

ce, která se za tímto obdivuhodným výsledkem skrývá a je téměř neuvěřitelné, že jde o dílo pouze jednoho badatele. Na publikacích tohoto druhu se dnes prakticky bez výjimky podílejí vždy celé početné týmy pracovníků.

Po svém kompletním vydání slovník maximálně usnadní výzkumnou práci všech těch, kteří se budou chtít analyze díla některého z uvedených sociologů věnovat podrobněji. Díky pečlivě shromážděným životopisným údajům, ale zejména díky úplné bibliografii ušetří spoustu času, který je zpravidla vždy nutné na obstarávání těchto dat vynaložit.

Slovník bude rovněž cenným příspěvkem k dějinám polské sociologie. Mozaika životních i vědeckých aktivit jednotlivých polských sociologů se skládá do určitého obrazu, který vypovídá mnohé o tom, jak se sociologie v Polsku vyvíjela, jaké v ní převažovaly teoretické a metodologické tendence, jakými tématy se hlavně zabývala, jaký byl její vztah k měnícím se společenským a politickým podmínkám, případně do jaké míry tyto podmínky sama ovlivňovala.

Slovník můžeme chápat i jako nástin osudů jedné, dosti významné složky polské inteligence v nesmírně dynamickém, na velké zvraty bohatém a mnohdy dramatickém vývoji polského národa. Přitom to byla složka, která už svým odborným zaměřením byla touto dynamikou výrazně poznamenána. Badatelé orientovanému na v Polsku tradičně tak intenzivně sledovanou problematiku funkcí a role inteligence ve společnosti skýtá slovník bohatý materiál.

Pro českého čtenáře je Winclawského slovník dalším důkazem toho, že přinejmenším od vzniku samostatného Polska v roce 1918 patří zde sociologie k nejdynamičtější se rozvíjejícím společenským vědám, že si postupně vydobyla v evropském i světovém měřítku postavení velmoci, že se vždy vyznačovala velkou vnitřní pluralitou, čemuž odpovídalo i její ideově i metodologicky rozrůzněné, intelektuálně nesmírně vyspělé i co do počtu neuvěřitelně rozsáhlé osobnostní složení. Slovník tohoto druhu můžeme našim polským kolegům pouze závidět a lze si jen přát, abychom se analogického díla někdy dočkali i u nás.

Jan Sedláček

Naomi Wolf: *Mýtus krásy*

Bratislava, Aspekt 2000, 337 stran

Ve stejném roce, kdy se na americkém knižním trhu objevil bestseller Susan Faludi *Backlash: The Undeclared War Against American Women*, byla publikována nyní již klasická kniha Naomi Wolf *Mýtus krásy*. Obě knihy mají společný jmenovatel: přesvědčení, že po výdobytcích, kterých ženy a ženské organizace dosáhly v 70. letech, došlo v osmdesátých letech k tzv. zpětné vazbě, uplatňování rozdílných přístupů k mužům a ženám a pokračující diskriminaci žen.

Wolf se ve své knize soustřeďuje na to, co bývá nazýváno „mýtem krásy“. Argumentuje, že jestliže diskriminace na základě pohlaví již není oficiálně možná a americké ženy dosáhly i určitých výdobytků v soukromé sféře, zejména v oblasti sexu, objevilo se ve společnosti omezení, které je ve svých důsledcích daleko účinnější než tradiční explicitní diskriminace – *fashion beauty complex*.

Koncept *mýtu krásy* je v knize založen na intuitivním pochopení a není přesně definován. V průběhu čtení ovšem nabírá velice konkrétní podoby. Dalo by se tedy argumentovat, že otevřenost tohoto konceptu na počátku knihy je funkční, neboť dává autorce možnost prozkoumat komplexnost celého problému bez restriktivní definice, přičemž autorka na samém počátku ozřejmuje, že nejde *pouze* o krásu jako takovou. Americká společnost si v průběhu ekonomického boomu 50. let uvědomila kupní sílu žen a jejich roli spotřebitelek. A protože ženy se víceméně vymanily ze jha „ženské mystiky“, jak ji definovala Betty Friedan, bylo nutné ženy ekonomicky spoutat jiným způsobem. Podle Wolf jsou ženy uvězněny ve vlastním těle a procesech spojených s vytvářením hodnoty ženského těla právě díky své nové ekonomické moci.

Autorka knihu člení podle oblastí, ve kterých se mýtus krásy projevuje. Jako první se věnuje sféře práce, tedy sféře, jež by měla být vůči vlivu krásy nejvíce imunní. Nicméně hodnocení ženské práce a žen samotných přenesené z „manželského trhu“ odráží fakt, že „ženská ‚krása‘ cirkuluje mezi muži jako forma platidla“ (s. 25). Ještě před masovým nástupem žen na

trh práce existovaly tzv. výstavní profese, kde byly ženy placeny vyloženě za svoji krásu. V současné době se ale krása stává tím, co americký zákon proti diskriminaci nazývá „pracovní kvalifikací *bona fide*“, ovšem tradičně odkazuje k tomu, že například dárcem spermií může být pouze muž nebo že kojnou může být pouze žena. (V Británii se taková klasifikace nazývá „práva pracovní kvalifikace“.) Zaměstnání, na které se nyní kvalifikace profesionální pracovnice uplatňují, zahrnují recepční, pracovnice galerií a aukčních síní, ženy v reklamě, obchodě, designu, realitních kancelářích, filmovém a hudebním průmyslu, novinářky a vydavatelky, čišnice, barmanky, hostesky, obsluhující personál atd.). Wolf uvádí soudní rozhodnutí týkající se znásilnění či diskriminace na základě pohlaví, která používají ženské tělo (příliš krásné či příliš škaredé) k ospravedlnění trestného činu. Ukazuje, že kvalifikace profesionální krasavice funguje jak na osobní úrovni (přeřazení zaměstnankyně, protože se její nadřizený „chce pozerat na mladší ženu, aby sa mu zlepšila nálada“ (s. 46)), tak na úrovni institucionální (zájem udržet dvojí standard mezi muži a ženami, zájem tzv. průmyslu krásy na tom, aby ženy utrácely své příjmy právě na jeho produktech (Wolf cituje výzkum Humphreyho institutu pro veřejné záležitosti: „hoci ženy tvoria 50 % svetovej populácie a podielajú sa na odpracovaní takmer dvoch tretín všetkých pracovných hodín, ich príjmy predstavujú len jednu desatinu svetových príjmov a vlastní menej než jedno percento svetového majetku“ (s. 27, pozn. 8)) a udržení nerovného platu za stejnou práci, protože důraz na krásu, jejíž pravidla se neustále mění, nemůže žádná žena dlouhodobě udržet. V neposlední řadě to vede i k izolaci a soupeření žen. Za takových podmínek žena nemůže vyhrát – neustále měnící se pravidla krásy a proces stárnutí zákonitě vedou k její porážce.

V tomto směru se dá pochopitelně argumentovat, že nároky na vzhled mužů čím dál více stoupají, zejména na jeho atletickou postavu. Společnost si ale cení mužských zkušeností, a proto je stárnutí spíše hodnotou, která muži přináší vyšší prestiž, než překážkou, kterou musí překonat, například za cenu velice bolestivých a velice nákladných plastických operací.

Dá se přepokládat, že pokud by tento tlak na ženy existoval na trhu práce osamoceně, ženy by mu tak snadno nepodléhaly. Krásné, mladé a bezchybné ženy jsou ale jedinými reprezentacemi ženskosti, které přinášejí ženské časopisy a hlavně reklamní průmysl. Vzhled veřejně viditelných žen, spíše než jejich názory, se stává předmětem politických rozborů. Pokud média ženám přinášejí zprávu, že jejich vzhled je důležitější než to, co říkají, a pokud bude kosmetický průmysl vytvářet stále nové výrobky pro mladší a mladší ženy, bude vědomí vlastní nedokonalosti a pocit méněcennosti narůstat. Pokud se tato politika spojí s reklamní rétorikou individualismu a amerického snu, potom se ženy dostávají do pastí, ze které není úniku. Stávají se totiž samy odpovědné za vlastní vzhled, neboť technologie nám již možnost být navždy mladá skýtají prostřednictvím plastických operací, liposukce a dalších zákroků. Premisa, že staré ženské tělo je nejenom ošklivé, ale i společensky neužitečné, vede k neustálému rostoucímu utrácení za kosmetické produkty a kosmetické zásahy do vlastního těla. Navíc na trhu s ženskými časopisy, které zdánlivě nesou vinu, existuje jiná síla, která ovlivňuje jejich obsah, a tou je reklama. Redakční rady ženských časopisů prezentují „proženskou“ tematiku, která je ale neustále negována palbou reklamních fotografií. Časopisy jsou vydány na ekonomickou milost inzerentů. (Wolf uvádí příklad, kdy článek o kráse bílých vlasů vedl k tomu, že časopis ztratil šestiměsíční objednávku firmy Clairol /s. 92, poznámka 60/).

Mýtus krásy tedy vytváří nové „náboženství“ – omezení, která ovlivňují a utvářejí ženský život. Svým způsobem je pouze pokračováním prvotního hříchu, nedokonalého zrození. Život je tedy potom pouze stálou snahou dohnat chmýru perfektní čistoty a krásy, která vyžaduje neustálý dohled (dohled nad množstvím a skladbou jídla, nad kvalitou pleti, vráskami a módou). Z ženské krásy se stává jakési vykoupení, které je ovšem stejně nedosažitelné jako druhý příchod Krista. A je zřejmé, že cesta k vykoupení musí být dlážděna obětmi a bolestí.

Stejně jako individualistický přístup nutný pro zachování působnosti reklamy na jednotlivé ženy je i moc medicíny a plastické chirurgie zalo-

žena na internalizaci hodnot mýtu krásy, tedy očekávání, že žena má být primárně krásná a za tuto skutečnost je sama zodpovědná. Rozvoj technologií v druhé polovině dvacátého století umožňuje celé řady zákroků, které jsou nejen velice bolestivé, ale které leckdy končí i smrtí. Přitom kliniky plastické chirurgie statistiky o úmrtí svých „klientek“ pečlivě tají (s. 259–298). Z medicíny spolu s módním průmyslem se stala nová forma společenské kontroly žen, přičemž obě jsou velice silně provázané a na sobě závislé.

Vyvstává pochopitelně otázka, jak je možné, že ženy v tak masovém měřítku podléhají lákadlům módy i slibům plastických chirurgů. Musíme se tedy ptát, co vlastně znamená svoboda a svobodná vůle. Wolf si klade otázku, zda je možné se svobodně rozhodovat za situace, kdy jsme ve společnosti bombardováni obrazy krásných nereálných žen, je nám podsouvána zodpovědnost za zastavení procesu stárnutí, plastická chirurgie slibuje zázraky, naše schopnost udržet si zaměstnání je závislá na tom, zda se podvolíme přijatému modelu krásy, a možnost organizace mezi jednotlivými skupinami žen, natož ženami všeobecně je téměř nemožná, buď kvůli okamžitému označení za feministky, nebo neschopnosti komunikovat mezi sebou navzájem.

Přestože je zřejmě vysvobození v nedohlednu, Naomi Wolf překládá možnosti obrany: redefinice ženskosti, mezigenerační spolupráce žen, porozumění logice trhu a motivacím kosmetického a chirurgického průmyslu. Skutečné změny je ale obtížné dosáhnout právě kvůli tomu, že ženy používají mýtus krásy proti sobě navzájem:

„Tá najťažšia, ale najpotrebnejšia zmena musí prísť nie zo strany mužov či médií, ale zo strany žien, v spôsobe, akým hľadáme na iné ženy a ako sa k nim správame...“ (s. 321)

Přestože musíme chápat knihu Naomi Wolf jako převratné kompendium informací o fungování trhu krásy a statistik týkajících se reklamy, případů diskriminace na trhu práce a incidence poruch příjmu potravy, plastické chirurgii a fungování práva, objevují se v knize určité myšlenky, které vyžadují hlubší analýzu, než jaké se čtenáři dostane. Jako červená nit se knihou vine předpoklad, že ženy jsou obětmi sil, kterým je velice těžké se ubránit. Domnívám se, že přestože je nutné

zkoumat působení reklamy a internalizaci hodnot, které reklamní průmysl ženám předkládá, není možné zobrazovat ženy jako oběti bez vlastní vůle a moci. Je zjevné, že Wolf se brání premise individualismu, na kterém jsou reklamní slogany módního a kosmetického průmyslu založeny, čímž se žena stává exkluzivně zodpovědnou za vlastní prezentaci. Nicméně internalizační mechanismy a praktiky moci ve společnosti jsou mnohem komplexnější a Wolf se zřejmě ve snaze ukázat nerovnou pozici žen a exploataci žen průmyslem krásy brání zkoumáním, do jaké míry a proč jsou to často právě ženy, které spíše než časopisy či reklama působí mnohem mocněji na ženy jiné. Nezabývá se otázkou reprodukce genderově rozděleného světa a jeho hodnot a mechanismem učení se ze strany žen vidět se mužskými očima tak, že „si ve formě neuvědomělých schémat vnímání a hodnocení osvojují principy dominantního vidění, takže jim sociální řád, takový jaký je, připadá normální nebo dokonce přirozený...“ (Pierre Bourdieu, *Nadvláda mužů*, Praha 2000).

S tím je spojen další nedostatek. V knize velice chybí analýza vztahu makro- a mikroúrovni, ve kterých se mýtus projevuje. Wolf se vůbec nezabývá otázkou, jak může koexistovat sexistická skutečnost na celospolečenské úrovni (časopisy, zaměstnání, reklama) na jedné straně a osobní vztahy často založené na jiných hodnotách. Nakonec je také nutné zmínit ještě jeden fakt, a tím jsou realie zjevně americké, jako je důraz na náboženství a krásu chápána jako náboženství, které v explicitní rovině, na níž o nich hovoří Wolf, jsou pro českou společnost cizí stejně jako sexuální revoluce probíhající v šedesátých a sedmdesátých letech. Sexuální očekávání a zkušenost českých žen i mužů se do značné míry odlišují od konzervativního přístupu k sexualitě ve společnosti americké, a proto důraz na určité „znovuoživení“ ženského orgasmu americkými ženami bude působit cizí.

Přes tyto nedostatky a jinou kulturně-společenskou zkušenost nám ale kniha Naomi Wolf zprostředkovává velice silný a misty kvalitně argumentovaný vhled do fungování trhu krásy a reklamního trhu a praktik reklamních agentur a reklamních klientů ve vztahu k ženským časopi-

sům, které bude nutné zkoumat i v České republice. Ukazuje také na nebezpečnost plastických operací, která se v ČR vůbec nezmiňuje a která je stále na veřejnosti vnímána jako krok na cestě k seberealizaci spíše než velice vážný a nebezpečný zásah do vlastního těla. Namísto analýzy provázanosti různých mechanismů, které mýtus krásy v ženách upevňují, nám kniha nabízí velice podrobnou argumentační bázi i data, která takovou analýzu v budoucnu umožní.

Marcela Linková

Pierre Bourdieu: *Nadvláda mužů*

Praha, Nakladatelství Karolinum, 2000, 145 s.

Teoreticky poměrně náročná kniha Pierra Bourdieua *Nadvláda mužů* nabízí něco, co chybí většině genderově orientovaných studií, totiž snahu nalézt odpověď na otázku, „jaké *déjinné* mechanismy způsobily, že se struktury dělení podle pohlaví a principy tohoto dělení *vymkly z chodu dějin* a staly se *relativně věčnými*“ (s. 7).

Odpověď Bourdieua hledá ve vztahu poznávacích a objektivních struktur. Vnímání reality v rámci homologických opozic, které „vycházejí ze sexuální topologie socializovaného těla“ – opozice mezi maskulínem a feminínem –, nabývá objektivní i subjektivní nutnost. Díky této binarické zkušenosti světa se dělení na základě pohlaví stává realitou, která se zdá být přirozenou právě na základě opozitní percepce reality. Jde tedy o jakési sebe-naplňující se proroctví, začarovaný kruh, který nepotřebuje dalšího ospravedlnění, protože se zdá být neutrální. Síla této symbolické konstrukce spočívá v tom, že legitimita „mužské nadvlády“ (jinakosti ženského) je součástí logické přirozenosti (binarického vnímání reality), jež musí být ovšem chápána jako sociální konstrukt přetrvávající v západní civilizaci jako určující princip dělení. Bourdieu argumentuje, že tento nerovnovážený vztah, aby se stal přírodním zákonem, musí přejít do lidských těl, a to „za cenu a v důsledku obrovské, rozptýlené a neustálé socializační práce“ (s. 25), jež jedním vrcholem tradičně byly iniciační rituály „odluky“, tedy primárně popírání feminin-

ty v chlapcích.

Tato soustavná a po staletí trvající „somatická“ nadvláda, vpisování jinakosti femininity do lidských těl, má za následek vytváření určitých dispozic v lidské mysli, které jsou konstruovány z hlediska vládnoucích. To umožňuje zjevně poměrně snadné převzetí hodnot a symbolů aktéry, kteří jsou v podřízeném postavení.

K symbolickému násilí dochází tehdy, jestliže ovládaný nemůže jinak, než vládnoucího (a tedy nadvládu) uznávat, protože k reflektování jak jeho, tak sebe sama, přesněji řečeno k reflektování vztahu mezi sebou a jím, disponuje pouze nástroji poznání, které s ním má společné a které nejsou ničím jiným než osvojenou formou vztahu nadvlády, a ukazují proto tento vztah jako přirozený...“ (s. 35).

Tim se z hlediska změny stávajícího statu quo dostává Bourdieu k jádru problému, kterého si byly vědomy již psychoanalyticky orientované francouzské feministky Luce Irigaray a Hélène Cixous, jež se snažily o vytvoření tzv. *l'écriture féminine*. Jestliže realitu konstruujeme jako binarickou, přičemž jeden pól je vždy vnímán jako negace druhého, a objektivní fakta vnímáme na základě této matrice, je velice obtížné, pokud ne nemožné, se od takového vnímání řádu věci oprostit. A jelikož se tento princip wpisuje i do jazyka, máme před sebou téměř neřešitelný problém lingvistické redefinice reality prostřednictvím jazyka, jenž tyto binarity reprodukuje a vytváří.

Z tohoto důvodu, tj. že systém nadvlády se stal a stává součástí mysli a těl každého jednotlivce, nepostačí ke změně organizace lidské společnosti pouze uvědomění si této organizace, ale „radikální změna sociálních podmínek, z nichž se ony dispozice, nutící ovládané pohlízet na vládnoucí i na sebe samotné z hlediska vládnoucích, rodí“ (40).

Celý proces vytváření a reprodukce této struktury je opřen o strukturu „trhu symbolických statků“, jehož ústředním místem je „sňatkový trh“. Zde ženy tradičně neexistují jako aktéři, subjekty, ale pouze jako objekty či ještě lépe symboly, jež přispívají k uchování či zvěšování symbolického kapitálu drženího muži. Ženská pověst se tedy stává „z fetišizovaným měřítkem pověsti mužské“ (s. 43), jež musí být za