún bendir á að þó tímaritin og innihald þeirra hafi ekki bein áhrif á lesendur þá smitist viðhorfið hægt út í menninguna og vinni gegn jafnrétti kynjanna (Gill, 2007). Þegar tímarit ætluð körlum til afþreyingar eru uppfyll af nöktum konum og kynjaskekkju (e. sexism) þá bendir það til þess að undirlægni kvenna sé eðlileg afþreying (Gauntlett, 2002, bls 164). Eins benda Gill (2007) og Debra Merskin (2004) á alvarleika tískubylgjunar sem lengi hefur verið vinsæl að barngera leik- og söngkonur á kynferðislegan hátt og vinsældum þess að selja varning svo sem föt og leikföng nátengd klámvæðingunni til barna. Hægt er að finna í verslunum föt áætluð ungum stúlkum (undir 12 ára) merkt playboy kanínunni, með áletrun svo sem *wink, wink, spank me* og *eye candy* sem virðist benda til að þau börn sem klæðast þessum fötum séu á einhvern hátt leyfileg kynferðisleg viðföng (Gill, 2007. Merskin, 2004).

Debra Merskin (2004) rannsakaði áhrif Lolitu einkennisins, það er ástæðu þess að ungar stúlkur séu gerðar að kynferðislegum viðföngum, hvort sem er í afþreyingarmenningu eða söluvarningi, með kynferðislegum áletrunum ætluðum ungum stúlkum (Merskin, 2004). Lolitu hugtakið á rætur að rekja til samnefndrar skáldsögu sem segir sögu af fullorðnum manni sem verður ástfangin af 12 ára stelpu. Bókin hefur tvisvar verið gerð að kvikmynd og Lolitu hugtakið hefur lifað vel sem hugtak um ungar stelpur sem táldraga eldri menn, oft notað sem skýring eða afsökun fyrir kynferðislegri áreitni í garð ungra stúlkna, það að hún vildi eða gaf undir fótin sem réttlætir áreitnina (Nabokov, 2002). Merskin (2004) bendir á að

áhrif Lolitu hefur smitast í alla anga afþreyingarmenningar og er til dæmis trend að klæða konur *niður* en stelpur *upp*, það er að segja að konur eigi að bera með sér hið barnalega sakleysi á meðan ungar stelpur eigi að hafa hin kynferðislega líkama. Þessi leið afþreyingarmenningarinnar snýst ekki bara um að gera viðföngin kynferðisleg heldur um vald, að sýna konur og stelpur sem sitthvora hliðina á sama peningnum. Augnaráðið býður upp á bæði hið saklausa og að hið fordæmda skín í gegn. Samfélagið mótar kynferðilegar langanir, það sem er leyfilegt og óleyfilegt með því að stjórna framleiðslu á menningarlegum ímyndum. Með endurtekningu verða myndirnar eðlilegar og þannig getur birtingarmyndir ungra stúlkna sem kynferðisleg viðföng ýtt undir þá hugmyndafræði að stúlkur séu leyfileg kynferðisleg viðföng í samfélaginu. Merskin vill meina að skilaboðin frá auglýsingum og afþreyingarmenningu eru að konur skuli alltaf vera til í tuskið (e. sexually available), að kynferðisleg áreitni sé í lagi auk þess að eðlilegt sé að einhver drottni yfir þeim. Að afþreyingarmenning komi með þau skilaboð að eðlilegt sé að þær séu kynferðisleg viðföng þar sem augnaráð karla sé ávallt kynferðislegt. Hið karllæga augnaráð höfðar til ákveðinnar þráa þar sem hægt er að sjá það sem er óleyfilegt við kvenlíkamann en um leið er séð til þess að kvenlíkaminn er sýndur á þann hátt að augnaráðið sjái það sem það þráir (Merskin, 2004). Gill (2007) tekur undir svipaða strengi og Merskin (2004) og bendir á að auglýsingar sem andsvar við ásökunum femínista um að sýna konur á hlutgerðan hátt hafa búið til nýja ímynd til að selja ungum konum, ímynd hinar frjálsu konu sem leikur sér með kynferðislegt vald sitt og stjórnar þannig umhverfi sínu. Hilary Radner (1993) kom með hugtakið *technology of sexiness* þar sem kynferðisleg kunnátta og kynlíf eru miðlæg í vitund nútíma kvenleika. Eins er það birtingarmynd valds frá hinu karllæga ytra augnaráði yfir í *self policing narcissistic gaze*. Gill (2007) vill meina að þetta augnaráð bæði sýni meira og dýpra en hlutgerving hins karllæga augnaráðs. Augnaráðið hefur áhrif á huglægni (e. subjectivity) sjálfssins og hefur því valdið áhrif innan frá frekar en að koma utan frá eða að ofan. Konur eru því hvattar til þess að verða ákveðin útgáfa af sjálfum sér og ástand þar sem atbeini er notað til þess að byggja ímynd sem minnir sterklega á klámímynd hinnar fullkomnu konu hins gagnkynhneigða karlmanns (Gill, 2007).

Sjónvarpsþátturinn *Girls*

Tvær seríur eru til af þáttaröðinni *Girls* (Dunham, 2012), en þættirnir frá upphafi fyrstu seríu hafa valdið miklum usla. Þættirnir *Girls* segja frá fjórum vinkonum í New York, Brooklyn sem eru að reyna að finna sig í landi fullorðna fólksins. Þær eru allar milli 22 ára og 24 ára og eru að reyna að láta drauma sína rætast. Hannah aðalkarakterinn er leikin af leikstjóranum og

höfundi þáttanna, Lenu Dunham og er oft lýst í þáttunum sem manneskju sem hugsar bara um sjálfan sig og sé einstaklega illa undir það búin að sjá um sjálfan sig eins og fullorðin manneskja. Hannah sem persóna er þó drifkraftur þáttanna þar sem hún gerir nokkurnveging hvað sem er fyrir reynsluna því draumur hennar er að skrifa ritgerðir um það sem gerist í lífi hennar. Hannah á þrjár vinkonur, æskuvinkonuna Marnie og frænkurnar Jessa og Shoshanna, allar eru þær mismunandi persónuleikar og eiga misvel samleið í gegnum þáttaraðirnar. Mikið hefur verið skrifað um þættina og eru sumir mjög fegnir opinskárra og hrárra umræðu um kynlíf, kynsjúkdóma og erfiðleika þess að koma sér á framfæri og móta framtíð sína þegar maður er ungur, vitlaus og að reyna að upplifa allt sem maður á að upplifa fyrir þrúgt. Á meðan gagnrýnisraddirnar hafa bent á að þótt þættirnir virka opinskáir þá er Hannah í raun eina manneskjan sem maður sér nakta, og í viðkvæmu ástandi (Goodman, 2013).

Mikið af skemmtilegum athugasemdum er að finna á veraldarvefnum um háttsemi sköpunarverks Lenu Dunham, Hannah, og eru þau mismunandi jákvæð en beinast flest að þeirri gleði sem Dunham virðist fá við það að sýna líkama sinn. En það líður næstum ekki þáttur án þess að áhorfendur sjá brjóst Hannah eða aðra nakta líkamsparta eins og sjá má á fréttáflutningi um þáttinn:

Girls stjarna/höfundur/framleiðandi, 26 ára Lena Dunham, sjúklegur striplingur (e. pathological exhibitionist), hefur gefið nýja merkingu fyrir *ég er kona, heyrðu öskur mitt*. Það er ekki á hverjum degi í sjónvarpsheimi anórexískra leikkvonna með gervibrjóst, að kona með stór læri, mjúka bakhlið og lítil brjóst finnst hún þurfa að sýna sig í allri sinni dýrð⁷ (Stasi, 2013).

Howard Stern náði að slá aðdáendur Lenu Dunham og *Girls* með ummælum sínum í útvarpsþætti sínum þar sem hann segir:

Hún er lítil feit stelpa sem lítur næstum út eins og Jonah Hill og hún er alltaf að fara úr fötunum og það er eins og nauðgun [fyrir mig að sjá það]. Hún lítur út – það er eins og – ég vill ekki sjá það, sagði Stern⁸ (Daily Mail reporter, 2013).

⁷ “Girls” star/writer/producer, 26-year-old Lena Dunham, a pathological exhibitionist, has given new meaning to “I am woman, hear me roar.” It’s not every day in the TV world of anorexic actresses with fake boobs that a woman with giant thighs, a sloppy backside and small breasts is compelled to show it all (Stasi, 2013).

⁸ „It’s a little fat girl who kinda looks like Jonah Hill and she keeps taking her clothes off and it kind of feels like rape. She seems -- it’s like -- I don’t want to see that,” Stern said” (Daily Mail reporter, 2013).

Eftir þessi ummæli fóru ummælin „Stern kallaði Dunham litla feita stelpu”⁹ hratt um veraldarvefinn. Aðdáun vakti þó hvernig Lena Dunham tók þessum ummælum en hún sagði í útvarpsþætti:

en hann [Stern] sagði svolítið sem er svo fyndið að ég vil fá það á legsteininn minn: „hamingjuóskir til hennar (Dunham). Það er svo erfitt fyrir litlar feitar stelpur að láta eitthvað ganga þessa dagana.” Svo ég vil að það standi á legsteininum mínu „hún var lítil feit stelpa og hún lét það ganga.”¹⁰ (Kirby, 2013).

Þættirnir *Girls* (Dunham, 2012) eru ágætis dæmi um birtingamyndir kvenna í afþreyingarmenningu. Í *Girls* (Dunham, 2012) eru ýmsar gerðir kvennfólks þrátt fyrir að flestar falli þær undir fegurðarstaðla Hollywood að vera grannar og sætar, þó allar hafa þær sterka persónuleika á sinn hátt. Hannah er þó undantekningin þar sem Lena Dunham er með lítil brjóst, kvenlegt mitti og smá bumbu, stutt hár og skrýtin fatasmekk (Dunham, 2012).

4. Niðurlag

Í þessari ritgerð hefur verið rætt um samspil afþreyingarmenningar og valds út frá femínískum hugmyndum til þess að sýna fram á að afþreyingarmenning hefur áhrif á kynjaskekku í samfélaginu. Með því að búa til kenningaramma úr femínisma og marxisma auk þess að taka fyrir skilgreiningar á menningu, afþreyingarmenningu og valdi þá hef ég vonandi náð að skapa sýn sem sýnir að einhverju leyti hvernig afþreyingarmenning hefur áhrif á samfélagið. Til að mynda hvernig hugmyndafræðilegt forræði í tengslum við feðraveldi, orðræðu og hið karllæga augnaráð hefur áhrif á það að samfélagið í heild finnst eðlilegt að það sé ríkjandi í samfélaginu, þar sem það þekkir ekkert annað. Gagnkynhneigt karllægt forræði er ríkjandi í afþreyingarmenningunni þar sem karlar hafa oftast en ekki völdin. Það þarf því ekki að undra að hið karllæga augnaráð er ríkjandi í afþreyingarmenningunni. Þannig hafa þeir tækifæri til þess að búa til kvenímynd sem þóknast þeim og birta hana í afþreyingarmenningunni, aftur og aftur (Andersen og Hysock, 2000). Eins og Andersen og Hysock (2000) benda á þá ber hið

⁹ „Stern called Dunham ‘little fat girl/chick’” Það er mismunandi eftir heimildum hvort Stern sagði girl eða chick.

¹⁰ „But he did say something that is so funny that I wanna get it on my gravestone: 'Congrats to her (Dunham). 'It's so hard for little fat chicks to get anything going these days,' she said, 'I want my gravestone to say, 'she was a little fat chick and she got it going'“ (Kirby, 2013).

vestræna samfélag með sér kynjaskekkju vegna hins hugmyndafræðilega forræðis og feðraveldisins sem síast hefur í samfélagið með orðræðunni, sem kemur til að mynda frá afþreyingarmenningunni. Auk þess sem afþreyingarmenningunni hjálpar til að halda við orðræðunni og stjórna henni.

Eftirlit sem Foucault (1977) lýsir, eða stanslaus vitund um að einhver gæti verið að fylgjast með hlýtur að hafa áhrif á manneskjuna sem er undir eftirliti. Að einhverju leyti virkar afþreyingarmenning á sama hátt og alsæið. Afþreyingarmenningin er að gefa í skyn á mismunandi skýran hátt, hvernig fólk á að klæða sig og líta út og hvaða hegðun sé í lagi. Innihald afþreyingarmenningarinnar svo sem söguþráður *chick-lit* bóka eða kvikmyndahandrit hafa vísandi skilaboð um hvernig best sé að hegða sér og líta út til þess að verða hamingjusöm og/eða ná frama (Gill, 2007). Eins spila fjölmiðlar sterkt inn í alsæisstjórnina með því að birta myndir af frægu fólk til þess að útlista galla þeirra, birta greinar um hvað best sé að gera til þess að vera hamingjusöm auk þess að útlista hvað það er að vera hamingjusöm. Þannig spilar afþreyingarmenningin með alsæið þar sem sömu skilaboð koma úr öllum áttum, allstaðar frá í öllum miðlum.

Wolf (1991) kemur með hugtakið fegurðargoðsögnin (e. the beauty myth) þar sem fegurðin og útlit er notað sem stjórnþæki. Wolf talar um að konur verði fyrir óbeinni valdbeitingu frá afþreyingarmenningunni þar sem konur eru sýndar út frá áherslum á útlit og fegurð. Bæði Wolf (1991) og Andersen og Hysock (2000) vísa í rannsóknir þess efnis að konur eru hlutgerðar í afþreyingarmenningunni á ýmsa vegu og að það hafi áhrif á upplifun kvenna á líkómum sínum og sjálfsmynd þeirra, oftast en ekki á neikvæðan hátt.

Mulvey (2003) og Kaplan (2000) sýna fram á hvernig konan birtist í afþreyingarmenningunni út frá hinu karllæga augnaráði þar sem hún er sýnd sem kynferðislegt viðfang og oft án þess að vera nokkuð annað. Gill (2007) benti á að ákveðin sjálfstyrkin væri flækt í orðræðuna þar sem konum væri sýnt að þær hefðu vald með kynferði sínu og gætu því notað kynferðislega hegðun sem valdbeitingartæki til þess að fá völd sjálfar. Merskin (2004) bendir síðan á þau skilaboð sem afþreyingarmenningin er að senda, það að eðlilegt sé að konur og ungar stúlkur séu kynferðisleg viðföng og að það sé sú leið sem þær eigi að nýta sér til þess að ná völdum, þar sem augnaráð karla er ávallt kynferðislegt.

Sjónvarpsþátturinn *Girls* (Dunham, 2012) tók ég fyrir í þessari ritgerð sem dæmi um afþreyingu sem virðist ekki vera eins umvafin hinu karllæga augnaráði þar sem leikstjórinn og framleiðandinn er kvenkyns og aðalleikkona þáttanna. Eins er hún, Dunham ekki hin hefðbundna kvenkyns leikkona sem áhorfendur eru vanir að sjá nakta á skjánum. Bæði er hún lágvaxin og þybbin út frá þeim staðli sem hin kynferðislega kona er yfirleitt mæld út frá. Þá

eru kynlífsatriðin sem eru nokkur í þáttaröðunum allra jafna órómantísk og oftár en ekki klaufaleg. Þannig vildi ég enda ritgerðina á jákvæðu nótunum þar sem hið póstmóderníska umhverfi gefur leyfi fyrir breytingar og umbætur svo konur jafnt sem karlar nýta sér vonandi til þess að gera veröldina að betri stað til þess að vera á og njóta afþreyingarmenningarinnar.

Heimildaskrá

- Andersen, M., og Hysock, D. (2000). *Thinking about women: Sociological Perspectives on Sex and Gender*. Boston: Allyn & Bacon.
- Adorno, T. og Horkheimer, M. (1993). The culture industry: enlightenment as mass deception. Í Doring, S. (ritstjóri), *The cultural studies reader*. London: Routledge.
- Ardener, E. (1975). Belief and problem of women. Í Ardener, S. (ritstóri), *Perciving women* (bls. 1-17). London: J.M. Dent and Sons, Ltd.
- Ardener, S. (1975). Introduction. Í Ardener, S. (ritstóri), *Perciving women* (bls. Vii-xxiii). London: J.M. Dent and Sons, Ltd.
- Beauvoir, S. de. (1997 [1949]). *The second sex*. United Kingdom. Vintage.
- Bourdieu, P. (1990). *The logic of practice*. Nice, R. (þýddi). Stanford: Stanford University Press.
- Bordo, S. (1989). The Body and the reproduction of femininity: a feminist appropriation of Foucault. Í Jaggar, A. M. og Bordo, S. (ritstjórar), *Gender/Body/Knowledge: Feminist reconstructions of Being and Knowing* (bls. 13-33). New Brunswick: Rutgers UP.
- Björck, C. (2011). *Claiming space: discourses on gender, popular music, and social change*. Göteborg: Academy of Music and Drama. Sótt 30. Janúar 2013 af https://gupea.ub.gu.se/bitstream/2077/24290/1/gupea_2077_24290_1.pdf
- Bryson, V. (1992). *Feminist Political Theory: An introduction*. United Kingdom: Macmillan.
- Daily Mail reporter. (2013, 13. janúar). Outrage as shock-jock Howard Stern says Lena Dunham is 'little fat girl who looks like Jonah Hill' and Girls sex scenes are 'rape'. *Daily Mail*. Sótt þann 19. mars af: <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2261750/Howard-Stern-Lena-Dunham-little-fat-girl-looks-like-Jonah-Hill-Girls-sex-scenes-rape.html#ixzz2O1WtwQtx>
- Davidson, A. (2013, 25. febrúar) Seth MacFarlane and the oscars' hostile, ugly, sexist night. *New Yorker*. Sótt 16. mars 2013 af <http://www.newyorker.com/online/blogs/closetread/2013/02/seth-macfarlane-and-the-oscars-hostile-ugly-sexist-night.html>
- Dunham, L. (framleiðandi og handritshöfundur). (2012). *Girls*. United States of America. HBO.
- Fiske, J. (1989). *Understanding popular culture*. London: Unwin Hyman.
- Foucault, M. (1977). *Discipline and punish: The birth of the prison*. London: Penguin Group.
- Gauntlett, D. (2002 [2008]). *Media, gender and identity: an introduction*. London: Routledge.

- Gill, R. (2007). Postfeminist media culture: elements of a sensibility. *European journal of cultural studies*, 10 (2). Bls. 147-166. Sótt 5. mars 2013 af : [http://eprints.lse.ac.uk/2449/1/Postfeminist_media_culture_\(LSERO\).pdf](http://eprints.lse.ac.uk/2449/1/Postfeminist_media_culture_(LSERO).pdf)
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Harmondsworth: Penguin books.
- Goodman, T. (2013, 4 janúar). „Girls‘ season 2: tv review. *Hollywood reporter*. Sótt þann 19. mars af <http://www.hollywoodreporter.com/review/hbo-lena-dunham-girls-season-408357>
- Hall, S. (1982). Encoding/decoding. Í Hall, S. Hobson, D. Lowe, A. Og Willis, P. (ritstjórar), *Culture, Media, Language: Working papers in cultural studies, 1972-1979*. London: Hutchinson.
- Hall, S. (1997). Introduction. Í Hall (ritstjóri), *Representation: cultural representation and signifying practices*. London: Sage.
- Helga Þórey Björnsdóttir og Kristín Loftsdóttir (2005) „Í fréttum er þetta helst: Myndræn orðræða fjölmiðla” í *Rannsóknir í Félagsvísindum VI. Erindi flutt á ráðstefnu í október 2005* (ritstjóri Úlfar Hauksson), bls. 283-292. Reykjavík, Félagsvísindastofnun Háskóla Íslands, Háskólaútgáfan.
- Herdís Helgadóttir. (1996). *Vaknaðu kona! Barátta rauðsokka frá þeirra eigin sjónarhóli*. Reykjavík: Bókaútgáfa Skjaldborg.
- Jackson, M. (2005). *Existential anthropology, events, exigencies and effects*. New York: Berghahn books.
- Kaplan, E. A. (2000). Is the gaze male? Í Kaplan, E. A. (ritstjóri), *Feminism and film*. Great Britain: Oxford University Press.
- Kirby, I. (2013, 17. janúar). Girl power! Feisty Lena Dunham confronts Howard Stern over 'little fat chick' comments. *Mail Online*. Sótt þann 19. mars af <http://www.dailymail.co.uk/tvshowbiz/article-2263678/Feisty-Lena-Dunham-confronts-Howard-Stern-little-fat-chick-comments.html#ixzz2O1hgDsO1>
- Lewellen. T. C. (2003). *Political Anthropology. An Introduction*. London: Praeger.
- Merskin, D. (2004). Reviving Lolita? *The American behavioral scientist*, 48 (1), (bls. 119-129). Sótt þann 26. febrúar 2013 af: <http://abs.sagepub.com/content/48/1/119.full.pdf+html>
- Mulvey, L. (2003). Sjónræn nautn og frásagnarkvikmyndin. Í Guðni Elísson (ritstjóri), *Áfangar í kvikmyndafræðum* (bls. 330-341). Þýð. Heiða Jóhannsdóttir. Reykjavík: Forlagið.
- Milestone, K og Meyer, A. (2012). *Gender & popular culture*. Cambridge: Polity Press.
- Moore, H. L. (1988). *Feminism and Anthropology*. Cambridge: Blackwell.

- Moore, H. L. (1999). Whatever happened to women and men? Gender and other Crises in Anthropology. Í H.L. Moore (ritstjóri), *Anthropological theory today* (bls. 151 - 171). Cambridge: Polity Press.
- Nabokov, V.V. (2002). *Lolita*. Madrid: El Pais.
- Ortner, S. B. (1984). Theory in anthropology since the Sixties. *Comparative Studies in Society and History*, 26(1) bls.126-166.
- Radner, H. (1993). Pretty is as pretty does: free enterprise and the marriage plot. Í Collins, J., Radner, H. og Collins, A. P. (ritstjórar), *Film theory goes to the movies* (bls. 56-77). London and New York: Routledge.
- Rosaldo, M.C. (1974). Women, Culture and Society: A Theoretical Overview. Í Rosaldo, M.Z. og Lampere, L. (ritstjórar), *Woman, culture & society* (bls. 17-43). California: Stanford University Press.
- Rosaldo, M. Z. (2006). The use and abuse of anthropology: Reflections on feminism and cross-cultural understanding. Í Lewin, E. (ritstjóri), *Feminist Anthropology, a Reader* (bls. 107-129). Oxford: Blackwell.
- Sigríður Dúna Kristmundsdóttir. (1999). 'Father did not answer that question' Power, gender and globalisation in Europe. Í Angela Cheater (ritstjóri), *The Anthropology of Power: Empowerment and Disempowerment in Changing Structures* (bls. 43-56). London and New York: Routledge.
- Stasi, L. (2013, 4. janúar). New 'girl' on top: Hannah luckier in love in season 2. *New York Post*. Sótt þann 19. mars af http://www.nypost.com/p/entertainment/tv/new_girl_on_top_mBHbR1rcwafv9yieVNDWfN
- Tuchman, G. (1996). Women's depiction by the mass media. Í Baehr, H. og Grey, A. (ritstjórar), *Turning it on: a reader in women & media* (bls. 11-15). London: Arnold.
- van Zoonen, L. (1994). *Feminist media studies*. London: SAGE Publication.
- Webb, J., Schirato, T., Danaher, G. (2002) *Understanding Bourdieu*. London: SAGE Publication.
- Whelehan, I. (2000). *Overloaded: popular culture and the future of feminism*. London: Woman's Press.
- Williamson, J. (1996). Woman is an island: femininity and colonisation. Í Baehr, H. og Grey, A. (ritstjórar), *Turning it on: a reader in women & media* (bls 24-32). London: Arnold.
- Willis, P. ásamt Jones, S. Canaan, J. og Hurd, G. (1990). *Common culture: symbolic work at play in the everyday cultures of the young*. Milton Keynes: Open University Press.

- Wilk, R. R. og Cliggett, L. C. 2007. *Economies and Cultures: Foundations of Economic Anthropology*. Cambridge, MA: Westview press.
- Wolf, N. (1991). *The Beauty myth: How images of beauty are used against women*. United Kingdom: Vintage.
- Young, I. M. (1989). Throwing like a girl: A phenomenology of feminine body comportment, motility, and spatiality. í Allen, J. og Young, I. M. (ritstjórar.), *The thinking muse: Feminism and modern French philosophy* (bls. 51–70). Bloomington: Indiana University Press.