

Силвија
Петрова

Современата жена помеѓу феминизмот и традицијата

Silvia
Petrova

Contemporary Woman between Feminism and Tradition

Дихотомијата машко/женско е главната симболичка поделба во традицијата на монотеистичките општества. Светот веќе со милениуми е поделен на овие две културно определени полови, кои се огледуваат во моделите на размислување и однесување наметнати од страна на доминантниот авторитетивен принцип. Воспоставените стереотипи за тоа како дејствува телото ја отсликуваат официјалната идеологија, која биолошките разлики ја прават природна и легитимна. Различните епохи имаат свои сопствени стандарди за карактеристичните машки и женски одлики и општествени улоги. При определување на одликите на мажественоста и женственоста, телото е единствениот медиум врз којшто културата и општеството ги наметнуваат нивните стандарди. За да бидат овие стандарди ефективни, тие мора постојано и рутински да се повторуваат, со што им се дава речиси магична моќ и нужност. Секоја епоха има свои механизми за спроведување на нејзиното ритуално повторување, кое, пак, овозможува да функционираат општествените закони и, во краен случај, и власта.¹

The masculine/feminine dichotomy is a basic symbolic division in the tradition of monotheistic societies. For millennia the world has been divided into these culturally-determined halves which are reflected in the models of thought and behaviour imposed by the dominant principle of authority. The established stereotypes of how a body acts mirror the official ideology which is made natural and legitimate by the biological differences. Different epochs have their own standards of the characteristic male and female features and social roles. When determining the features of masculinity and femininity, the body is only a medium on which culture and the socialium impose their standards. To make these standards effective one has to constantly and ritualistically repeat them, thus giving them near-magical power and compulsory character. Every epoch has its mechanisms of implementing this ritualistic repetition which provides for the functioning of the social laws and, ultimately, the authority.¹

Веќе подолго време Библијата останува клучниот посредник, но во денешно време може да се каже дека оваа улога ја преземаат медиумите. Медиумите (особено таканаречените списанија за животен стил) зад фасадата на слободата на избор ги шират моделите на женственост и машкост, невидливо претворајќи ги во закони: Закони за изгледот, за однесувањето, моралноста. Произлегува дека во постмодерното општество на слободно време и конsumerизам, токму изразувањето на животниот стил им дава идентитет на голем број луѓе.² Естетската индустрија профитира од ваквото креирање, ширење и давање содржина на моделите. Колку е поголема жедта за самодефинирање, толку е посилен моќта на овие модели.

Во посткомунистичкиот период (кој според некои истражувачи сè уште не е завршен) жената во Бугарија беше растргната меѓу желбата да ги имитира западните модели (луксузни добра и животен стил), остатоците од традиционалните бугарски идеи за женственоста (кои вклучуваат несебичност и целосна посветеност на домот и семејството) и нивната ниска економска способност. Женските списанија за животен стил нудат можно решение овозможувајќи влегување во светот на соништата со помош на блескавите фотографии, средби со познати личности, совети за изгледот и однесувањето, а при тоа остануваат верни на поархаичната слика за жената. Бидејќи сето ова се случува на хартија, во безбеден замислен свет, читателот/читателката може да избира од некомпатибилните идентитети, задоволувајќи ја со тоа својата жед за тоа што е ново, модерно и различно.

Интересно е што, за модерната Бугарка, купувањето и читањето на таканаречените женски списанија не е директно поврзано со нејзиниот социјален статус

The Bible has been the chief mediator over a long period of time but nowadays one could say that this role has been taken over by the media. The media (especially the so-called lifestyle magazines) behind the façade of freedom of choice spread the femininity and masculinity models, intangibly turning them into laws: laws of appearance, behaviour, morality. It turns out that in the post-modern society of leisure time and consumerism it is exactly the demonstration of lifestyle which gives a large number of people identity². The esthetics industry benefits from this creating, spreading and giving content to the models. The stronger the thirst for self-definition, the stronger and the more binding the power of these models is.

During the period of the post communism society (which according to some researchers is not yet finished) the Bulgarian woman is torn between the desire to imitate Western models (luxury goods and lifestyle), the remains of the traditional Bulgarian ideas of femininity (which include selflessness and full commitment to home and family) and their low economic capability. Women's lifestyle magazines offer a possible solution by giving access to the dream world by glossy photographs, encounters with celebrities, advice on appearance and behaviour while at the same time remaining true to a more archaic image of the woman. Since all of this happens on paper, in a safe imaginary world, the reader can keep choosing between incompatible identities, satisfying her thirst for what is new, fashionable and different.

It is interesting that for the modern Bulgarian woman buying and reading the so-called women's magazines is not directly connected to her social status and income.

и приход. Понатаму, откриено е дека жените со помали приходи се поголеми љубителки на овој вид списанија, а основните мотиви затоа се достапноста на корисни и интересни информации и релаксирањето од животот исполнет со стрес. Женските списанија се претпочитаат затоа што може да се направи пауза во нивното читање и да се продолжи без да мора да се сеќава што е претходно прочитано. Овој фактор, засилен со фактот дека не треба многу време за да се прочита списание, ги прави поомилени за читање од книги. Книгите имаат поголема социјална вредност, за читањето книга потребни се мир и тишина. Спротивно на тоа, списанијата добро се вклопуваат во врева, не обврзуваат, со нив поминува времето и не бараат премногу внимание. Тие се успешен лек против здодевноста, го намалуваат стресот и често се сметаат за најефикасен начин за исклучување од секојдневните проблеми. Читањето списание буди позитивни емоции и има одбранбена функција со која се означува личната територија: Читателите сметаат дека е дел од нивниот личен стил, кој, пак, е и нивна лична одлука и печат. Списанијата воведуваат во свет којшто се доживува како личен и неповредлив. Бидувањето во тој свет ги оттргнува од нивните секојдневни проблеми и им ја дава енергијата којашто им е потребна за да се справат со тешкотиите во следниот работен ден.³

Постои уште едно нешто кое треба да се земе предвид: списанијата се создадени како извор на знаење за реалноста. Купувањето списанија ги дефинира читателите не само како консументи на културата, туку и како „културни луѓе“ - компетентни и информирани. Блескавите фотографии им будат чувство дека се личности кои се грижат за себеси, и во културна, и во материјална и емоционална смисла, т.е. дека го зголемуваат своето знаење и својот статус на културни луѓе. Така, списанијата на нивните жен-

Furthermore, women with lower incomes are found to be the greater fans of this kind of magazine, the basic motives being the availability of useful and interesting information and relaxation from a stressful life. Women's magazines are preferred because they can be left aside and then taken up again without having to remember what one has read before. This factor, enhanced by the fact that magazines do not take a lot of time to read is probably what gives them preference over books. Books have greater social value, reading a book demands peace and quiet. Contrary to this, the magazines fit well in a noisy environment, create no obligation, kill time and do not demand a lot of attention. They are a great cure for boredom, they ease stress and are often considered to be the most efficient way to tune out everyday problems. Reading a magazine provides positive emotions and has a defence function which marks personal territory: the readers consider it as a part of their personal style which is also their personal decision and signature. The magazines lead to a world thought of as personal and inviolable. Being in this world takes them from their everyday problems and gives them the energy they need to cope with the difficulties of the next working day.³

There is yet another consideration: the magazines are construed as a source of knowledge about reality. Buying the magazines defines their readers not only as culture consumers but as “cultured people” – competent and informed. The “glossies” help them feel like persons who take care of themselves – in a cultural, material and emotional way, i.e., they enhance their knowledge and their status of cultured people. Thus, the magazines provide their female readers with fantasies of their ideal self – the idea of being a modern woman with attitude to all

ски читатели им будат фантазии за нивните идеални Себности - идејата да се биде модерна жена со став кон сите нови производи, жена којашто знае кога и каде да оди и што да чита, интелигентна, иновативна и способна жена. Ова е фантазијата за еманципирана жена, способна да донесува сопствени одлуки. Таа високо го цени прагматичкиот аспект на знаењето со кое се здобива и сака нештата да ги држи под контрола. Списанијата се виртуелна реалност во која жените се обучуваат себеси и ја подобруваат својата способност за донесување одлуки. Фантазијата за оваа слика ѝ помага на жената да се чувствува посилна и помалку ранлива.

Од друга страна, забележливо е дека женските читатели го сакаат прагматичниот аспект, но повеќето одбиваат да ги применат советите во пракса, а ако се решат тоа да го сторат, тоа го прават ретко и селективно. Со други зборови, списанијата се замислен свет кој сепак е дел од односната личност, ѝ помагаат да се носи со реалноста на полесен и поефикасен начин. Оваа посебност провоцира, создава и популаризира нов модел на женственост, којшто, колку е поконтроверзен, толку станува попривлечен, а понекогаш е невозможно да се имитира. Ова е модел којшто лесно ги комбинира спротивностите и не се плаши да експериментира со стереотипи од различни епохи за да создаде слика на совршената модерна жена.

Во посткомунистичкото општество, влијателен распространувач на новата визија на жената е едно од најдобропродаваните и престижни женски списанија за животен стил во Бугарија - „Ева“, коешто успешно го гради новиот/стариот модел на посакуваната женственост. Според „Ева“, денешната слика за жената е комбинација на контроверзни идеи: Жената е не-

new products, a woman who knows when and where to go and what to read, an intelligent, innovative and resourceful woman. This is the fantasy about the emancipated woman who is able to make her own decisions. She greatly appreciates the pragmatic aspect of the knowledge she receives and likes to keep things under control. Magazines are a virtual reality in which women train themselves and improve their decision-making ability. The fantasy about this image helps women feel stronger and less vulnerable.

On the other hand, it is notable that the female readers like the pragmatic aspect but most of them deny putting advice into practice or if they do, it is done rarely and selectively. In other words, magazines are an imaginary world which nevertheless is part of the respective person, helping her cope with reality in an easier and more efficient way. This peculiarity evokes, creates and popularizes a new model of femininity which is made more attractive the more its controversies are and is sometimes impossible to imitate. This is a model which easily combines opposites and is not afraid of experimenting with stereotypes from different epochs in order to create the image of the ideal modern woman.

During the time of the post communism society an influential disseminator of the new vision for the woman is one of the bestselling and prestigious women's lifestyle magazines in Bulgaria - "Eva," which successfully builds the new/old model of the wished-for femininity. According to "Eva," the female image today is a combination of controversial ideas: an independent and ambitious

зависна и амбициозна кариеристка, но и несебична мајка, сопруга и домаќинка. Покрај тоа, има јасен модел според кој таа треба да ги поседува најмодерните предмети, облека, козметика и да живее луксузен живот, доколку сака да е во чекор со времето. Жената го изградува својот идентитет со својата независност, а техниката на зачувување на овој идентитет е конзумирањето како доказ на големата финансиска способност, а со тоа и на успешната кариера. Но, независност не значи и осаменост: една среќна жена има сопруг и деца на кои им е посветена и доколку сака да биде совршена, таа ќе научи да готви и куќата ќе ја држи под контрола.

Написите во списанието „Ева“ се организирани врз основа на принципот теза – антитеза. Често се случува материјали ставени едни по други да се залагаат за спротивни идеи. Го користат контрапунктот како стил/средство за споредување на контрастни појави - идеи, слики, и т.н. Целта на оваа споредба е, од една страна, да се истакне една од позициите со спротивставување на истата со нејзината спротивност, и од друга страна, да се привлечат целни групи со различни гледишта и интереси. Можно е да се постигнат двете цели, зашто информацијата е претставена во стилот типичен за списанието „Ева“ - толерантен и урамнотежен.

Во првите броеви се дадени текстови наменети за јасно зацртување на ставот на новото списание и за дефинирање на целните групи читатели. Во првиот број има обраќање до читателите во кое се наброени идните приоритетни теми: „Ќе говориме за пари, професии, за домот и децата.“ Ова е првпат да се зацрта сликата за „вистинската жена“, која, според визијата на списанието „Ева“ е богата, успешна, со семејство.

career-woman but a selfless mother, wife and housewife. Besides this, there is a clear model, according to which she needs to have the most fashionable items, clothes, cosmetics and live a luxurious life if she wants to keep up with the times. The woman builds her identity by her independence and the technique for maintaining this identity is consumption as a proof of high financial capability and therefore of successful career. But independence does not mean loneliness: a happy woman has a husband and children to whom she is devoted and if she wants to be perfect, she will learn to cook and keep her home spick and span.

The articles in “Eva” magazine are organized on the principle thesis – antithesis. It is very often the case that consecutive materials defend opposite ideas. They make use of the stylistic device counterpoint by comparing the contrasting phenomena – ideas, image, etc. The aim of this comparison is, on one hand, to highlight one of the positions by contrasting it with its opposite, and, on the other hand, to attract target groups with diverse views and interests. It is possible to achieve both aims since the information is presented in “Eva” magazine’s typical tolerant and balanced style.

The first issues feature texts which aim at outlining clearly the position of the new magazine and define the target readers. There is an address to the readers in the first issue in which future priority topics are enumerated: “We will talk about money, professions, homes and children.” This is the first time the image of the “true woman” as “Eva” magazine views it is outlined – rich, successful and with a family.

Моделите на современата женственост во „Ева“ лесно може да се откријат со следење на основните дихотомии претставени во списанието. Една од повообичаените спротивности во интервјуата со познати Бугарки, е спротивноста вработена жена - домаќинка.

Според некои истражувачи, идеалот за жената како домаќинка се појави во западноевропската уметност на 14-от век. Во тоа време претставите на Богородица и светителките станаа помајчински, понежни. Симон де Бовоар вели дека како домаќинка жената се афирмира себеси и се стекнува со моќ.⁴ Во списанието „Ева“ ставот кон жената како домаќинка е двоен – и ова може да се открие во одговорите на неизбежните прашања за домаќинските теми во интервјуата.

Од една страна, жената со кариера се става на пиедестал – таа е идолот како кој сите други сакаат да станат. Од друга страна, пак, само кариерата не е доволна за дефинирање на совршениот модел. Приказната со наслов „Цената на успехот“ говори за жената на 1998 година – совршената комбинација за успешна кариера и прекрасно семејство. Таа е независна, дарезжлива, патува низ светот, среќно ги задоволува сите свои женски каприци. Нејзиниот живот е динамичен, но секоја своја слободна минута ја поминува со своето семејство. Иако нема време да биде домаќинка во текот на неделата, таа за време на викендите многу сака да подготвува храна. На фотографијата таа носи виолетово, струкирано сако со кусо здолниште. Деловен стил, но со нота на сексепилност доловена со кусото здолниште и ексцентричните чизми, додека виолетовата боја асоцира на сензуалност и романтика. Покрај фотографијата, има список на марките на облеката, чантата, накитот што го носи во моментот и претпочитаните козметички производи.⁵ Марката е

The models of the contemporary femininity in “Eva” magazine are easily discernible by tracing some of the basic dichotomies presented in the magazine. One of the most common oppositions in the interviews with famous Bulgarian women is the opposition working woman – housewife.

According to some researchers the ideal of the woman as a housewife appeared in 14th-century West-European art. Then the Virgin Mary and the female saints began to be shown more motherly, gentler. Simone de Beauvoir states that by being a housewife the woman asserts herself and gains power.⁴ The attitude towards the woman as a housewife in “Eva” magazine is dual – and this can be traced in the answers of the inevitable questions about housewife issues in the interviews.

On one hand, the career woman is put on a pedestal – she is the idol that everyone else wants to be like. On the other hand, though, career alone is not enough to define the perfect model. A story titled “The Price of Success” features the society woman of 1998 – the perfect combination of having a successful career and a wonderful family. She is independent, generous, travels all over the world, happily satisfies each of her female whims. She has a dynamic life but she spends her few free minutes with her family. Although she does not have the time to be a housewife during the week, during the weekends she loves to prepare meals. In the photo, she is wearing a violet tailored suit with a short skirt. Business style, yet with a touch of sexuality hinted at by the short skirt and the eccentric boots while the violet colour reminds one of sensuousness and romance. Beside the photo, there is a list of the brands of the clothes, the purse, the jewellery she was wearing right then and the preferred cosmetic products.⁵ The brand is a sign of prestige, a proof of a successful career and high financial capabilities. The la-

знак на престиж, доказ за успешна кариера и големи финансиски способности. Етикетата мора да биде истакната, затоа што таа е показател за успешен и среќен живот.

Сликата за деловната жена, иако на прв поглед се чини дека е производ на новото, посткомунистичко време, поседува многу одлики на супер-жената од комунистичката доба. Со исклучок на скапите западни алишта и накитот, ова сè уште е жената којашто работи подеднакво многу, дури и повеќе од мажот и во исто време се грижи и за семејството. Единствена разлика е што таа готви само за време на нејзините слободни денови, но тогаш тоа го прави со задоволство и ги импресионира роднините и гостите со нејзините вештини. Затоа, на списанието, од една страна, целна група му се вработените жени кои немаат време за нивните семејства и треба да го оправдаат своето гледиште, а од друга страна, домаќинките кои може да најдат модел со кој ќе се идентификуваат и ќе го исполнат недостатокот од сопствена кариера. Вината со години наметнувана врз жените кои ги ставаат своите желби на прво, а семејството на второ место, сега веќе е целосно отфрлена. Сепак, во списанието „Ева“, феминистичката позиција според која една жена сосем го запоставува својот сопруг и деца за да се оствари себеси, е комбинирана со традиционалната идеја за супериорната вредност на семејството. Доколку една жена кариерата ја прави среќна, тогаш тоа е подобро и за децата – тие ќе бидат посреќни и позадоволни. Визијата на списанието „Ева“ за модерната „вистинска жена“ ги комбинира двата дискурса. Идеалот е успешна жена со среќно семејство, а ова има некакво заедничко тло со моделот на комунистичкото владеење. Секако, разликите со моделот од комунистичкото владеење се многубројни. Најголемата разлика е фокусирањето

bel has to be on display for it is the indicator of a successful and happy life.

The image of this business woman, even though at first glance it seems to be the product of the new post-communist time, has a lot of the features of the communist-rule superwoman. Except for the expensive Western clothes and jewellery, this is still the woman who works as much as, and even more than the man and at the same time takes care of the family. The only difference is that she cooks only during her days off but then she does it with pleasure and impresses relatives and guests with her skills. Thus the magazine targets, on one hand, the working women who have no time for their families and need to justify their view, and on the other hand, housewives who can find a model to identify themselves with and to fill the lack of their own career. The guilt, instilled for years on end in women who put their own desires first and the family second, is now completely rejected. However, in “Eva” magazine the feminist position, according to which a woman totally neglects her husband and children to pursue her self-accomplishment, is combined with the traditional idea of the superior value of the family. If a woman’s career makes her happy then it is better for the children as well – they will be happier and more contented. “Eva” magazine’s vision of the modern “true woman” combines the two discourses. The ideal is a successful woman with a happy family, this sharing some common ground with the ‘communist-rule’ model. Of course, the differences with the communist-rule model are many. The major difference is the focus on a woman’s own needs and wishes coming first. A successful career is of great significance since it enables her to be financially independent. This is why every sacrifice to her career is justified. Consumption has openly become

на фактот дека сопствените потреби и желби на жената се на прво место. Успешната кариера е од големо значење бидејќи претставува можност за нејзина финансиска независност. Ова е причината зошто секоја жртва во име на нејзината кариера е оправдана. Консумирањето веќе отворено станало култ – она што е значајно не е само функционалноста на објектите, туку консумирањето на луксузни добра само по себе. Тоа е симбол на престиж и техника на задржување на идентитетот.

Модерната жена живее според свои сопствени правила. Љубовта станува битен дел од самоостварањето, таа е нужната основа за животот на секој човек. Тоа е кога и духовното и телесното, платонското и сексуалната привлечност се комбинираат во едно чувство. Љубовта е основата на личниот индивидуализам за постмодерната жена. Идејата за апсолутната потреба од љубовни искуства кои се привлекуваат низ животот на една личност, заедно со сексуалната активност, сега избиваат во преден план. Во исто време не е предодредено таа љубов да е поврзана со љубовта. Една еманципирана жена понекогаш е подготвена да се откаже од сигурноста на стабилниот брак во име на нејзината независност и нова љубов. Еве како списанието „Ева“ ја претставува поп пејачката Ирина Флорин: „Жена опкружена со луксуз, во грижливите раце на богат маж, таа личи на деликатен цвет од стакленик без никакви мисли за неочекувани одлуки и нерационални емоции. Сепак, Ирина беше таа којашто излезе од десетгодишна стабилна врска која беше збогатена и со дете, и сврте нова страница. Малубројни се жените кои одеднаш би се одлучиле да го напуштат безбедниот живот за непознатото, дури причината за тоа да е и голема љубов. Дали е ова каприц на една разгалена жена или е чин на една безнадежно романтична личност која ја бара тој – Единствениот“?

a cult – what is important is not only the functionality of the objects but the consumption of luxury goods in itself. It is a symbol of prestige and a technique for maintaining an identity.

The modern woman lives by her own rules. Love has become a major part of self – accomplishment, it is the necessary basis for the life of every person. It is spiritual and carnal, the platonic and the sexual attraction combine in one feeling. Love is the basis of personal individualism for the post-modern woman. The idea of the absolute necessity of love experiences which, alongside with sexual activeness, continue throughout one's life now comes to the fore. At the same time, it is not a prerequisite that this love has something to do with marriage. An emancipated woman sometimes is ready to give up the security of a stable marriage for the sake of her independence and a new love. This is how “Eva” magazine presents the pop singer Irina Florin: “A woman of luxury, cared for by a rich man, she looks like a delicate greenhouse flower with no thoughts of unexpected decisions and irrational emotions. However, it was Irina who ended a ten-year-long stable relationship which had resulted in a child as well and turned over a new leaf. Very few are the women who will suddenly leave a secure life to pursue the unknown even if they make it out of great love. Is this the whim of a spoiled woman or is this the act of a hopeless romantic who looks for the One?”

Пејачката е отелотворение на идеалот на модерна еманципирана жена, која на прво место ја става својата среќа, без оглед на традиционалните идеи за тоа какви треба да бидат работите. Таа е комбинација на идеалот на убавица со луксузен живот и со нагон за независност. Таа ја напушта безбедноста која ѝ ја дава сопругот и дури ни нејзиното дете не може да ја спречи во остварувањето на нејзините цели. Сето ова не е затоа што таа е ладна или нечувствителна, туку токму спротивното - нежна и романтична. Тоа што е важно е потрагата по љубов. Ова е еден аспект на модерниот индивидуализам.

Традиционалната идеја за семејството е исто така сменета. Пејачката тоа го изјавува со сигурност: „Суштината на бракот не е да се биде верен некому. Формалниот аспект на бракот нема врска со чувствата... Сакам да разберам како е да го минеш сиот свој живот со еден човек, прифаќајќи ги сите негови/нејзини позитивни и негативни страни“. „Бракот не е повеќе институција на вечна верност. Тоа што е поважно е внатрешното чувство, да се биде сигурен во сопствените чувства. Ништо не може да ја задржи модерната жена покрај сопругот доколку таа решила дека тоа не е најдобро за неа“. Додека идејата за семејството драстично се има сменето, сепак останува традиционалниот елемент во ставот кон мажите: „Жената е зависна од мажот најмногу емотивно, па потоа финансиски или по обратниот редослед. Прифатливо е доколку постои рамнотежа. Верувам дека еден маж се чувствува среќен и сигурен кога може да ѝ даде сè на жената којашто умее да љуби. Мажествено е мажот да ти помогне без да врши тиранија врз тебе... Но, во суштина - нема такви мажи. Јас самата, отсекогаш сум била финансиски независна. Работам, добро заработувам”.⁶

The singer embodies the ideal of the modern emancipated woman who puts her happiness first disregarding the traditional ideas of what is appropriate. She combines the ideal of a beauty with a luxurious life with the drive for independence. She leaves behind the security which the man with her gives her and even a child cannot stop her from pursuing her goals. All this is not because she is cold or senseless but just the opposite – gentle and romantic. What is important is the quest for love itself. This is one aspect of the modern individualism.

The traditional idea of the family is also changed. The singer states with certainty: “Marriage is not about being faithful to someone. The formal aspect of marriage has nothing to do with the feelings... I want to understand how you can spend your whole life with one person, accepting him with all his positive and negative sides.” Marriage is no longer an institution of eternal faithfulness. What is more important is the inner feeling, being sure of one’s feelings. Nothing can keep the modern woman at her husband’s side if she has decided that this is not what is best for her. However, whereas the idea of the family has changed so drastically, there is still a traditional element in the attitude towards man: “A woman is dependent on a man mostly emotionally, then financially or the other way round. It is acceptable if there is a balance. I believe that a man feels happy and confident when he can give everything to a woman who can love. It is masculine for a man to help you without tyrannizing over you... Basically, there are no such men. I myself have always been financially independent. I work, I make a good living.”⁶

Ова гледиште го претставува моделот на списанието „Ева“ кое е типична комбинација на еманципација и традиција. Прашање на чест за една жена значи самата таа да заработува за живот, но „вистинскиот маж“ мора да е финансиски способен. Таа не сака да биде „глава на семејството“ во оваа смисла, таа претпочита некој да се грижи за неа, дури и да е еманципирана.

Дури и кога жената не е посветена на својата кариера и се грижи за децата и сопругот, повторно се смета за понижувачки за неа да се чувствува финансиски зависна. Насловот на интервјуто со спикерката на каналот БНТ, Вјара Анкова,⁴ која во тоа време беше посветена само на своето семејство, е: *Јас не сум домаќинка којашто на сопругот му бара пет лева за кафе*. „Јас и сега работам, јас сум дописник на БНТ и со тоа не сум целосно зависна од мојот сопруг. Навистина е точно дека парите кои ги добивам не може да ги покријат сите мои трошоци. Но, јас не трошам многу... Успевам да излезам на крај со парите кои ми ги плаќа ТВ каналот и со малку помош од градежната компанија на татко ми... Секогаш е правилно жената да е економски независна. Така таа се чувствува повеќе како жена... „Јас не сум тип на личност којашто седи дома. Тоа е апсурдно! Не можам да замислам да го прашувам мојот сопруг дали ќе ми даде 5 лева за филџан кафе со пријатели... Би сакала да можам да минувам повеќе време со моите деца и да работам во исто време, тоа би било совршено, но за жал - нереално... Семејството е на прво место во споредба со која било кариера... Според мене, ова е основната преокупација на една жена. Таа можеби има професионален успех, но кога ќе ја преземе одговорноста на раѓање, таа исто така мора да ја преземе и одговорноста на воспитување и растење на нејзините деца. Затоа што самиот чин на

This view shows “Eva” magazine’s model; the typical combination of emancipation and tradition. It is a matter of honour for a woman to earn her living herself but a “true man” has to be financially capable. She does not want to be “head of the family” in this sense, she prefers to be taken care of, even though she is emancipated.

Even when a woman is not devoted to her career and takes care of her children and husband it is again considered degrading for her to feel financially dependent. The title of an interview with the BNT channel newsreader Vyara Ankova⁷ who at that time was devoted to her family only reads: *I am not a housewife who asks her husband to give her five levs for a coffee*. “I work now as well, I am a BNT correspondent so I am not wholly dependent on my husband. It is true indeed that the money I am paid cannot cover all my expenses. But I don’t spend a lot... I manage with the money the TV channel pays me and with some assistance from my father’s construction company... It is always the right thing for a wife to be economically independent. Thus she feels more of a woman... I am not the kind of person who stays at home. This is absurd! I cannot imagine asking my husband to give me 5 levs for a cup of coffee with friends... I wish I could spend a lot of time with the children and work at the same time, this would have been perfect but unfortunately – unreal... Family comes first to any career... For me, this is a woman’s main calling. She might have professional success but when she undertakes the responsibility of giving birth she must undertake the responsibility of raising her children as well. Because giving birth is not what makes a woman a mother alone... Now I miss the work stress, back then I missed the children. Every situation has its advantages.”

раѓање не ја чини жената мајка... Сега ми недостасува работниот стрес, а тогаш ми недостасуваа децата. Секоја ситуација има свои предности“.

Финансиската независност е услов за женственост. Доколку економската зависност од мажот беше норма во традиционалното општество, во исто време, и за време на комунистичкото владеење, жената мораше исто така да работи за да придонесе кон семејниот буџет, т.е. за доброто на семејството. Сега работи за нејзино сопствено добро, за нејзината женственост. Дури и за жена со традиционални семејни критериуми, која ги става своите деца и сопругот на прво место, срамно и неприфатливо е да се биде целосно финансиски поддржуван од страна на главата на семејството. Ова двоумење помеѓу модерните и патријархалните вредности доведува до внатрешен конфликт. Жртвувањето на сопствените интереси на жената за децата, сè уште се смета за нужност и во денешно време, но сега тоа чини повеќе – го подрива дигнитетот на жената. Оваа амбивалентност, двоумењето при изборот помеѓу еманципацијата и традицијата, е извор на постојано незадоволство.

Следува дека модерната жена е комбинација на екстреми: Таа е одважна, а нежна, храбра, а беспомошна. Ова е најлесно воочливо кај жени со типично машки професии. Според списанието „Ева“, Мирољуба Бенатова е таква жена: „Таа има 26 години. Како известувач на црната хроника за каналот БТВ, таа успеа за кусо време да направи многу ударни новински репортажи за кривични дела, се сретна и со Гадафи и беше единствениот медиумски известувач којшто направи интервју со сериски убиец од неговата ќелија, веднаш по апсењето“. Мира Бенатова е силна конкуренција, и таква која одамна стои на цврсти

Financial independence is a condition for femininity. If economic dependence on a man was the norm in the traditional society, at the same time, during communist rule the woman had to work as well in order to contribute to the family budget, i.e., for the good of the family. Now she works for her own good, for her femininity. Even for a woman with traditionalist family values, who puts her children and husband first, it is shameful and unacceptable to be fully financially supported by the head of the family. This hesitation between modern and patriarchal values leads to inner conflict. Sacrificing a woman's own interests for the sake of the children is still considered as a must but today it costs more – it undermines the woman's dignity. This ambivalence, the hesitation when choosing between emancipation and tradition is a source of constant discontent.

Thus, the modern woman is a combination of extremes: she is bold but gentle, brave but defenceless. This is most discernible in women with typically male professions. Such a woman, according to “Eva” magazine is Miroliuba Benatova: “She is 26. The criminal reporter from the BTV channel managed to make in no time a lot of breaking news reports on crimes, she met with Kadafi and she was the only media reporter who took an interview from a serial killer from his cell after he was arrested.” Mira Benatova is a competitor, and a long-standing one, in the discipline criminal reporting which worldwide is practiced mostly by men. ⁸

нозе во дисциплината на известување за црните хроники која главно ја практикуваат мажи“.⁵

Опасноста е магнет за модерната жена. Таа е подобра во машките професии дури и од самите мажи. Младоста не значи неискуство, туку поголема желба за работа, повеќе идеи, повеќе елан. Претставата за кротката и беспомошна жена е заменета со претставата за динамичност и провокативно однесување. Колку е поблиска опасноста, поголема е желбата да се победи во натпреварот против мажите. Вака стојат работите во однос на професијата. Во однос на приватниот живот, пак, ситуацијата е, сепак, токму спротивна: „Јас не сум агресивна во мојот приватен живот. Не сметам дека агресивноста е вистинскиот пристап, особено не за една жена“. За да биде успешна, жената секогаш мора да води двоен живот – таа мора да биде цврста во јавната сфера, а нежна во приватната сфера. Така, од една страна, таа ја задржува својата традиционална улога, но и презема машки карактеристики за да може да се носи во конкуренцијата со мажите. Традиционалните карактеристики на женственост не се отфрлени, но кон постојните се додадени нови, такви кои порано ѝ беа припишувани на мажественоста. Оваа комбинација резултира со чудни и контроверзни гледишта: „Јас сакам интелегентни мажи кои знаат што сакаат од животот, го постигнуваат тоа, и доколку им се дупне гумата среди пустина, ја менуваат. Иако, се чини, има многу мажи кои се способни да сменат гума среди пустина, но не можат да сменат светилка. Одамна имам дојдено до заклучокот дека треба самата да знам да сменам гума, но не можам.“ Стремежот кон апсолутна независност е комбиниран со „женствената“ желба за заштита. На тој начин, позицијата останува магичен круг, останува матна и нејасна.

Danger is a magnet for the modern woman. She is better at men's professions even than the men themselves. Youth does not mean inexperience but more desire for work, more ideas, more drive. The idea of the timid and defenceless woman has been replaced by the idea of dynamism and provocative behaviour. The closer the danger is, the greater the desire to win the competition with men is. This is the situation professionally. In terms of the private life, however, the situation is the exact opposite: "I am not aggressive in my personal life. I do not think that being aggressive is the right approach, especially for a woman." To be successful, a woman has to always live a dual life – she must be assertive in the public sphere and gentle in the private sphere. Thus, on one hand, she keeps her traditional role but she also takes on male characteristics so that she can be competitive against men. The traditional characteristics of femininity are not rejected but new are added to them, such as were associated with masculinity before. This combination results in strange and controversial viewpoints: "I like intelligent men who know what they want from life, achieve it, and, if they puncture a tyre in the desert, they will change the tyre. Though it seems that there are plenty of men who can change tyres in the desert and cannot change a light bulb. I have long ago come to the conclusion that I should be able to change tyres by myself but I cannot." The aspiration for absolute independence is combined with the "feminine" desire for protection. Thus the position remains a vicious cycle, it remains vague and unclear.

Од друга страна, и покрај недостатокот од верба во способноста на мажите да се справат со компликувани ситуации, известувачот на кривични дела нагласува: „Сметам дека жените не можат да бидат вистински успешни без целосната поддршка на мажите. Само доколку жената има маж покрај себеси кој прави таа да се чувствува како Жена, таа може да го достигне успехот на еден маж надвор од сферата на нејзиниот приватен живот”.

Родовата еднаквост е можна во јавната сфера само под еден услов – присуството на маж во приватната сфера. Излегува дека една жена постигнала среќа доколку е жена во својот дом, а маж во нејзината професија. Како резултат на овој двоен стандард, критериумите во приватната сфера се бледи: „Имам момче, се чувствувам добро со него, и тоа е тоа. Не размислувам за тоа кога ќе облечам бел фустан со целосен глог, да ја замотам косата во пунџа, каде ќе ја закажеме свадбата и кого ќе поканиме. Сакам да имам деца, но ова не зависи од отчукувањето на мојот биолошки часовник. Во однос на професијата, за десет години се гледам себеси како го правам истото”.

Жената по терк на списанието „Ева“ има многу лица: понекогаш е сосем независна, еманципирана и нарцистички расположена, ги одбива сите традиционални вредности. Понекогаш таа е нежна и сензитивна, високо го цени мажот покрај себе и семејството го става на прво место. Совршената Ева е комбинација на овие два екстрема. Всушност, списанието аргументира дека секоја којшто му припаѓа на „убавиот пол“ ги поседува одликите на двата екстрема и токму тоа ја чини *вистинска* жена. Таа мора да ги комбинира спротивностите, да воспостави рамнотежа меѓу нив за да се чувствува задоволна со себеси.

On the other hand, despite the lack of trust in men's ability to cope with complicated situations, the criminal reporter emphasizes: “I do not think that women can really be successful without the support of men. Only if a woman has by her side a man who makes her feel like the Woman can she manage like a man outside of the sphere of her private life.”

Gender equality in the public sphere is possible only under one condition – the presence of a man in the private sphere. It turns out that a woman has attained happiness if she is a woman at home and a man at her profession. As a result of this double standard the criteria in the private sphere are vague: “I have a boyfriend, I feel good with him and that's it. I do not wonder when I will put a white dress with full skirt on, put my hair up in a bun, where exactly we are going to have the wedding and who we will invite. I want to have children but now this does not depend from the ticking of my biological clock. Profession-wise, in ten years I see myself doing the same.”

The woman of “Eva” magazine has many faces: sometimes she is totally independent, emancipated and narcissistic, rejecting all traditional values. Sometimes she is delicate and affectionate, values highly the man by her side and puts family first. The perfect “Eva” woman is a combination of these two extremes. In fact, the magazine argues that every one belonging to the “fair sex” has features of both extremes and this is what makes her a *true* woman. She has to combine opposites, to find the balance between them in order to feel satisfied with herself.

Известувачката Севда Шишманова, откако ги наведува нејзините бројни меѓународни награди во новинарството и по опширното прикажување за тоа колкава посветеност налага нејзината работа, вели: „Јас сум сигурна дека доколку мора да ја напуштам мојата работа за маж, би го сторила тоа. Пораснав во семејство во кое мајка ми секогаш ни беше посветена мене, на мојот брат и на татко ни“.⁹

Жената која ужива почит и која има успешна кариера е желна за домашна атмосфера и изјавува дека би ги напуштила сите свои професионални обврски заради нејзиното семејство. Некои жени се многу успешни во комбинирањето на тие две спротивности (еманципацијата и традицијата) во нивните вредносни системи. Совершената жена е воспитувана во патријархален дух, но го поседува и духот на новото време. Токму поради ова најпозитивните описи се тие на жени помеѓу 30 и 40 години, бидејќи имаат задржано дел од духот на времињата кога жената беше целосно посветена на семејството, но ја поседуваат и динамичноста и амбициозноста на современото. Оваа жена има сопствен став, таа ја нашла формулата за успех: „На неколку наврати за време на разговорот, очите на Севда се насолзуваат. Но, немојте никако да ја замислувате како пречувствителна. Нејзината ранливост е зачудувачки искombинирана со студена резервираност“.¹⁰

Моделот на идентитет што списанието „Ева“ им го нуди на своите женски читатели е токму оваа чудна комбинација којашто го сочинува вредносниот систем на една модерна жена.

Уште еден парадокс е тоа што и покрај очигледното присуство на јасно видливо провејување на нишка на еманципација во написите, списанието со голема

The reporter Sevda Shishmanova, after listing her numerous international awards in journalism and talking at length about the commitment her job demands, says: “I am positive that if I have to give up my job for a man, I will do it. I grew up in a family in which my mother was always devoted to me, my brother and father.”⁹

The respected woman with successful career yearns for domestic atmosphere and states that she will leave all professional commitments for the sake of her family. Some women can very well combine the two opposites (emancipation and tradition) within their system of values. The perfect woman was raised in a patriarchal atmosphere but has the spirit of the new times as well. This is why the most positive depictions are of those women between 30 and 40 years of age since they have kept some of the spirit of the times when the mother was completely devoted to the family and they also have the dynamicity and ambition of contemporary times. This woman has a stand of her own, she has found the success formula: “A couple of times, while we talk, Sevda’s eyes brim with tears. Do not imagine her a ball of nerves, though. Her vulnerability is strangely combined with cool reserve.”¹⁰

The identity model offered by “Eva” magazine to its female readers is precisely this strange combination which comprises the modern woman’s system of values.

It is yet another paradox that despite the obvious presence of a clearly outlined emancipation thread in the articles, the magazine firmly brands feminism as a position

увереност го означува феминизмот како позиција која предизвикува негативни чувства, или во најмала рака, барем исмевање. Списанието упорно прикажува модел на модерната Бугарка којшто го исклучува феминизмот. Како потврда на тоа се истакнуваат патријархалните одлики на љубовта и посветеноста на семејството. И покрај тоа, во пракса, списанието ги разгласува токму идеите на феминистките од последната генерација - „еднаквост во разликите“. Односно - секоја жена има право да ги афирмира своите лични интереси и потреби кои се, во крајна линија, различни и зависат од повеќе фактори како што се социјалниот статус, образованието, религиозната определба и т.н. Според оваа теза, патријархалното прифаќање на мажот како стандард наспроти кој жената се дефинира како разлика, е обележје на општествените односи на моќта. Ставовите и вредностите на доминантната група се прифатени како норма и групата која не го исполнува стандардот (т.е. жената), е секогаш маргинализирана затоа што нејзиниот идентитет не го исполнува универзалниот модел. Така, бинарниот модел постојано создава идентитет и нејзин контраидентитет. Ова е причината зошто постструктуралистичкиот феминизам инсистира на деконструирање на простата спротивност униформност-различје и на напредување кон големо мноштво разлики. Признавањето на постоењето на сите разлики и реконструирањето на етичкото, би им дало еднаква вредност за жените и тие би биле прифатени како самоопределени субјекти. Етичкото прашање на феминизмот се однесува на задржувањето на женските карактеристики од страна на жените, а во исто време претворање во комплетни морални агентури.¹¹ Денес е очигледно дека секоја жена за себеси и за своите интереси и проблеми мисли на различен начин. Ова е напредување во историјата на феминизмот,

which evokes hostility, or, at best, ridicule. Time and again the magazine shows that the model of the modern Bulgarian woman rules out feminism. To prove this, the patriarchal characteristics of love and commitment to the family and the home are pointed out. Despite that, in practice, the magazine disseminates exactly the ideas of last-generation feminists – “equality in differences.” That is to say, that every woman has the right to assert her individual interests and needs – which are, after all, different and depend on various factors such as social status, education, religious beliefs etc. According to this thesis the patriarchal acceptance of the man as the standard against which the woman is defined as a difference, marks social relations of power. The attitudes and the values of the dominating group are accepted as the norm and the group which does not comply with the standard (i.e., the women) is always marginalized because its identity is incompatible with the universal model. Thus the binary model constantly creates identity and its counter-identity. This is why poststructuralist feminism insists on deconstructing the simple opposition uniformity/diversity and proceeding to many multiple diversities. To admit the existence of all the differences and to reconstruct the ethical would give equal value to women and would recognize them as self-determined subjects. The ethical issue of feminism is about women keeping their female characteristics and at the same time becoming full moral agents.¹¹ Today it is obvious that different women think of themselves and their interests and problems in a different manner. This is a step up in the history of feminism since now the relations between women themselves are the object of research.

бидејќи сега самите односи меѓу жените стануваат предмет на истражување.

Со интервјуирањето на познати Бугарки, списанието „Ева“ ја нагласува вредноста на личната индивидуалност на секоја жена—без оглед на конкретната професија или социјалниот статус. Свездите на бугарскиот Олимп (Едгар Морен (Edgar Moren)) се модели на кои читателите слободно може да избираат да се огледуваат. Покрај физичката убавина на моделите, славните лица нудат и животен стил. Славните личности ги соединуваат принципите на проектирање и идентификација. Тие ги синтетизираат светот на фантазијата и стварниот свет. Во модерното општество, моделите за огледување (како стварни, така и измислени) имаат големо значење, бидејќи на личноста ѝ даваат можност да се обиде во различни улоги или животни стилови без да ги искуси последиците на изборот во стварниот живот. Тие нудат модели на однесување од кои личноста може да го земе делот којшто најдобро му одговара на нејзиниот живот. Сепак, не е злато сè што сјае. Славните личности, на кои една личност, огледувајќи се на нивго темели својот идентитет, сè повеќе и повеќе стануваат минлива категорија. Постојаното менување на моделите резултира во несигурност, недостаток на стабилност, тешкотии во определувањето на сопствениот животен стил.¹² Во интервјуата, списанието „Ева“ им ги нуди на читателите токму овие модели на идентитет. Овие жени го претставуваат моделот на современата женственост, што е и темелната идеологија на списанието. Женственоста како културна и социјална конструкција се изразува низ различни форми на однесување, наметнати од страна на општеството. Медиумите се медијаторот којшто има моќ на невидлив начин да ги шири и наметнува на општеството овие шеми.

Interviewing famous Bulgarian women, “Eva” magazine stresses the worth of every woman’s own individuality – regardless of the particular profession or social status. The stars from the Bulgarian Olympus (Edgar Moren) are the role models the reader has the freedom to choose from. Apart from models of physical beauty, the celebrities offer a lifestyle. The celebrities unite the principles of projection and identification. They make the synthesis between the fantasy world and the real world. In modern society the role models (real and imaginary alike) have great significance since they give a person the opportunity to try on different roles or lifestyles without experiencing the consequences of a real-life choice. They offer models of behaviour from which a person can take the best for one’s own life. However, everything that glitters is not gold. The celebrities on which a person bases one’s own identity are more and more transitory. The frequent change of models results in insecurity, lack of stability, difficulty in determining one’s own lifestyle.¹² In the interviews “Eva” magazine offers its readers these exact identity models. These women outline the model of the contemporary femininity which underlies the ideology of the magazine. Femininity as a cultural and social construct is expressed in certain forms of behaviour, imposed by the society. The media are the mediator who has the power to spread and impose these schemes on society in an intangible way.

Покрај спротивноста жена од кариера-домаќинка, друга спротивност којашто ја опишува сликата на модерната жена е изобилство-сиромаштија. Бидејќи моделот на успешна жена е централен, тогаш логично се нагласува вредноста на големите финансиски способности. Покрај самореализацијата и самозадоволноста, кариерата треба да значи и добар финансиски приход. Токму економската независност прави жената во целост да се чувствува успешна и независна. Токму затоа, најважниот доказ за успешниот професионален развој на една жена, а со тоа и нејзиниот социјален статус во очите на јавноста, отелотворен е во идејата за консумирање. Самореализацијата се смета за основна вредност, но тоа што е важно не се самите достигнувања во кариерата, туку како една личност ги троши парите и ужива во животот. Блиска е поврзаноста помеѓу независноста на жената како основна црта на нејзиниот модерен идентитет и консумирањето како техника на задржување на тој идентитет. Неможноста на една жена да троши пари и да се забавува, ја намалува нејзината самодоверба во сопствените очи, како и во очите на јавноста. Богатството означува престиж, но како средство кое дава увид во консумирањето, претставува и симбол за успех.

Во модерното општество, минимум животен стандард вклучува консумирање на одредено количество стока. Ова е консумација наметната од страна на општеството и секој поединец којшто не го следитемпото, го губи своето социјално постоење. Општествениот системотојкошто наметнуванужностзаконсумирање – социјално присилување, кое навидум е резултат на слободата на избор. Всушност, во модерното општество, „слободата“ на консумирањето е еднаква на „слободата“ на работењето. Консумирањето на стока не се доживува како трошок, туку како разумна инвестиција, предуслов за изобилство.¹³ Во оваа

Alongside the opposition career woman/housewife, another opposition describing the image of the modern woman is affluence/ poverty. Since the model of the successful woman is central, it is only logical to emphasise the value of high financial capabilities. Apart from self – realisation and self-satisfaction a career should mean good financial returns. It is economic independence that makes the woman feel successful and independent as a whole. That is why the most important proof of a woman's successful professional development and therefore of a social status in the eyes of the public is embodied in the idea of consumption. Self-realisation is thought of as a basic value but what is important are not career achievements in themselves, rather – how a person spends money and enjoys life. There is a close relationship between the independence of the woman as a basic feature of her modern identity and consumption as a technique for maintaining this identity. A woman's incapability to spend money and have fun lowers her esteem in her own eyes, as well as in the eyes of the public. Affluence means prestige not in itself but as a means which gives access to consumption and thus, a symbol of success.

In modern society, the minimum living standard includes the consumption of a certain amount of goods. This is a consumption imposed by the society and every individual who does not keep up with it loses his/her social existence. The social system is what imposes the necessity of consumption – a social compulsion which is seemingly the result of the freedom of choice. In fact, in modern society, the “freedom” to consume is equivalent to the “freedom” to work. Consuming goods is not thought of as an expense but rather, as a sensible investment, a prerequisite for affluence.¹³ In this sense, consumption and affluence are closely bound.

смисла, консумирањето и изобилството се тесно поврзани.

Според списанието „Ева“, ова се основните карактеристики кои ја опишуваат идеалната слика на модерната жена. Успешна кариера значи изобилство, начинот на којшто се покажува успехот е трошењето пари, а консумирањето се претвора во култ. Оваа теза е насока за поголемиот дел од содржината, како текстуалната, така и визуелната. Секоја жена со самопочит мора голем дел од своето време да оддели за „шопинг“ (една од ретките странски заемки кои се користат во списанието „Ева“). Еден напис од март 2001 година го дефинира значењето на оваа активност на модерната жена: „Шопинг терапијата е терапија број еден во женската стратегија на преживување... Ефектот на малото парче женска стока којашто сме ја купиле на паузата за ручек или после работа, има неверојатна моќ. Секој безначаен предмет - секое парче стока кое го купуваме - има значење. Затоа што може да предизвика насмевка која има значење. Затоа што секоја ваша насмевка може да насмее некој друг, и така натаму“.¹⁴

Шопингот е патот кон среќата. Се докажува дека стекнувањето нови добра мора да се претвори во непрекинат процес којшто светот ќе го направи посреќен и исполнет со повеќе насмевки. Консумирањето е еднакво на добро дело за тебе и за другите. Консумирањето внесува позитивност во светот, тоа е извор на добри емоции: „Сериј ароматични средства за капење, спрејови за енергија, средства против целулит и за подигнување на градите - не заборавајте секојдневно да му ги пружите сите задоволства на своето тело. Тие се еднакво задолжителни за вас како што се и позитивните емоции“,¹⁵ пишува на страниците на списанието „Убавина и здравје“. Во потрагата по пропагирање

According to “Eva” magazine these are the main characteristics which describe the ideal image of the modern woman. A successful career means affluence, the way to demonstrate success is spending money and consumption turns into a cult. This thesis is the guideline for the largest part of the content, textual and visual alike. Every self-respecting woman has to spare a large part of her time for “shopping” (one of the few foreign language borrowings used in “Eva” magazine). An article from March 2001 defines the meaning of this modern-woman activity: “Shopping therapy is the number one therapy in a woman’s survival strategy... The effect of a small piece of women’s goods we have bought during lunch break or after work is incredible. Every insignificant thing – a piece of goods we buy – matters. Because it can effect a smile which matters. Because each of your smiles can make someone else smile and so on.”¹⁴

Shopping is the way to happiness. It is argued that acquiring newer and newer possessions must turn into an incessant process which will make the world happier and full of more smiles. Consumption equals a good deed for you and for others. Consumption provides a positive attitude to the world; it is a source of good emotions: “Aromatic bath products series, energizing sprays, cellulite – killers and breast-lifters – don’t forget to indulge your body daily. These are as compulsory for you as positive emotions are.”¹⁵ the magazine’s pages “Beauty and health” state. In the pursuit of propagating the ideology of consumption even new words are coined – the rule for pure and proper language which the editors of “Eva” magazine generally hold in high priority no

на идеологијата на конзумирањето, се коваат дури и нови зборови - правилото за користење на чист и правилен јазик, кој уредниците на списанието „Ева“ го сметаат за приоритет, веќе не важи за овој дел. Сè станува второстепено во однос на идејата на „светото“ набавување нови производи кои го зголемуваат уживањето во животот.

Предметите за конзумирање му даваат значење на животот. Тие нудат бегство од здодедниот секојдневен живот, тие ѝ овозможуваат на жената да ужива во животот и во себеси. „За некои луѓе животот е едноставно или само црн или бел. Ова пак, е дотраено, песимистичко и старовремско верување. Ослободете се од сите сомнежи: Животот е прекрасен! И разнобоен! Трендовите во декоративната козметика го потврдуваат тоа.“¹⁶ Животот го рефлектира светот на објектите – тие ги диктираат правилата. Стварноста е таква каква што ја претставуваат стоките.

Разноликоста на предметите за конзумирање е многу важна за извлекување на целосно задоволство. Списанието ги бомбардира читателите со огромни количества информации за цели палети на козметички производи и облека. Сите подеднакво се препорачуваат, се истакнуваат само позитивните страни. Написите личат на совети, но всушност сè препорачуваат подеднакво страстно. Крајниот впечаток на читателите е дека на модерната жена ѝ треба широка палета производи за да изгледа и за да се чувствува добро. Пред сè, неизбежно се нагласува дека најновите производи мора да се пробаат, затоа што „ново“ значи и подобро, поефикасно и пософистицирано. Во исто време, потребите кои се создаваат со пропагирањето на изобилството нови производи, не смее никогаш да

longer applies in this section. Everything comes second to the idea of the “sacrosanct” supply of new products which increase the enjoyment of life.

The objects of consumption give meaning to life. They provide an escape from the dreary daily life, they help the woman enjoy life and herself: “For some people, life is black or white only. This, though, is a trite, pessimistic and old-fashioned belief. Get rid of all doubts: Life is wonderful! And colourful! The make-up trends prove it.”¹⁶ Life mirrors the world of objects – they dictate the rules. Reality is what goods present it to be.

The diversity of the objects of consumption is extremely important for deriving full pleasure. The magazine shows its readers with an enormous amount of information on the whole range of cosmetic products and clothes. All are equally strongly recommended, only the positive sides are underlined. The articles look like pieces of advice but in fact they recommend everything equally passionately. One is left with the impression that the modern woman needs a wide range of products to look and feel good. Above all, it must be stressed time and again that the newest products must be tried on because “new” means better, more efficient and more sophisticated. At the same time, the needs which are created by propagating the abundance of new products should never be completely satisfied. The articles and the photographs in the magazine are a never-failing source of temptations,

бидат сосем задоволени. Написите и фотографиите во списанијата се неисцрпен извор на искушенија, со што се поттикнува непрекинат процес. Секогаш има навестување дека нешто уште подобро и попримамливо постои, може да се најде на пазарот. Ова е начинот на којшто се создава потрошувач кој сака да биде искушувач. Ова е суштината на една од најголемите цели: луѓето живеат во очекување на следното задоволство, кое ќе биде уште послатко и од претходното. Притисокот за конзумирање е претставен како израз и доказ на слободата на избор. Индустријата и списанијата кои работат во нејзина полза целат да создадат консумент којшто не може да живее поинаку, т.е. без постојаната жед за нови задоволства кои наскоро ќе додеат.¹⁷

Во списанието, купувањето е претставено како сеопфатна, централна активност, основно значење на животот. Како ништо друго да не постои. Тоа што е важно е самиот чин на купување, а не понатамошната употреба на производите. Жена со самопочит мора во моментот да го купи последниот и најмодерен предмет. Способноста да се купи сè, се чини крајно привлечна. Претставата на оваа жена предизвикува почитување и завист, ја претвора во модел на идентитет. Умереноста создава само комични ситуации и затоа не се препорачува.

Освен како спасение за душата, списанието „Ева“ ја претставува конзумацијата како предуслов и, во исто време, доказ за успешна кариера. Во едно интервју, пејачката Ирина Флорин (која двапати беше на насловната страница) вели: „Јас сум клиент на неколку водечки модни продавници во Софија – Replay, Miss Sixty, Pamela Megan, Contradiction. Со други зборови, јас секогаш ја имам таа слобода, за секоја прилика да носам облека од новата колекција...

enticement is a never-ending process. There is always the hint that something even better and more tempting remains on the market. This is how a consumer who wants to be tempted is created. This is what one of the major goals is about: people live with the anticipation of the following pleasure which will be even sweeter than the previous one. The pressure for consumption is presented as an expression and proof of freedom of choice. The industry and the magazines which work for its benefit aim at creating a consumer who cannot live his/her life in any other way but with the constant thirst for new and soon-to-become-boring pleasures.¹⁷

In the magazine buying is presented as an all-consuming, central activity, a main meaning of life. As if nothing else existed. What is important is the act of buying itself, not the use of the products afterwards. A self-respecting woman has to acquire the newest and most fashionable item in every moment. The ability to afford to buy everything seems highly attractive. The image of this woman evokes respect and envy, thus making her a model of identity. Frugality causes only comical situations and that is why it is not recommended.

Except as a rescue of the soul, “Eva” magazine presents consumption as a prerequisite and at the same time as a proof of successful career. In an interview the singer Irina Florin (who has appeared on the magazine cover twice) mentions: “I am the client of a few leading fashion shops in Sofia – Replay, Miss Sixty, Pamela Megan, Contradiction. In other words, I always have the freedom to wear clothes from a new collection for every event... It is a great pleasure for me to leaf through a good fash-

Големо задоволство ми претставува прелистувањето на добро модно списание кога имам малку слободно време. Така можам да ги проверам трендовите и да го почувствувам духот на времето... Сметам дека е многу важно една јавна личност да знае што и кога да носи... Јас одам во сала за вежбање трипати во неделата, а порано, одев и секој ден на масажа. Внимавам што јадам – риба, бело месо, зеленчук, овошје, многу вода – тоа е моето мени... Во домот, јас сум мајка на мојот син и мамина ќерка. Сепак, факт е дека нашите односи зависат од потребите на мојата јавна професија”.¹⁸

Една успешна жена зависи од стоките кои ги консумира – многу е важно тие да се дизајнирани и скапи. Ова е најважниот симбол на престиж. Присуството во јавната сфера е еднакво на консумирањето на одредени производи. Распуштеното консумирање на скапа и луксузна стока значи професионалност. Сè, вклучително и семејството, е на второ место во однос на кариерата, која најмногу зависи од предметите за консумирање кои ја обликуваат социјалната слика за една личност. Овие предмети внесуваат доверба или недоверба кон тоа лице. Тие се показатели на професионалните квалитети. Оттаму, консумирањето е резултат на успешна кариера (што ја дава способноста за купување), како и предуслов за неа (во однос на почитувањето кое го диктира во општеството).

Консумирањето, како централен дел на постоењето, исто така ја менува и идејата за мајчинство: „Би лажела кога би рекла дека најмногу уживам во купувањето играчки за мојата ќерка. Се чини дека сум добра мајка, но не вложувам премногу во тоа... Сепак најмногу уживам кога трошам пари на себеси... Сакам да бидам различна секој ден и облеката многу влијае врз моето расположение. (Силвија Лулчева,

ion magazine when I have some free time. So that I can check the trends and feel the spirit of the time...I think it is very important for a public person to know where to wear what... I go to the gym three times a week, I used to go to a massage parlour every day. I am careful about what I eat – fish, white meat, vegetables, fruit, lots of mineral water – this is my menu... At home, I am the mother of my son and my mother’s daughter. It is a fact, though, that our relationships depend on the demands of my public profession.”¹⁸

A successful woman depends on the goods she consumes – it is very important that they are designer and expensive. This is the most certain symbol of prestige. Presence in the public sphere is equivalent to consuming certain products. The ostentatious consumption of expensive and luxury goods means professionalism. Everything, the family included, comes second to the career, which largely depends on the objects of consumption which form a person’s social image. These objects make one trust or distrust the respective person. They are the indicator of professional qualities. Thus, consumption is the result of a successful career (which gives the financial capability of buying) as well as a prerequisite for it (due to the respect it commands from society).

Consumption as a central part of existence alters the idea of motherhood as well: “I will lie if I say that I delight mostly in buying toys for my daughter. I seem to be a good mother but I don’t invest in this that much... After all, I delight mostly in spending money on myself... I like to be different every day and clothes determine my mood to a great extent.” (Silviya Lulcheva, an actress, dubbing the main character in “Sex and the City” TV series).¹⁹

актерка, го позајмува гласот на главниот лик во телевизиската серија „Сексот и градот“).¹⁹

Фотосесиите во списанијата се создаваат во согласност со истите принципи. За разлика од женските списанија од времето на комунистичкото владеење, кога претставувањето на облеката која ја носеа моделите, ја истакнуваше пред сè функционалноста, списанието „Ева“ не се занимава со практичниот аспект на облеката. Бодријар (Baudrillard) забележува дека има повеќе димензии во предметите од нивната функционалност, дека секогаш има нешто што им дава престиж и го покажува социјалниот статус на нивните сопственици. Ова е поради фактот што предметот за конзумирање го стекнува својот статус во конфликтот помеѓу моралот на аристократската идеја, поврзан со слободното време, и пуританската работна етика. Денес, статусот на предметот од изминати времиња се заснова на опуштеност и екстраваганција. Функционалноста го ослободува предметот од вината и токму затоа, бескорисните предмети често делуваат практично, а корисните – украсно. Резултатот од оваа игра се мноштвото значења кои ги има еден предмет.²⁰

Списанието „Ева“ не се обидува да ја нагласи функционалноста. Напротив, фотосесиите не советуваат премногу внимание на практичноста на облеката којашто ја претставуваат. Оваа замисла најверојатно се должи на фактот што тоа што е дизајнирано и скапо, се смета и за корисно и за квалитетно. Тоа е и причината зошто списанието не ги наведува предностите на стоките, туку само продавниците од кои тие може да се купат. На оние кои умеат да го прочитаат кодот, не им требаат дополнителни податоци. Скапата стока е стандардно функционална, иако може да се причини дека е целосно бескорисна. Истото важи и за козметичките

The photo sessions in the magazine are shot in accordance with the same principles. Unlike the women's magazines from the time of Communist rule when the presentation of the clothes worn by the models stressed, above all, functionality, "Eva" magazine has done away with the practical aspect of the clothing. Baudrillard notes that there is more to the objects than mere functionality, that there is always something which gives them prestige and demonstrates the social status of their possessors. This is due to the fact that the object of consumption receives its status in the conflict between the morals of the leisure time, related to the aristocratic idea and the Puritan work ethic. Today, the status of the object of former times is based on ostentation and extravagance. Functionality comes to free this characteristic of the object from guilt and this is why often the useless objects look practical and the useful ones – decorative. This game results in the abundance of meanings carried by an object.²⁰

"Eva" magazine does not try to stress functionality. To the contrary, the photo sessions pay no attention to the practicality of the clothes they display. This, though, is probably due to the fact that what is designer and expensive is considered to be also useful and of good quality. This is why the magazine does not list the advantages of the goods, only the shops from which they can be bought. Those who can read the code need no further details. Expensive goods are functional by default even though they might seem utterly useless. The same is valid for cosmetic products – the higher the reputation of the brand and the higher the price, the more miraculous the effect of the product. What is expensive is also useful and of good

производи – колку е поголема репутацијата на марката, а повисока цената, почудесен е ефектот на производот. Што е скапо, истовремено е и корисно и квалитетно - тоа е логиката на современиот консумеризам. Тоа е толку стандардно, што не се потребни никакви докажувања.

Модните трендови се основниот фокус на фотосесиите на списанието „Ева“. Модата е таа што придонесува нефункционалниот изглед да делува привлечно и посакувано. Модата навидум е случајно произведување на значење - таа произведува „убаво“ по принцип на радикална негација, со ставање на знак на еднаквост помеѓу убавото и грдото. Оттаму, нешто што е најнепрактично, ексцентрично или скандалозно, може да биде прогласено за убаво - тоа е легитимноста на нерационалноста. Предметите кои се чудни или необични, пружаат задоволство преку предизвикување на внимание. Тие го привлекуваат вниманието со нивното претендирање кон апсолутноста.²¹ Бидејќи модерните предмети се симбол на социјален престиж, славните личности постојано ги експонираат, потврдувајќи ја со тоа својата припадност во повисоките социјални слоеви. Опседнатоста со модата во посткомунистичкото бугарско општество можеби е резултат на желбата да се докаже финансиска стабилност и „нормализација“. Списанието „Ева“ тврди дека на читателите им дава информации за новите модни трендови. Ова сепак донекаде станува бесцелно поради тоа што се изедначуваат модерното и скапот. Во крајна линија, тезата која е поприфатлива, е дека секој скап предмет е модерен, колку е повисока цената, толку е поголем престижот којшто му го дава на сопственикот.

Како што веќе зборувавме, консумирањето на скапи, дизајнерани добра е услов за, резултат и доказ за повисок социјален статус. Затоа, јавното консуми-

quality, this is the logic of modern consumption. It is so by default, no arguments are necessary.

Fashion trends are the main focus of the photo sessions of “Eva” magazine. Fashion is what makes the dysfunctional look attractive and desired. Fashion is a seemingly random production of meaning – it produces “beautiful” by the principle of its radical negation, by putting a sign of equality between the beautiful and the ugly. Thus, what is most impractical, eccentric or scandalous can be declared beautiful – this is the legitimacy of irrationality. Those objects which are strange or unusual please by provoking the attention. They attract the attention by their pretension to absoluteness.²¹ Since fashionable objects are a symbol of social prestige, celebrities show them off all the time, thus re-asserting their belonging to the higher social strata. The obsession with fashion in post-communist Bulgarian society is perhaps the result of the desire to prove financial stability and “normalizing.” “Eva” magazine claims to provide its readers with information about the newest fashion trends. This, though, is made pointless to an extent by the equality they put between fashionable and expensive. In the long run, the thesis which gains the upper hand is that every expensive item is fashionable, the bigger its price, the bigger the prestige it gives to its owner.

As we have already discussed, the consumption of expensive, designer goods is a condition for, result and a proof of a high social status. Therefore, public consump-

рање им дава можност на луѓето од пониските слоеви јавно да се претстават како да се од повисоките слоеви. Луксузот значи престиж и висок социјален ранг. Во согласност со оваа логика, оние кои живеат луксузен живот, во списанието се претставени како претставници на највисоките социјални слоеви, при што намерно се игнорира потеклото на тој луксуз, како и детали од минатото на односните лица. Типичен пример за овој процес е интервјуто со Лора Видинлиева, сопругата на починатиот сопственик на „Мобил Тел“, Владимир Грашнов.²² Таа е жена која, според списанието „Ева“, ги комбинира најглавните одлики на модерната женственост. Таа е вистинско отелотворение на моделот: жена чијашто работа напредува, која има богатство, живее во незамислив луксуз и, во исто време е сензитивна, совршена домаќинка со софистициран вкус и со вродена префинетост. Вака е претставена во интервјуто направено од страна на главната уредничка на списанието, која ретко прави интервјуа и самата не објавува никакви статии.

„Лора се напи малку од своето капучино, облечена во фармерки и во маица со кратки ракави, без ни трошка шминка. Кога Џеки Колинс би ја познавала, би ја збогатила нејзината галерија на силни жени кои се централни ликови на нејзините холивудски саги. Лора е токму како фиктивните ликови на Џеки Колинс – дури и кога судбината ја фрли во искушение до крајните границите и ја натера да помине низ сета болка на светот, таа успеа да се прибере, да не се откаже и да почне од отпочеток. Уште повеќе – таа излезе како победник, создаде деловна империја и име, без да го загуби својот вкус за животот или вештината да ужива во него и да го искористи до крај. Ниту една друга жена од бугарската деловна елита не може да се мери со широчината на нејзините визији. Лора има деловна империја која е толку космополитска колку

tion gives people from the lower social strata an opportunity to declare themselves as such from a higher social stratum. Luxury means prestige and a high social rank. In accordance with this logic, those who live a life of luxury are presented by the magazine as representatives of the highest social strata, while deliberately overlooking the origin of this luxury and the details of the past of the respective people. A typical example of this process is the interview with Lora Vidinlieva, the wife of the late owner of “Mobil Tel” Vladimir Grashnov.²² She is the woman who, according to “Eva” magazine combines the most central features of modern femininity. She is the true embodiment of the model: a woman whose business prospers, who has a fortune, lives in unimaginable luxury and at the same time is sensitive, a perfect housewife with sophisticated taste and innate finesse. This is her depiction in the interview taken by the magazine’s editor-in-chief who rarely takes interviews and publishes no feature stories of her own.

“Lora takes a sip of her cappuccino, clad in jeans and a T-shirt with no trace of make-up. If Jackie Collins had the chance to know her, she would have enriched her gallery of strong women who are at the centre of her Hollywood sagas. Lora is just like the fictional characters of Jackie Collins – even when fate tested her to the limits and put her through all the pain in the world she managed to pull herself together, not to give up and to start over. Even more – she has won the day, she has created a business empire and a name without losing her taste for life or the skill to enjoy it and make the most of it... No other woman from the Bulgarian business elite can match her breadth of vision. Lora has a business empire as cosmopolitan as herself... she radiates such energy and passion for life that can exhilarate a convent full of depressed nuns. At the same time she has sensitivity, vulnerabil-

и таа самата... таа зрачи со толку многу енергија и страст за живот, што може да разгали цел манастир со депримирани калуѓерки. Истовремено, таа е чувствителна, ранлива, има софистициран вкус за предметите и желба за дружење“.²³

Ова е вистинскиот модел на жената на денешницата – силна, но сензитивна и софистицирана. Главната уредничка на списанието „Ева“ ја претставува како недостижен модел за углед - од девојче од училиште-интернат до деловна дама која поседува луксузни вили во Италија, Африка и Бугарија. Жена со стил со „софистициран вкус за предмети.“ Авторката на интервјуто ја воспева Лора како единствена личност. Таа има некоја харизма... Признавам дека не можам непристрасно да пишувам за неа, затоа што ми претставува чест што сум една од нејзините пријателки.“

Еве како оваа жена претставена како апсолутен идеал, се опишува себеси. „Јас сум силна, но јас сум и многу ранлива кога станува збор за љубовта, децата, пријателите... И самата минувам низ сентиментални кризи. Страдам кога некој пријател ќе ме излаже или ќе ме навреди. Не е тешко да ме повредиш... Умеам да готвам. Одлична готвачка сум, знам да подготвам сè и тоа го правам со љубов. Африканска кујна, италијанска, кинеска, бугарска – ништо не ми е тешко... Не пушам. Ретко пијам; многу спортувам. Пливам, одам во сала за вежбање. И медитирам.“

Ова е жена којашто се чини совршена во секој поглед. Таа има изградено деловна империја; таа е силна, работлива и независна, живее во раскошен луксуз, но здраво. Истовремено, таа ги почитува и традиционалните вредности, сентиментална е и нежна, семејството го става на прво место и е совршена домаќинка. Одличен вкус и рафинираност

ity, a sophisticated taste for objects and a keen taste for friendship.”²³

This is the true model of the woman of today – strong but sensitive and sophisticated as well. The editor-in-chief of “Eva” magazine presents her as an unattainable role model – from a boarding-school girl to a business lady owning luxury houses in Italy, Africa and Bulgaria. A classy woman with a “sophisticated taste for objects”, Lora is greatly admired by the author of the interview. “Lora is a unique person. She has a kind of charisma... I admit that I cannot write about her with impartiality because I flatter myself that I am one of her friends.”

This is how this woman represented as the absolute ideal describes herself: “I am strong, but I am very vulnerable when it comes to love, children, friends... I go through sentimental crises, too. I suffer when a friend lies to me or offends me. I can be hurt easily... I can cook. I am an excellent cook, I can prepare anything and I do it with love. African, Italian, Chinese, Bulgarian cuisine – nothing is too difficult for me... I don’t smoke. I rarely drink; I do a lot of sport. I swim, I go to the gym. And I meditate.”

This is a woman who seems perfect in every aspect. She has built a business empire; she is strong, hard-working and independent, living in ostentatious luxury, but healthily. At the same time she upholds traditional values, she is sentimental and tender, she puts her family first, and she is a perfect housewife. Excellent taste and refinement are revealed in the abundance of extravagant

се откриваат во изобилието на екстарвагантниот животен стил. Нејзиното широко светско знаење е придружено со мудрост: „Човек не би требало да жали. Мора да се продолжи да се чекори, да се бори, да се вљубува и одљубува... Мора да се продолжи понатаму и никогаш не треба да се каже ‘не можам’”.

Не е чудо што токму главната уредничка на списанието „Ева“ ја зацртува оваа слика којашто е извод од идеалот на модерната женственост на списанието – средовечна жена со успешна кариера и традиционални семејни вредности. Опишана така, сликата се чини целосно нереална. Сладникавиот стил на пишување во написот, токму во стилот на романите за жени на Џеки Колинс, којашто авторката ја спомнува на почетокот на интервјуто, во голема мерка придонесува во создавањето на сликата. Лора Видинлиева се чини понереална дури и од измишлените личности во романите. Единственото нешто што ја вознемирува величественоста на нејзината слика е фактот што оваа жена обично се поврзува со сомнителен деловен круг, чии финансиски средства се од непознато потекло.²⁴ Интригантно е зошто токму таква жена била избрана да го претставува идеалот на списанието за женственоста во нејзината најчиста форма; зошто токму жена со таков углед е претворена во модел на идентитет? Претставена на тој начин, идеалната слика е прочистена од негативната атмосфера. Остануваат само позитивните карактеристики, таквите кои предизвикуваат восхит, со кои жените од сите социјални групи би сакале да се идентификуваат. Изобилството, луксузот и елегантниот животен стил, коишто се знак на престиж, го прикриваат негативниот углед и ја прочистуваат сликата. Резултатот е нејзино декриминализирање, озаконување и рехабилитирање во јавниот простор. Од ова логички

lifestyle. Her vast worldly knowledge is accompanied by wisdom: “One should have no regrets. You must keep walking, fighting, falling in and out of love... You must keep walking and you should never say ‘I can’t.’”

It is no wonder that the editor-in-chief of “Eva” magazine is the person outlining this image, which is the epitome of the magazine’s ideal of modern femininity – a middle-aged woman with a successful career and traditional family values. Described as it is, the image seems absolutely unreal. The sugarc coated style of the article, exactly in the style of the novels for women by Jackie Collins, who the author mentions in the beginning of the interview, contributes to the image to a great extent. Lora Vidinlieva seems more unreal even than the fictional characters of these novels. The only thing disturbing the calm grandeur of her image is the fact that this woman is usually associated with the shady business society whose financial means are of unknown origin.²⁴ It is intriguing why exactly such a kind of woman was chosen to represent the magazine’s ideal of femininity in its purest form; why exactly a woman with such reputation was turned into a model of identity. Presented like that the ideal image is purified of its negative air. Only the positive, admiration-evoking characteristics, which women from all social groups would love to identify with, remain. Affluence, luxury and the elegant lifestyle which is a sign of prestige conceals the negative reputation and purifies the image. The result is decriminalizing, legitimating and rehabilitating her in the public space. From this it logically follows that all people with questionable social reputation, who, though, have high financial capabilities and demonstrate extravagance, can be declared paragons. The only criterion for this is luxury. The moral side of things is totally left behind. The identity models don’t need to

следи дека секоја личност со сомнителен социјален углед, која стекнала големи финансиски можности и покажува екстравагантност, може да биде прогласена за модел. Единствениот критериум за ова е луксузот. Моралната страна на нештата е целосно ставена на страна. Моделите на идентитет не мора да бидат етички примери. Тоа што е важно - е богатството, придружено со распуштено консумирање.

Преку создавањето на овој модел, списанието ги изнесува „на виделина“ таквите луѓе и ги претвора во личности на денот. Механизмот за нивна рехабилитација ги претвора во ѕвезди, во модели за углед. Од не толку престижното место кое го заземаат во општеството, тие се трансформираат во идоли и единствената основа за ова е демонстрираната екстраваганција, претставена од страна на списанието како знак за софистициран вкус. Од ликови со непознато минато, овие поединци биваат претворани во аристократи. На овој начин медиумите манипулираат, извршуваат операција на озаконување преку која ги претвораат луѓето кои би требало да служат како негативен пример, во отелотворение на доблест и елита. Како резултат на тоа, во посткомунистичкото бугарско општество, моделите на идентитет ги претставуваат лица со сомнителен углед, кои од друга страна настојуваат да имитираат одреден (западен) стил на живеење, но често го прават тоа невешто, а понекогаш дури и комично.

Моделот на женственост, како збир на културно наметнати карактеристики, во списанието „Ева“ е зацртан со голема јаснотија. Тоа е парадоксална комбинација на патријархални и феминистички карактеристики. Модерната жена е индивидуалистка, независна и амбициозна, често презема машки улоги.

be ethical examples. What is important is abundance, accompanied by ostentatious consumption.

By creating this model, the magazine takes out “in the open” such people, turning them into the person of the day. The mechanism for their decriminalization turns them into stars, into role models. From the not so prestigious place they hold in society, they are transferred into idols and the only base for this is the demonstrative extravagance presented by the magazine as a sign of sophisticated taste. From characters with unknown past these individuals are transformed into aristocrats. In this way the media commit a manipulation, a legitimacy operation through which they turn people, who should rather serve as a negative example, into the embodiment of virtue and elite. As a result, in the post-communist Bulgarian society the identity models are set by people with doubtful reputation, who on the other hand also want to imitate a certain (Western) lifestyle, but often do it clumsily and at times even comically.

The model of femininity as a sum of culturally imposed characteristics is outlined in “Eva” magazine with utmost clarity. It is a paradoxical combination of patriarchal and feminist characteristics. The modern woman is an individualist, independent and ambitious, often taking over man’s roles. She has achieved success both in her

Таа има успешна кариера и приватен живот. Сепак, еманципираната слика е успешно комбинирана со традиционални идеи – нејзината идеална верзија на женственост вклучува цврсти семејни вредности. Во традиционалните патријархални идеи, женственото се гради преку негација на мажественото и се дефинира единствено како позиција на неприсуство. Традиционалните карактеристики, кои обично им се припишуваат на мажите, вклучуваат и претприемништво, разумност, сила, агресивност, доминантност и така натаму. Жените се дијаметрално спротивни – пасивни, сензитивни, грижливи, покорни.²⁵ Во патријархалниот дискурс, сликата на жената е универзална – нејзиното место е во домот, а нејзината улога е да се грижи за домаќинството, за одгледувањето и образованието на децата. Скромноста и покорноста се меѓу главните лични квалитети коишто ѝ се припишуваат и основната теза е дека жените припаѓаат кон приватната сфера, додека мажите припаѓаат кон јавната сфера. Во рамките на оваа визија, на женската еманципација се гледа како на симптом на пропаѓање.²⁶ И, можеби ова е причината зошто модерните Бугарки го истакнуваат своето несогласување со феминистичките идеи. Некои истражувачи забележуваат дека жените во посткомунистичките земји, и покрај нивната лоша позиција, не се придружуваат кон движењата и доктрините за еманципација. Напротив, постои недостаток на интерес и јасно изразена нетрпеливост кон феминистичките идеи.²⁷ Во Бугарија, антифеминистичките чувства се јасно изразени и се покажува целосно несогласување со феминизмот. Со многу малку исклучоци (главно од академските кругови), на феминизмот се гледа како на привилегираност на жените во однос на мажите, а дискриминирањето на мажите жестоко го одбиваат самите жени. Уште повеќе, се смета за навреда некого да го наречеш „феминист/ка“.

career and in her personal life. Still the emancipated image is combined successfully with traditional ideas – in its ideal version femininity includes sound family values. In traditional patriarchal ideas the feminine is built up as the negation of the masculine and is defined solely by means of absence. The traditional characteristics which are usually attributed to men include activity, reason, strength, aggression, domination and so on. The women are diametrically opposed – passive, sensitive, caring, and submissive.²⁵ In the patriarchal discourse the image of the woman is universal – her place is at home, and her role is to take care of the household, the upbringing and education of children. Modesty and submission are among the main personal qualities ascribed to her and the main thesis is that women belong to the private sphere, while men belong to the public sphere. Within the framework of this vision, women's emancipation is seen as a symptom of decline.²⁶ And maybe this is the reason why modern Bulgarian women make a point of disagreeing with feminist ideas. Some researchers have noticed that in post-communist countries, despite their bad position, women do not join emancipation movements and doctrines. On the contrary, there is a lack of interest and clearly expressed hostility towards feminist ideas.²⁷ In Bulgaria anti-feminist feelings are clearly expressed and a total disagreement with feminism is demonstrated. With very few exceptions (mainly among academic circles) feminism is seen only as a privilege of women over men, and discrimination of men is strongly rejected by women themselves. What is more, to call someone a “feminist” is considered an insult.

Сепак, во пракса, модерниот женствен животен стил вклучува и феминистички идеи, во малку модифициран облик: силната, независна и самоуверена жена истовремено треба да биде нежна и полна со љубов жена и домаќинка. Овој идентитет успева да се зачува преку консумирањето - гаранција за среќен приватен и професионален живот, висок социјален статус, физичка убавина и здравје и етички доблести.

Превод од англиски јазик: Родна Русковска

In practice, though, the modern lifestyle model of femininity includes feminist ideas as well, with a slight modification: the strong, independent and self-confident woman at the same time has to be tender and loving, a wife and a housewife. Keeping this identity is accomplished through consumption – a guarantee for a happy personal and professional life, high social status, physical beauty and health, and ethical virtues.

Белешки:

1. Пиер Бурдијо, *Мъжкото господство* (София: Лик, 2002), 16-39.
2. Anthony Giddens, *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age* (Cambridge: Polity, 1991).
3. J. Hermes., *Reading Women's Magazines* (Polity Press: 1995), 34-59.
4. Симон дьо Бовоар, *Вторият пол*, том 2 (София: Колинс 5, 1996), 198.
5. *Eva magazine* (јануари 1999), 34.
6. *Eva magazine* (септември 2000), 35.
7. *Eva magazine* (декември 2001), 30.
8. *Eva magazine* (јуни 2002), 33.
9. *Eva magazine* (јануари 2003), 58.

Notes:

1. Пиер Бурдијо, *Мъжкото господство* (София: Лик, 2002), 16-39.
2. Anthony Giddens, *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age* (Cambridge: Polity, 1991).
3. J. Hermes., *Reading Women's Magazines* (Polity Press: 1995), 34-59.
4. Симон дьо Бовоар, *Вторият пол*, том 2 (София: Колинс 5, 1996), 198.
5. *Eva magazine* (January 1999), 34.
6. *Eva magazine* (September 2000), 35.
7. *Eva magazine* (December 2001), 30.
8. *Eva magazine* (June 2002), 33.
9. *Eva magazine* (January 2003), 58.

- | | |
|---|---|
| <p>10. Ibid.</p> <p>11. Маргит Шилдрик, <i>Субектът на феминизма: Морал, разлики и различия (The Subject of Feminism: Ethics, Difference and Differences)</i> (София: Социологически проблеми, 1995), 50-58.</p> <p>12. Алвин Тофлър, <i>Шок от бъдещето</i> (София: Народна култура, 1993), 107.</p> <p>13. Jean Baudrillard, <i>For a Critique of the Political Economy of the Sign</i> (София: Критика и хуманизъм, 1996), 77-78.</p> <p>14. <i>Eva magazine</i> (март 2001), 22.</p> <p>15. <i>Eva magazine</i> (април 2004), 166.</p> <p>16. <i>Eva magazine</i> (февруари 2004), 100.</p> <p>17. Зигмунд Бауман, <i>Глобализацията: Последниците за човека</i> (София: Лик, 1999), 108.</p> <p>18. <i>Eva magazine</i> (март 2003), 24.</p> <p>19. <i>Eva magazine</i> (мај 2004), 108.</p> <p>20. Жан Бодрияр, <i>Към критика на политическата икономия на знака</i> (София: Критика и хуманизъм, 1996), 77-78.</p> <p>21. Ibid., 74-75.</p> <p>22. <i>Eva magazine</i> (октомври 2003), 42.</p> <p>23. <i>Eva magazine</i> (октомври 2003), 42.</p> <p>24. For example see www.bulpress.net/article/6261.</p> <p>25. Корнелия Славова, <i>Феминистки разноречия Изток-Запад (Feminist Dissension East-West)</i>, в: <i>Майки и</i></p> | <p>10. Ibid.</p> <p>11. Маргит Шилдрик, <i>Субектът на феминизма: Морал, разлики и различия (The Subject of Feminism: Ethics, Difference and Differences)</i> (София: Социологически проблеми, 1995), 50-58.</p> <p>12. Алвин Тофлър, <i>Шок от бъдещето</i> (София: Народна култура, 1993), 107.</p> <p>13. Jean Baudrillard, <i>For a Critique of the Political Economy of the Sign</i> (София: Критика и хуманизъм, 1996), 77-78.</p> <p>14. <i>Eva magazine</i> (March 2001), 22.</p> <p>15. <i>Eva magazine</i> (April 2004), 166.</p> <p>16. <i>Eva magazine</i> (February 2004), 100.</p> <p>17. Зигмунд Бауман, <i>Глобализацията: Последниците за човека</i> (София: Лик, 1999), 108.</p> <p>18. <i>Eva magazine</i> (March 2003), 24.</p> <p>19. <i>Eva magazine</i> (May 2004), 108.</p> <p>20. Жан Бодрияр, <i>Към критика на политическата икономия на знака</i> (София: Критика и хуманизъм, 1996), 77-78.</p> <p>21. Ibid., 74-75.</p> <p>22. <i>Eva magazine</i> (October 2003), 42.</p> <p>23. <i>Eva magazine</i> (October 2003), 42.</p> <p>24. For example see www.bulpress.net/article/6261.</p> <p>25. Корнелия Славова, <i>Феминистки разноречия Изток-Запад (Feminist Dissension East-West)</i>, в: <i>Майки и</i></p> |
|---|---|

дъщери. Поколения и посоки в българския феминизъм (Mothers and Daughters. Generations and Directions in Bulgarian Feminism)) (София: Полис, 1999), 9.

26. Красимира Даскалова, *Българските жени в социални движения, закони и дискурси* (1840 – 1940) (Bulgarian Women in Social Movements, Laws, and Discourses (1840-1940)), в: *От сянката на историята: жените в българското общество и култура* (From the Shadow of the History: Women in Bulgarian Society and Culture) (София: Лик, 1998), 33 – 37.
27. Рут Дитрих. *Трансформация и еманципация на Изток: гледната точка на Запад* (Transformation and Emancipation in the East: The West's View) в: *Жените: справедливост днес* (The Women: Justice Today) (София: Институт по социология при БАН, 2000), 51.

дъщери. Поколения и посоки в българския феминизъм (Mothers and Daughters. Generations and Directions in Bulgarian Feminism)) (София: Полис, 1999), 9.

26. Красимира Даскалова, *Българските жени в социални движения, закони и дискурси* (1840 – 1940) (Bulgarian Women in Social Movements, Laws, and Discourses (1840-1940)), в: *От сянката на историята: жените в българското общество и култура* (From the Shadow of the History: Women in Bulgarian Society and Culture) (София: Лик, 1998), 33 – 37.
27. Рут Дитрих. *Трансформация и еманципация на Изток: гледната точка на Запад* (Transformation and Emancipation in the East: The West's View) в: *Жените: справедливост днес* (The Women: Justice Today) (София: Институт по социология при БАН, 2000), 51.