

Feminizem in kritična politična ekonomija komuniciranja

Abstract

Feminism and Critical Political Economy of Communication

The article deals with the study of feminist analysis in the field of political economy of communication. We discuss feminisms that flirt with Marxism, socialist and radical feminism, in the light of the importance of studies in the field of communication. We highlight the relevance of the feminist critique of Marxism, drawing attention to the engendered class and addressing the inequalities of capitalist society, not only in the sphere of production but also with relation to the reproductive labor. We introduce notions of "capitalist patriarchy" and "sex class" in order to emphasize the dialectical relationship between the class stratification and hierarchical structuring of capitalist society. We problematize the decline of the materialist perspectives in feminist critique as a turn to discourse and ideology while marginalizing class as an analytical category. In this article, we introduce an intersectional understanding of gender that contributes to gender de-essentialization and de-homogenization. Attention is also paid to prospects for the feminist political economy of communication today, to how it is constituted and what types of analyses it brings and why it is important for the understanding of contemporary society and the processes of communication.

Keywords: feminism, radical feminism, political economy of communication, capitalist patriarchy

Mojca Pajnik is Senior Research Fellow at Peace Institute and Lecturer at the Faculty of Social Sciences, Department for Media and Communication Studies, University of Ljubljana. (mojca.pajnik@mirouni-institut.si)

Povzetek

V članku se ukvarjamo s proučevanjem feministične analize na področju politične ekonomije komuniciranja. Obravnavamo perspektive feminizmov, ki se spogledujejo z marksizmom, socialistični in radikalni feminizem, v luči pomena za študije s področja komuniciranja. Zanima nas relevantnost feministične kritike marksizma, ki opozori na uspoljenost razreda in v obravnave neenakosti kapitalistične družbe poleg analize produkcijskih razmerij vnese kritiko reproduktivnega dela. Vpeljemo definicijo »kapitalističnega patriarhata« in »spolnega razreda«, da bi poudarili dialektično razmerje med kapitalistično razredno razslojenostjo in hierarhično spolno strukturiranostjo kapitalistične družbe. Zaton materialistične perspektive v feministični kritiki problematiziramo kot obrat k diskurzu in ideologiji ob hkratni marginalizaciji razreda kot analitične kategorije. V članku vpeljemo tudi intersekcionalno razumevanje spola kot neesencialistično razumevanje, ki spol dehomogenizira. Pozornost namenjamo tudi perspektivam za feministično politično ekonomijo komuniciranja danes, ugotavljamo, kako se konstituira in kakšen tip analize prinaša ter zakaj je pomembna za razumevanje sodobne družbe in procesov komuniciranja.

Ključne besede: feminizem, radikalni feminizem, politična ekonomija komuniciranja, kapitalistični patriarhat

Mojca Pajnik je višja znanstvena sodelavka na Mirovnem inštitutu in predavateljica na Fakulteti za družbene vede, na Katedri za medijske in komunikacijske študije. (mojca.pajnik@mirouni-institut.si)

Uvod

Veliko besedil se je že ukvarjalo z vprašanjem, kako misliti feminizem, s pojasnjevanjem njegovega pomena in razvoja, tudi v slovenskem prostoru. Zgodovino ženskega gibanja obravnavata denimo Jogan (2001) in Leskošek (2002), veliko je del, ki analizirajo spolne vloge, nasilje, neenakost, spolne identitete idr. in ugotavljajo njihov družbeno-politični pomen, kot tudi pomen za feministično gibanje v slovenskem in širšem jugoslovanskem prostoru (Jalušič, 2002; Leskošek, 2002; 2006; Ule, 2009). V mednarodnem kontekstu so v zadnjih treh desetletjih pogoste razčlenbe feminizmov in obravnave liberalnega, marksističnega, socialističnega, psihoanalitičnega, poststrukturalističnega, postmodernega, lezbičnega feminizma, transfeminizma, postfeminizma idr. Obenem obstajajo feminizmi, ki jih ne moremo uvrstiti v katero od omenjenih kategorij. Ni naš namen v tem članku prispevati k reprodukciji klasificiranja, ki, ne nazadnje, teži k zakrivanju kompleksnosti feminizma. Kljub temu se klasifikacijam ne izognemo povsem: v obravnavi feministične politične ekonomije komuniciranja poudarjamo ideje, ki bi po omenjenih klasifikacijah spadale v socialistični, marksistični in radikalni feminizem oziroma bi se umestile na njihovih križiščih. To so namreč feminizmi, ki vpeljejo perspektive historičnega materializma, povežejo razred s spolom, kapitalizem s patriarhatom in se v teh poudarkih konstituirajo v področje politične ekonomije, z analizo uspoljenosti medijske družbe pa tudi v področje politične ekonomije komuniciranja.

Različnim feminističnim perspektivam je seveda skupno strinjanje, da je sodobna družba maskulinistična, uspoljena, da generira neenakost, eksploatacijo in podrejanje žensk. Razlike najdemo v obravnava procesov neenakosti, eksploatacije in podrejanja, v iskanju odgovorov, ali so ti primarno biološki, socialno psihološki, socialno kulturni, politično ekonomski oziroma njihova kombinacija. Posledično se razlikujejo tudi analize: liberalni feminizem, ki aplicira liberalno politično filozofijo Locka, Milla, Rawlsa, Wollstonecraft, išče odgovore v spremembah zakonov in politik, radikalni feminizem se denimo opira na Simone de Beauvoir in njeno refleksijo biološkega razlikovanja, ki postane podlaga za reprodukcijo patriarhata, psihoanalitični pristop, tudi poststrukturalistični, analizirata spolne neenakosti skozi analizo jezika, socialistični feminizem pa z analizo kapitalističnega sistema v povezavi s patriarhatom. Tu gre za poenostavljen povzetek, ki ne vključuje vseh feminizmov, obenem jih veliko analizira spol z več različnih stališč, v prepoznavanju kompleksnosti spolov in spolnih vlog. Razlikujejo se tudi metodološki pristopi: tisti, ki spol pojasnjujejo na bolj individualni ravni, pogosto aplicirajo metode iz humanistike, politično ekonomski pristop pa prinaša več družboslovnih in historičnih analiz.

V tem članku se ukvarjamo s proučevanjem feministične analize na področju politične ekonomije komuniciranja, ki postane aktualna v 70. letih prejšnjega stoletja. Da bi kontekstualizirali njen pomen, najprej obravnavamo feminizem, ki se je spogledoval z marksizmom, t. i. socialistični feminizem in osvetlimo njegov pomen za študije s področja komuniciranja. Nadalje tematiziramo zatoni materialistične perspektive v feministični kritiki, ki je problematizirana kot postmoderni obrat h kulturnim študijam v feminizmu. Ugotavljamo tudi, kakšne so perspektive za feministično politično ekonomijo komuniciranja danes, kako se konstituira, in kakšen tip analize prinaša ter zakaj je, pa čeprav marginalizirana, pomembna za razumevanje sodobne družbe in procesov komuniciranja.

Kapitalistični patriarhat: misliti stičišča marksizma in feminizma

Pozornost najprej namenjamo socialističnemu feminizmu, ki je za nekatere (Steeves in Wasco, 2002: 21) ključen za razumevanje feministične politične ekonomije komuniciranja. Socialistični feminizem (Eisenstein, 1979a) v svoji marksistični analizi prepoznava relevantnost Engelsovega dela *Izvor družine, privatne lastnine in država* (1884), v katerem podrejanje

žensk vidi v zakoličenju monogamnih družinskih norm, povezanih z izrinjanjem produkcije iz doma, iz zasebnega, kot posledico kapitalizma, kar je pripeljalo do vzpostavitve elit v njihovem nadzoru nad produkcijskimi sredstvi. Moški so zapustili domove, postali kapitalisti ali delavci, predvsem pa so pridobili nadzor nad kapitalom v družini. Engels pritrjuje, da se delitev dela iz družine prenaša v družbo, vendar je podrejenost žensk pojasnjena, kot da izhaja izključno iz razmerij produkcije. Engels prepoznava podrejanje ženske v zasebni sferi v odnosu do družbene produkcije v javnem, edini vzrok zanjo pa vidi v razmerjih zasebnega lastništva, ki izključujejo ženske. Reprodiktivno delo žensk, ki omeji njihovo produktivno vlogo, ni prepoznano za problematično.

Po Engelsu naj bi emancipacija žensk nastala z večjo prisotnostjo žensk na področju produkcije. Danes vidimo, da se njegovi ideali niso uresničili. Z razvojem kapitalizma je število žensk na področju produkcije vsekakor naraslo, kar pa ni odpravilo spolnih neenakosti. Obenem naj bi emancipacija po njegovem mnenju nastala z minimizacijo gospodinjskega dela, ko to (ženskam) vzame čim manj časa oziroma je posledično preneseno zunaj doma, v javno. Danes vidimo, da se količina (ženskega) dela v zasebnem življenju ni zmanjšala, prej nasprotno, tudi kot posledica rasti družbe potrošnje, in tudi, da prenos reproductivnega dela v javno ni zmanjšal spolne delitve dela oziroma jo je celo povečal – Engels ni predvidel, da bo reproductivno delo tudi v javnem življenju ostalo žensko delo (Eisenstein, 1979b: 15).

Engelsovo delo je kljub kritikam pomembno ekspliciralo podrejanje žensk v kapitalistični družbi skozi družino: kritike so mu očitale tudi, da ni prepoznal podrejanja delavk, torej žensk kot predstavnic delavskega razreda, kot tudi, da je podrejanje videl zgolj v monogamni družini, ki se vzpostavi s kapitalizmom, ne pa tudi v drugih tipih (predmodernih) družin. Socialistični feminizem, ki se razvije pod vplivom marksizma, se torej strinja z Marxom in Engelsom, da kapitalistična produkcija in razredna razslojenost pojasni podrejanje žensk; feministične marksistične analize tako tematizirajo nadzor moških nad ženskim delom, razlike v plačah, v hierarhiji delovnih mest, neenakost pri delu v družini idr. Feminizem v kritični analizi Marxa obenem vztraja, da neenakost žensk ni izključno (pa čeprav je ključna) posledica kapitalizma, da podrejanje po spolu poznajo tudi druge družbe. Recipročni odnos med družino in družbo, produkcijo in reproductucijo je tisti, ki definira življenje žensk. Zato se mora proučevanje podrejanja žensk ukvarjati tako s spolnimi kot z materialnimi razmerji, da bi razumeli podrejanje in ne zgolj ekonomsko eksploatacijo (Eisenstein, 1979b: 16). Za feministično kritiko marksizma je ključno, da v analizah kapitalizma odpiramo vprašanja spolne delitve dela v razmerju med produkcijo in reproductucijo, kot tudi, da prepoznamo ideologiziranje tega razmerja.

Feministična analiza vpelje patriarhat kot dopolnilni pojem razredu v analizi procesov podrejanja po spolu. Zillah Eisenstein kot osrednji pojem socialističnega feminizma definira »kapitalistični patriarhat«, da bi poudarila dialektično razmerje med kapitalistično razredno razslojenostjo in hierarhično spolno strukturiranostjo kapitalistične družbe; feminizem in marksizem združuje v »socialistični feminizem«, ki ga tematizira na točki spolne delitve dela. Materialna razmerja v kapitalizmu razširja na materialna razmerja v kapitalističnem patriarhatu. Za to feministično perspektivo je ključno, da analize ne reducira zgolj na razredna razmerja, na konflikt razredov po Marxovi teoriji eksploatacije, ki se ustavi pri teoriji razredne zavesti, »požre« spol in posledično zanemari neenaka spolna razmerja. Zato feministične kritike ne smemo omejiti na razredno zavest.

Ker Marx ni obravnaval hierarhičnega strukturiranja po spolu, zanj *potencia*, zmožnost delovanja »revolucionarnega subjekta« oziroma revolucionarna zavest (nasproti realnosti materialističnih razmerij), težko velja za ženske. Eksploatacija proletariata, moških in žensk, ima za Marxa edinstven vir oziroma je izključno posledica razrednih razmerij v kapitalistični družbi. Ker zanemari uspolnjeno strukturnih razmerij, odprava kapitalistične eksploatacije še ne prinese sama po sebi odprave eksploatacije za ženske. Kot je bilo rečeno, je problem tudi v tem, da marksizem sferi reproductucije nameni občutno premalo pozornosti, saj se hierarhična razmerja vzpostavljajo tudi na drugih področjih, ne zgolj v odnosih, ki so značilni za

proizvodna razmerja v kapitalizmu. Razmerja med spoloma v družini torej niso konstituirana zgolj v odnosu do sredstev produkcije, ampak tudi v odnosu do reprodukcije in reproductivnega dela v družini, ki je predvsem delo žensk; reproductivna razmerja so pri Marxu posrkana v produkcijska razmerja. Ena ključnih kritik (radikalnega, socialističnega) feminizma do marksizma je torej, da za Marxa izkoriščanje delavcev v kapitalizmu zajame tudi zatiranje žensk v razmerjih patriarhata; izkoriščanje delavcev je privilegirano v odnosu do zatiranja žensk. Iz tega izhaja kritika, da je razred za Marxa spolno nevtralen, medtem ko je za feminizem razred jasno pristranski po spolu.

Perspektiva radikalnega feminizma poudarja, da je biološka razlika moško/žensko uporabljena za reprodukcijo podrejanja žensk. Uspoljenost dela in družbe na splošno je bistvo hierarhizacije kapitalistične družbe, ki reproducira delitve med moško in žensko vlogo. Vloga, namen, kreativnost, delo idr. so spolno determinirani; spolna, ne ekonomska razmerja so torej ključna za kakršnokoli pomenljivo »revolucionarno analizo« v perspektivi radikalnega feminizma (Eisenstein, 1979b: 17). Ključna so torej razmerja po spolu, ne razmerja med buržoazijo in proletariatom, in reproductivna in ne produktivna razmerja. Patriarhat se reproducira skozi razmerja v družini, poroko, spolno delitvijo dela ipd. in je zakoreninjen biološko, ne toliko ekonomsko. Firestone (1970) v knjigi *Dialectic of Sex* poudarja, da je izkušnja podrejenosti žensk inherentno povezana z ženskim spolom; ženska reproductivna vloga je v središču njene podrejenosti. Avtoričina ideja »spolnega razreda« (*sex class*) se odmakne od marksističnega pojmovanja ekonomskega razreda: ženska kot spol je razred, moški je drugi in nasprotni razred.

Perspektiva radikalnega feminizma je bila deležna kritik, zlasti da esencializira biološki spol, producira biološki determinizem in prezentira žensko telo kot ključni kriterij njenega obstoja. Kritike so bile tudi, da predvideva negativno svobodo, svobodo ženske od lastnega telesa, medtem ko potrebujemo pozitivni model razumevanja družbenih razmerij. Socialistični feminizem oziroma kapitalistični patriarhat Zillah Eisenstein (1979a; 1979b) definira kot odgovor na zagate tako marksizma kot radikalnega feminizma. Medtem ko prvemu očita, da zanemari spol, drugemu očita, da spol biološko determinira. Zavezništvo bi pomenilo dialektično obravnavo patriarhata in kapitalizma kot medsebojno soodvisnih sistemov, ki ne delujeta avtonomno, ampak skupaj, součinkujeta v podrejanju žensk. Socialistični feminizem podrejanje torej analizira tako skozi razred kot skozi patriarhalna razmerja – kapitalistični patriarhat za Eisenstein prinaša sintezo sistemov.

Avtorica pri tem loči eksploatacijo in podrejanje: prva navaja ekonomsko realnost kapitalistične družbe za moške in ženske, druga se nanaša na položaj žensk in manjšinskih skupin v patriarhalnih, rasističnih, kapitalističnih odnosih. Eksploatacija je to, kar se moškim in ženskam dogaja na trgu dela; podrejanje se dogaja kot posledica eksploatacije žensk kot delavk, nastopa pa tudi kot posledica patriarhalnih hierarhij, v katerih se ženska umešča kot mati, delavka, potrošnica idr. Rasno razlikovanje še pogloblja podrejanje za določene ženske (Eisenstein, 1979b: 22).

Kapitalistični patriarhat naj bi zahteval odpravo dualističnega (ne)mišljenja; zahteva mišljenje skozi dihotomije razred in spol, zasebno in javno, gospodinjsko in mezдно delo, družina in ekonomija. Socialistični feminizem naj bi torej nadgradil marksizem, kot tudi pojmovanja radikalnega feminizma: izostril naj bi idejo o součinkovanju kapitalizma in patriarhata za podrejanje žensk. Problem spolne neenakosti socialistični feminizem analizira historično, tudi čezsistemsko – podrejanje ni zgolj posledica kapitalističnega sistema; patriarhat je čezkulturni in je institucionaliziran s spolno hierarhijo v različnih družbenih sistemih. Za feminizem je patriarhat torej predkapitalističen, za marksizem je posledica kapitalizma.

Feministični historični materializem (Hartsock, 1985; Delphy, 1981) nas torej usmerja v tematizacijo položaja žensk v patriarhalni kapitalistični družbi. Gre za tematiziranje spola v temgovem ekonomskem, socialnem, ontološkem kontekstu (denimo pristop S. de Beauvoir in njene sinteze biološkega in družbenega spola). Ta perspektiva v feminizmu (Eisenstein, 1979a; Hartsock, 1985) torej izostril tezo o součinkovanju sistemov patriarhata in kapitalizma – za

reprodukcijo družbe, temelji pa na ideji, da se globalni kapitalizem oplaja na podlagi spolne delitve dela. Ženske so bile matere tudi v predkapitalistični družbi, šele kapitalistična družba pa jih je ustvarila za gospodinje. Gospodinja se je pojavila skupaj s proletariatom; kombinacija neplačanega reproduktivnega dela in meznega produktivnega je zmagovalna kombinacija za kapitalizem, za oplajanje kapitala in to je v fokusu analize socialističnega feminizma oziroma feminističnega historičnega materializma. Spolna diferenciacija tako dela kot družbe na splošno deluje za oplajanje kapitala, saj producira neplačano družinsko (reproduktivno) delo in neenako plačano žensko (produktivno) delo. Ta perspektiva feminizma obenem postavi nastavke tudi za tematizacijo razlik med ženskami glede na razredni položaj – poznejši feminizmi razredu dodajo druge kategorije, seksualnost, etničnost idr. Obravnava torej položaj žensk v produkcijskem, reprodukcijemskem in potrošniškem razmerju, kjer ženska nastopa kot mezdna delavka, ki delo opravlja za nizko plačilo, tudi kot mati, gospodinja, potrošnica, vendar se vloga žensk razlikuje: npr. položaj mezdne delavke se razlikuje od položaja premožne ženske, ki ne dela, opravlja neplačano delo doma in/ali poklicno na trgu dela.

Postmodernistični obrat in zaton razreda kot analitične kategorije

V enem odmevnejših del s področja feminizma in politične ekonomije komuniciranja *Sex and Money, Feminism and Political Economy in the Media* Ellen Riordan (2002: 3) ugotavlja, da medtem ko feminizem denimo v sociologiji pogosto tematizira ekonomske strukture in njihove negativne učinke na življenje žensk, dela s področja komunikologije iz feministične perspektive gravitirajo k vprašanjem reprezentacije in identitete, ki sicer preokupirajo teoretike kulturnih študij. Podobno ugotavljata Dow in Condit (2005: 452–453, 457) v študiji, ki prinaša pregled feministične znanstvene literature s področja komuniciranja: avtorici ugotavljata, da se največ objav osredinja na vprašanja reprezentacije spola in seksualnosti v medijskih besedilih, od televizijskih žanrov, zlasti drame in situacijske komedije, do informativnih programov in oglasov. Obenem ugotavljata porast števila študij občinstva kot posledico vpliva kulturnih študij na feministično analizo komuniciranja. Kot vidnejšo značilnost teh študij navajata uporabo etnografskega pristopa k proučevanju na manjšem vzorcu; te študije se praviloma izognejo »tradicionalni« metodologiji za generiranje reprezentativnih rezultatov (Dow in Condit, 2005: 457–458).

Socialistični feminizem, kot ugotavljata Steeves in Wasko (2002: 23), ki sicer nikoli ni bil dominantna paradigma v feminizmu, je doživel viden zaton v zadnjih treh desetletjih, od obrača h kulturnim študijam v feminizmu, ki ga Barrett (v Steeves in Wasko, 2002: 23–24) razume kot obrat od stvari (nizka plača, spolno nasilje, pismenost žensk) k besedam, verbalnim in vizualnim simbolom v tekstu. Ta obrat je še posebej viden ravno v študijah s področja komuniciranja, ki se napajajo v teorijah Foucaulta, Halla, Derridaja, Saussura in Lacana.

McLaughlin (2002: 30) opozarja, da si feminizem kulturnih študij ni samo izposodil, ampak je bil konstitutiven v njihovem kreiranju. Kulturne študije so bile namreč v zadnjih desetletjih precej bolj odprte za tematiziranje spola, ki je v politični ekonomiji komuniciranja spregledana tema (Mosco, 1996: 231). Zlasti drugo valovsko tematiziranje razlike in različnosti, preseganje esencializacije kategorij, kot so spol, razred, rasa, so teme, ki so našle več prostora v kulturnih študijah kot v politični ekonomiji. Ne nazadnje so se tudi vzpostavile na kritiki marksizma, obenem pa politična ekonomija ni bila ravno odprta za feministično analizo (McLaughlin, 2002: 31–32).

Postmodernistični obrat je treba razumeti v kontekstu diverzifikacije feminizmov od 70. let prejšnjega stoletja naprej. V 70. letih, v času t. i. drugega vala feminizma, so se razprave o spolu osredinjale okrog pojma enakosti. V »perspektivi enakosti« so razlike po spolu obveljale za manifestacijo seksizma, kreacijo patriarhalne družbe, ki upravičuje neenakost. Razlike so bile torej sproducirane za utrjevanje dominacije moških, zato je enakost mogoče doseči zgolj s

transcendenco spolnih razlik. Razlika je inferiornost in jo je za doseganje enakosti treba zavreči. Pozneje, v 80. in 90. letih, so v »perspektivi razlik« (cf. Young, 1990) prevladala nasprotna stališča, ki so zagovarjala »pravico biti različen«: ne gre za asimilacijo, za transcendenco partikularnosti spola, za nevtralizacijo razlik, ampak, nasprotno, za vizibilizacijo razlik kot strategijo preseganja dominacije in neenakosti po spolu. Miroljubnost, intuitivnost, socialna usmerjenost, »družinskost«, emocionalnost ipd. kot domnevne lastnosti žensk je perspektiva razlik slavila v skepticizmu do individualnosti, racionalnosti, kompetitivnosti kot domnevnih lastnosti moških.

V poznejših razpravah so se nekateri zavzeli za odpravo dihotomije enakost–razlika (Scott, 1988), češ da niti nevtralizacija niti slavljenje razlik ne more razrešiti problemov z enakostjo oziroma oba pristopa tvegata reprodukcijo neenakosti. Ujetost v binarno logiko se je razreševala (kot tudi sicer pogosto v teoretskih razpravah) z: a) uvedbo novih pojmov in b) novim opomenjanjem starih. Uvedba pojma »raznolikost« (*diversity*) naj bi razrešila dilemo dualizma oziroma preseгла idejo, da je enakost antiteza razlike. Oziroma, povedano drugače, premestitev razprave se zgodi na točki sinteze enakosti in razlik (na primer v delih N. Fraser, cf. 1997): enakost ne predvideva »biti enak« (*sameness*), razlika pa ne predvideva nujno neenakosti.

Te razprave so pripomogle k diverzifikaciji feminizma. Poststrukturalistični, postmodernistični in psihosocialni feminizem, tudi postkolonialne študije s fokusom na kritiki etnocentrizma v feminizmu od 80. let naprej, so predvsem tematizirali potrebo po preseganju esencializacije ženskega subjekta, tudi kot odgovor na marksistično-socialistično esencializacijo spola in patriarhata (pa čeprav se, zanimivo, socialistični feminizem, kot smo podarili zgoraj, deklarativno oblikuje kot odgovor na esencializacijo). Prenese lo fokus proučevanja od strukture na posameznika. Feministična kritika je zlasti v obdobju od 80. do 90. let prejšnjega stoletja v marksistični analizi prepoznala pomanjkljivost v esencializiranju žensk, zapostavljanju heterogenosti realnosti na podlagi izkušenj žensk in s tem tudi poenostavljeni analizi prek koncepta patriarhata. V tem kontekstu je nastal obrat od proučevanja družbenih struktur, še zlasti materialnih struktur neenakosti k diskurzu, simbolu, ideologiji. Sočasno so se feminizmi iz družboslovja množično preselili v humanistiko, tako konceptualno kot metodološko.

Feminizem se v kulturnih študijah torej upira esencializaciji spola in obenem opozori na druge kategorije, kot so rasa, etničnost, seksualnost, pri čemer je ključno vprašanje v razmerju med kulturnimi študijami in politično ekonomijo, ali je razred osrednja struktura dominacije, s spolnimi, rasnimi idr. razlikami, ki izhajajo iz produkcijskih razmerij, oziroma ali te razlike konstituirajo alternativne strukture dominacije, ki niso pogojene zgolj z razredom (McLaughlin, 2002: 31). Feministična teorija prepletenost strukturalnih razmerij na točki spola, razreda, rase v zadnjem času intenzivno tematizira z interseksionalnostjo, ki poudarja, da križanje več razmerij – in ne dominacija enega samega (razreda) – generira neenakosti. Iz perspektive, ki se upira esencializaciji, razred, ne nazadnje kot kategorija, ki temelji na delavcu kot moški kategoriji, ni izključni vir podrejanja. Po drugi strani vidimo, da je posledica teženj po preseganju esencializacije razreda prinesla njegovo devalvacijo kot analitične kategorije, kar se je pospešilo s 'postmodernističnim obratom'.

Do odmika od feminističnega materializma je torej prišlo na eni strani pod vplivom diverzifikacije feminizma, teoretizacij znotraj drugega vala, ki so kritizirale esencializacijo ženske in tematizirale heterogenost, različnost umeščanja ipd. Na drugi strani je odmik prinesla kritika marksističnega tipa analize in radikalnega, socialističnega feminizma, ki da se nezadostno ukvarja samo z makroanalizo. Naša teza je, da so ti premiki vplivali na študije s področja feministične politične ekonomije komuniciranja, ki se zdi, da v zadnjih petnajstih letih predvsem pomirjajo napetosti med pristopoma politične ekonomije in kulturnih študij, kot bi se zagovarjale, s čimer (nehote) pripomorejo k zatonu pristopa politične ekonomije. Drža ni več afirmativna, ampak prevladujoče defenzivna, v duhu pomirjanja konfliktov med pristopi – zaton znanstvene produkcije, ki bi prevzela pristop feministične politične ekonomije, vsekakor ne kaže pozitivnega učinka takšnega pomirjanja. Prej nasprotno, obenem pa se zdi, da se tudi analiza »modernizira, postaja bolj upravljiva, o sebi pravi, da je kompleksna, holistična

in interdisciplinarna« (Steeves in Wasko, 2002: 17), kar hkrati pomeni tudi bolj oddaljena od perspektiv historičnega materializma.

Tu ne podajam pozitivnega/negativnega vrednotenja teh trendov, ne nazadnje je izključevanje ženske izkušnje dolgo zaznamovalo znanstveno obravnavo, kljub temu pa opozarjam na krčenje prostora pri proučevanju komuniciranja za obravnavo s stališč historičnega feminističnega materializma. Ta je pomembna, ne nazadnje se s postmodernističnim obratom kot alternativo očitku o totaliziranju patriarhata pozablja, da večnivojskost identitet, cvetenje razlik, za kar da ni prostora v »marksističnem spolu«, ni zanikano v kapitalističnem sistemu in načinu produkcije, prej nasprotno (McLaughlin, 2002: 33). Poleg tega se zdi, da sta spol in rasa (in druge kategorije) pogosto dodana razredu, učinek »svete trojice spol, rasa, razred« pa je predvsem v devalvaciji učinkovanja razreda (ibid: 40). Namesto razreda zdaj prevladujejo postmoderni koncepti občinstva, skupnosti idr., o katerih McLaughlin (2002: 39) pravi, da v obravnavi razmerij moči pogosto spregledajo izkušnjo razreda.

K feministični politični ekonomiji komuniciranja

Za potrebe krajše definicije na tem mestu lahko rečemo, da se politična ekonomija komuniciranja ukvarja predvsem s proučevanjem ekonomskih struktur, ki vladajo v medijski industriji. Smythe (1960) jo definira kot alokacijo sredstev za produkcijo in distribucijo medijskih produktov. Ukvarja se tudi s porabo, ki jo razume kot odgovor na ekonomsko krizo hiperprodukcije in kot odgovor na politično krizo (Mosco, 1996). Iz perspektive politične ekonomije so na primer relevantne teme, kot so analiza medijske produkcije, razmerij, v katerih produkcija poteka, analiza medijskega lastništva, nadzora nad mediji, komodifikacija medijskih produktov, razmerja moči in neenakosti v procesih produkcije in potrošnje, mednarodno komuniciranje v razmerah kapitalizma itn. (Smythe, 1960; Schiller, 1971; Garnham, 1979). Večina študij s področja analize politične ekonomije komuniciranja izpušča vprašanje spola, saj prevzame binarno delitev moški/ženska in s tem predpostavko o maskulinističnem sistemu vedenja. Zato feministična politična ekonomija spol postavi v ospredje analize, poudari uspoljenost kapitalizma in se upira naturalizaciji androcentrizma, maskulinističnega organiziranja družbe; prepoznanje androcentričnosti družbenih struktur torej odpira pot za feministično epistemologijo v proučevanju politične ekonomije komuniciranja.

Knjiga *Sex and Money* se zavzame za premik k »feministični politični ekonomiji komuniciranja« na področju medijev in komuniciranja (Riordan, 2002: 4), ki jo vidi na presečišču mikro in makro ravni proučevanja, torej z vključevanjem izkušenj iz vsakdanjega življenja v institucionalno, strukturno analizo. Položaj in življenje žensk, kot tudi marginaliziranih skupin na splošno, je treba proučevati na presečišču spolnih in ekonomskih hierarhij, ki jih generirata kapitalizem in patriarhat. Izpuščanje strukturne analize oziroma povezave med vsakdanjo izkušnjo in strukturami kapitalizma in patriarhata pomeni nekritično participacijo v reproduciranju omenjenih struktur (ibid).

Feministična politična ekonomija zahteva odmik od konceptualizacije politične ekonomije izključno na podlagi razrednih odnosov in dela, za širše razumevanje kapitalizma in njegove reprodukcije. Obenem je za ta pristop ključno, da se ne posveča zgolj kritiki produkcije, kar je prevladujoče za politične ekonomiste, zato nas ne preseneča, da se študije podrobneje posvečajo tudi analizi potrošnje (van Zoonen, 1995; Meehan in Riordan, 2002). Riordan (2002: 8), ki se zavzame za spravo med kulturnimi študijami in politično ekonomijo, poudarja, da je za pristop ključna obravnava produkcije skupaj s potrošnjo kot obeh integralnih delov akumulacije kapitala. Zato niti ni presenetljivo, da Riordan feministično politično ekonomijo loči od socialističnega feminizma, češ da se zadnji ukvarja z markoanalizo, feministična politična ekonomija pa poudarja tudi mezo- in mikroraven. Lahko smo tudi kritični do takšnih poskusov razmejevanja, ki navsezadnje poenostavljajo feminizme, v tem primeru socialističnega, ki je

denimo z refleksijo potrošnje pokazal na negativne posledice za ženske v vsakdanjem življenju (cf. Eisenstein, 1979a).

Riordan (2002: 6), ki definira potrošnjo kot »integralni del reprodukcije kapitalizma, razredne neenakosti in podrejanja žensk«, zagovarja, naj se politična feministična ekonomija komuniciranja ne ukvarja zgolj s proučevanjem pomena potrošnje kot posledice krize prevelike produkcije, ampak tudi s proučevanjem želja, potreb, zadovoljstva v povezavi s potrošnjo oziroma s kombinacijo 'patosa' in krize prevelike produkcije (ibid). Avtorica obenem opozarja, da se feministična analiza ne sme zadovoljiti z obravnavo potrošnje kot kulturne prakse, ampak naj (tudi zato, ker kapitalizem je kulturna praksa), proučuje potrošnjo kot ekonomsko prakso.

Dodamo lahko, da ne gre zgolj za vključevanje »patosa« v analizo, ampak tudi (oziroma predvsem) za razumevanje potrošnje kot (neplačanega) dela, ki primarno obremeni ženske. Delo *Sex and Money* ima nedvomno prepoznaven pomen za razvoj feministične perspektive v analizi ekonomije medijev in komuniciranja. V navezavi na nekatera prejšnja dela s področja feminizma in politične ekonomije, zlasti imamo tu v mislih knjigo *Capitalist Patriarchy and the Case for Socialist Feminism*, ki jo je leta 1979 uredila Zillah Eisenstein, v *Sex and Money* lahko zaznamo mehkejši odnos do kulturnih študij, konkretno na točki analize potrošnje. Medtem ko Riordan (2002) potrošnjo obravnava tudi kot patos in opozarja na njene morebitne učinke opolnomočenja žensk, se Weinbaum in Bridges (1979, torej dobrih dvajset let prej) v analizi potrošnje kot uspoljene prakse ogradita od možnosti za njeno obravnavo kot prakse opolnomočenja. Avtorici se osredineta na obravnavo potrošnje kot ekonomske prakse, ki je strukturirana skozi družinsko okolje, zasebnost doma, in je potisnjena v domeno ženskega neplačanega dela. Pristopa se razlikujeta tudi kot posledica razvoja feminizma, njegove diverzifikacije in hkrati oddaljevanja od marksizma, kar je trend od 80. let naprej, češ da ne ponudi prostora za tematizacijo ženske izkušnje.

Ženske so bile skozi zgodovino izključene iz politike in ekonomije, naracije iz vsakdanjega življenja v začetku niso našle prostora niti v prevladujočih orientacijah v znanosti s področja komuniciranja. Iz te perspektive nas fascinacija feminizma s kulturnimi študijami niti ne prese- neča. Kljub temu ob vsej relevantnosti študij, ki na mikroravni tekstov opozarjajo na ideološko reprodukcijo neenakosti med spoloma ali ki ugotavljajo opolnomočenje žensk, denimo na podlagi recepcije ikon iz popularne kulture, pogosto umanjka navezava vsakdanjega življenja na strukturno raven kapitalistične družbe. Feminizem na področju komuniciranja se ne sme ustaviti pri reprodukciji ideologij in tezi o opolnomočenju, sicer poenostavlja kompleksno spolno neenakost. »Izkušen žensk ne smemo zanemariti, tudi ko nasprotujejo očitnim struk- turnim realnostim patriarhata in kapitalizma, toda feministična *praxis* bi bila zavedena, če ne postavimo ženskih izkušenj v kontekst materialnih razmerij.« (Riordan, 2002: 4)

Vendar pa je bila v feministični politični ekonomiji tudi teza o opolnomočenju že demi- stificirana: McLaughlin (2002: 38) denimo opozarja na analize, ki tematizirajo osvobajanje žensk, prek medijskih besedil oziroma reflektiranje lastnih izkušenj z njihovo pomočjo, kar je morda vse relevantno, je pa jasno, da ne spreminja obstoječega položaja žensk v patriarhalni medijski kulturi. Navsezadnje so lahko navidezne kontradiktornosti med pristopi dejansko manjše, kot si predstavljamo: analize televizijskih žanrov, ki predvidevajo aktivno občinstvo, pogosto ne ugotavljajo opolnomočenja žensk, ampak ravno nasprotno, odstirajo nemoč žensk v odnosu do medijatizirane produkcije.

Med značilnosti pristopa feministične politične ekonomije komuniciranja štejemo 'kritič- nost' v analizi; kritika kapitalizma naj bo v središču feministične politične ekonomije. Ni pa kritična orientacija nekaj samoumevnega. Klasična politična ekonomija, ki sicer pravilno iden- tificira sile kapitalizma, ni kritična in dejansko teži k naturalizaciji teh sil. Tudi feminizem ni *a priori* kritičen v orientaciji. Liberalni kapitalizem je bil denimo deležen kritik o naturalizaciji kapitalizma in patriarhata, pa čeprav se ukvarja s kritično analizo spolne neenakosti, ki ju sistema generirata (Riordan, 2002: 6).

Pristop feministične politične ekonomije si torej prizadeva za ponovno legitimizacijo »kri-

tike« v proučevanju, ki je danes pogosto naturalizirana kot nekaj samoumevnega in posledično ni zares obstoječa, ali pa preglašena kot nekaj zastarelega, neprimernega za analizo aktualnosti. Ker predvideva kritiko, je dokaj logično, da se tu posvečamo zlasti obravnavi feminizmov, omejenih zgoraj, povezanih z marksizmom in socialističnim feminizmom, tudi zato, ker so se ti feminizmi ukvarjali s politično ekonomijo. Ne ukvarjamo se denimo s postmodernim feminizmom, ki, kot pravi Riordan (2002: 11), ne konstituira feministične politične ekonomije oziroma bi iz te perspektive denimo užitek v potrošnji, ki ga tematizirata postmoderna in psihoanalitični feminizem, morali obravnavati tudi oziroma predvsem v navezavi na medijatzacijo artefaktov za akumulacijo kapitala. Čeprav se feministična politična ekonomija oblikuje v čezdisciplinarni perspektivi, je materialistična konceptualizacija logično v njeni sredini.

Za pristop feministične politične ekonomije komuniciranja je torej ključna sinteza med vsakdanjim in strukturnim, med izkušnjo sistema in njegovimi strukturnimi značilnostmi. Kot smo omenili, ta pristop zagovarja obrat v kulturnih študijah v feminističnih analizah komuniciranja, in sicer v smeri sinteze v obravnavi spola kot izkušnje in njenega pomena v kontekstu značilnosti kapitalistične in patriarhalne družbe. Obenem si pristop prizadeva tudi za obrat v proučevanju politične ekonomije komuniciranja na splošno, in sicer od prevladujočih študij industrij, ki (praviloma nekritično) opisujejo proces produkcije, h kritični refleksiji družbenih procesov, ki jih zaznamujeta spolna in ekonomska neenakost.

Napetost med politično ekonomijo in kulturnimi študijami v zadnjih desetletjih McLaughlin (2002: 30) primerja s podobnimi razpravami o »poroki, ločitvi in spravi« med feminizmom in marksizmom (zadnje je pomenljivo ubesedeno v naslovu *The Unhappy Marriage of Marxism and Feminism* (Hartmann, 1981)). Kljub temu Steeves in Wasko (2002: 18) poudarjata potrebo po nadaljnji obravnavi poskusov integriranja politične ekonomije in kulturnih študij, kot tudi (socialističnega) feminizma in marksizma, čeprav težnje v obstoječi literaturi pokažejo na zaton obravnav zadnjega. Podobne težnje je mogoče zaznati tudi na samem področju politične ekonomije, kjer je nastal premik od makro- k mikroravni analize, od kritične marksistične politične ekonomije in obravnave družbenih struktur k rasti neoklasične ekonomije, skupaj s študijami industrij, in njenem osredinjanju na individualno.

Topike proučevanja v feministični politični ekonomiji komuniciranja

Individualizem, romantiziranje družinskega življenja, v katero je realociranega čedalje več (ženskega) dela – tudi z rastojo potrošniške medijatzirane družbe –, maskira odvisnost od patriarhalnih, etniciziranih kapitalističnih družbenih struktur (Eisenstein, 1998: 8). Razvoj medijske družbe, tabloidizacija življenja, razcvet spletnih klepetalnic ipd. odpravljata delitve na javno in zasebno; zasebnost postaja razgaljena v javnem, javno postaja stvar zasebnega – in, kot pravi Eisenstein (1998: 9), oboje izginja. S stališča feministične epistemologije, ki gradi na materializmu, širjenje kulture privatizma in familiarizma ni posledica demokratizacije komuniciranja, ampak ravno nasprotno, je posledica nedemokratičnosti, razširjene sebičnosti, samozadostnosti, družbene neodgovornosti in zatona javnega, prinaša pa slavljenje individualne iniciative in iznajdljivosti v medijatzirani kulturi, ki jo preveva želja po 'javni izkušnji'.

Gledamo, ampak zares ne vidimo, poslušamo, ampak zares ne slišimo, to so ponazoritve digitalne medijatzacije in privatizacije javnega življenja v aktualni medijski družbi. 'Feministični boj' tako poteka proti privatizaciji in konglomeraciji medijskega kapitala, ki javni interes reducira na zasebnega, korporativnega. Analiza komuniciranja s stališča 'kapitalističnega patriarhata' vsekakor pomeni kritično tehtanje delovanja sodobnih medijev kot tehnološko razvijajočega se kompleksa korporativnega kapitala. In ta kompleks je obravnavan kot tisti, ki reproducira patriarhalne hierarhije na svetovni ravni, pri čemer analitično pozornost odvrča od kritične analize struktur patriarhata in kapitalizma in jih obrača v smer slavljenja privatizma in individualizma (aktivni in opolnomočeni potrošnik je lahko prisposoda za takšen trend).

Primer takšne analize najdemo denimo v proučevanju mednarodnega komuniciranja s stališča feminizma (Sarikakis in Regan Shade, 2008), ki ga nekateri avtorji (Mosco et al., 2008) analizirajo z osredinjanjem ženskega dela v družini. Moderno gospodinjstvo mora biti danes opremljeno z različnimi tehnološkimi pripomočki, ki jih je treba kupiti, uporabljati in kupovati nove. Pripomočki zares ne olajšajo dela doma, prej ga reproducirajo; to je zdaj vse bolj odvisno od vedno novih pripomočkov (kabelska, satelitska, mobilne aplikacije, video in zvok, digitalne kamere idr.), ki jih je treba upravljati in kar je tudi časovno potratno, pri čemer se odnos do neplačanega dela ni spremenil. Neplačanega dela ni čedalje manj, nasprotno, vedno več ga je in to je simptomatično za družbo, ki delo širi v sfero potrošnje, kjer se reproducirajo razlike po spolu (ibid: 208–210). V tem kontekstu so za feministično epistemologijo relevantna vprašanja, ki jih je odpiral Smythe (1977) z analizo neplačanega dela, ki ga za medijsko industrijo opravijo gledalci, z nakupom in vzdrževanjem medijske opreme (takrat so to bili televizijski in radijski sprejemniki) in s pozornostjo, ki jo občinstvo namenja medijskim producentom in oglaševalcem. Nadgradnja takšnega pristopa s stališča feministične analize je denimo obravnava reprodukcije spolnih razlik skozi nematerialno delo (potrošnjo) v povezavi z medijsko industrijo (Meehan in Riordan, 2002).

Relevantne so tudi analize, ki problematizirajo neenakost po spolu pri zaposlovanju. Plače žensk so povsod po svetu nižje od plač moških, po podatkih Eurostata in ILO so deleži žensk v preernih delovnih razmerjih večji od deležev moških: več je žensk med zaposlenimi za krajši delovni čas, med začasno zaposlenimi, med brezposelnimi. Manj jih je na višjih, dobro plačanih delovnih mestih, ženske v večjem deležu opravljajo neplačano družinsko delo, imajo manjše možnosti kot moški za izboljšanje svojega položaja, več jih je kot moških med revnimi, nepismenimi, več jih je med žrtvami nasilja ipd. Vzorci neenakosti pri zaposlovanju žensk se reproducirajo v množičnih medijih, kot tudi v spletni industriji. Uredniške in menedžerske položaje v večini zasedajo moški, ženske se zaposlujejo pretežno kot asistentske, administratorke, tajnice, napovedovalke, maskerke ipd. Imajo manjše možnosti za napredovanje na delovnem mestu, so v bolj preernem položaju kot moški: več žensk v medijskem sektorju je zaposlenih za skrajšani delovni čas, več jih ima pogodbe za določen čas, za 10 do 20 odstotkov so ženske v medijih slabše plačane kot moški (Gallagher, 1995: 15–17; Pajnik, 2012). Podobno je v spletni industriji, kjer moški zasedajo izvršne in boljše plačane položaje, se ukvarjajo s tehnološkimi inovacijami in zagoni novih aplikacij, medtem ko ženske praviloma niso na izvršnih položajih v kreativnih industrijah, njihovo delo je pretežno ročno za nizko plačilo, pogosto začasno, npr. zbiranje in vnašanje podatkov, teledelo, klicni centri, pri čemer je pomenljivo tudi, da je delovna sila, ki v državah tretjega sveta v slabih delovnih razmerah izdeluje tehnološke pripomočke, pretežno ženska (Gallagher, 2008: 23; McLaughlin, 2008: 229).

S stališča feminističnega materializma se je treba obravnave medijev in komuniciranja lotevati z zavedanjem oziroma z osredinjanjem razrednih, spolnih, etničnih razlik razvijajočega se medijatiziranega komuniciranja, ki se čedalje bolj razvija na spletu in pod vplivom spleta. Problem medijatizirane komunikacije je za feministično analizo v naturalizaciji tega, kar vidimo, v odmikanju pozornosti od strukturnih neenakosti po spolu in moči. V tej luči so aktualne študije, ki se ukvarjajo s problematiziranjem takšnih naturaliziranih reprezentacij žensk in vloge žensk v kapitalistični družbi. Kritika je tako denimo usmerjena v proizvodnjo globaliziranih podob, ki posrkajo najstniška dekleta po vsem svetu. Analiza potrošniške družbe odpira vprašanja reprodukcije neenakosti skozi globalizirano industrijo produkcije popkulturne estetizacije podob; gre za študije, ki problematizirajo spolno neenakost v medijskih reprezentacijah, ki perpetuirajo podobo ženske v vlogi matere, žene, gospodinje (cf. Mattelart, 1986; van Zoonen, 1995).

Industriji množičnih medijev je dodan splet, ki ga prav tako kolonizirajo zasebna industrija in komercialno naravnana regulativa. Argumentacija tukaj prevzema princip analize, ki ga poznamo iz kritične frankfurtske šole, na primer s Habermasom in Marcusejem: kultura podob ustvarja poplavo produktov za potrošnjo, ne za deliberacijo, ki se izgublja v kakofoniji

seksualiziranih, etniciziranih artefaktov. Medijalizirana potrošniška kultura, ki bojda povečuje individualno svobodo, ne izobražuje, ne povečuje vedenja, ampak nas odmika od realnosti, potiska v privatizem kiberfantazije, ki deluje za oplajanje kapitala korporacij. Državljanstvo, javnost fetišizirajo globalizirani trgi in potrošnja predstavlja je najbolj želena aktivnost (Eisenstein, 1998). Tako kot potrošniška tudi politična kultura prinaša odmik od državljanov in procesov deliberacije, ko se *mainstream* politični akterji reprezentirajo prek medijev javnosti, »plešejo na političnem parketu«, kar postane prisposoba za alienacijo elit.

Ko je govor o razvoju informacijskih in komunikacijskih tehnologij, ki da postajajo dostopne vsakomur, se analiza iz perspektive feminističnega patriarhata nujno loteva vprašanju neenakega dostopa za ženske, tiste z nižjimi dohodki, pripadnice manjšin. Novih tehnologij tako ne smemo slaviti kot sredstva za demokratizacijo komuniciranja, prej jih je treba obravnavati kot sredstva za reprodukcijo neenakosti, kot sredstva, ki obstoječim neenakostim dodajo nove diferenciacije. Spletna kultura je razredna kultura, naseljujejo jo mladi, izobraženi, belci, in ni presenetljivo, da se razvojne digitalne agende sklicujejo na širitev svobode, ne enakosti prek spleta.

Sklep

V članku smo pozornost namenili obravnavi kritične feministične analize na področju politične ekonomije komuniciranja. Obravnavali smo perspektive feminizmov, ki se spogledujejo z marksizmom, socialistični in radikalni feminizem, v luči pomena za študije s področja komuniciranja. Poudarili smo relevantnost feministične kritike marksizma, ki opozori na uspoljenost razreda in v obravnave neenakosti kapitalistične družbe poleg analize produkcijskih razmerij vnese kritiko reproduktivnega dela kot ženskega dela, katerega odsotnost obravnave feministična kritika vidi kot manko marksistične analize. Vpeljali smo definicijo »kapitalističnega patriarhata« in »spolnega razreda«, da bi poudarili dialektično razmerje med kapitalistično razredno razslojenostjo in hierarhično spolno strukturiranostjo kapitalistične družbe.

Članek opozarja na relevantnost feministične politične ekonomije v procesih komuniciranja, in sicer s problematiziranjem t. i. postmodernega obrata h kulturnim študijam. Zaton materialistične perspektive v feministični kritiki problematiziramo kot obrat k diskurzu in ideologiji ob hkratni marginalizaciji razreda kot analitične kategorije. V članku smo tudi zagovarjali, da spol reprezentira kompleksnost družbenih dejavnikov, ki vključujejo raso, etničnost, razred, seksualnost, religijo, starost idr.; spol razumemo v intersekcionalnem odnosu do omenjenih dejavnikov, kajti le takšno razumevanje predvideva neesencialistično razumevanje spola, ki spol dehomogenizira in ga odpre za različne spole.

Ko bremo vidnejša dela s področja feministične politične ekonomije komuniciranja (Meehan et al., 1994; Riordan, 2002), opazimo, da ostajajo zavezana perspektivam historičnega materializma ob prepoznavanju relevantnosti pomena feministične diskurzivne analize (z vztrajanjem pri nujnosti njenega povezovanja s političnimi in ekonomskimi vprašanji), in se hkrati oddaljujejo od marksistične kritike. To ni bil položaj pred desetletji (cf. Eisenstein, 1979a; 1979b), ko so denimo konceptualizacije socialističnega feminizma zlasti iskale možno zaveznitvo z marksistično analizo.

Socialistični feminizem, ki se, kot smo pokazali, napaja v marksizmu, razume patriarhat kot podrejanje žensk moški dominaciji v ekonomskem in političnem pogledu. Poznejši razvoj feminizma prevzame alternativna razumevanja patriarhata in zdi se, da poskuša aktualna feministična politična ekonomija komuniciranja vse to združiti (Steeves in Wasko, 2002: 23). Delovanja patriarhata kot ideologije, ki se reproducira skozi reprezentacije v komuniciranju (Althusser, Hall, Gramsci), in pojasnjevanja iz psihoanalize (Lacan) z vnosem ideologije in subjektivitete prinašajo nematerialna pojasnjevanja patriarhata. Socialistični feminizem vztraja pri materialnem pojasnjevanju podrejanja, čeprav ne moremo reči, da subjektivno izključuje, kar so sicer pogoste kritike, podobno tudi aktualne študije v feministični politični ekonomiji

komuniciranja dajejo prednost materialnim, strukturnim razlagam, pri čemer več prostora namenjajo vključevanju subjektivnega (Meehan in Riordan, 2002). Ob refleksiji posledic post-modernističnega obrata, ki ni prinesel samo zatona razreda kot analitične kategorije, ampak je obenem ponudil priložnost za afirmacijo relevantnosti feministične analize, ki skozi zgodovino redko najde prostor v maskuliziranih študijah politične ekonomije komuniciranja. Članek končujemo z refleksijo pomena kritične feministične politične ekonomije komuniciranja danes, ki naj ob prepoznavanju individualnega v analizi medijskih sistemov ne pozablja na strukturne in institucionalne procese kapitalistične družbe.

Literatura

- DELPHY, CHRISTINE (1981): For a Materialist Feminism. *Feminist issues* 1(2): 69–76.
- DOW, BONNIE in CELESTE CONDIT M. (2005): The State of the Art in Feminist Scholarship in Communication. *Journal of Communication* Sept.: 448–478.
- EISENSTEIN, ZILLAH R. (ur.) (1979a): *Capitalist Patriarchy and the Case for Socialist Feminism*. New York: Monthly Review Press.
- EISENSTEIN, ZILLAH R. (1979b): Developing a Theory of Capitalist Patriarchy and Socialist Feminism. V *Patriarchy and the Case for Socialist Feminism*, Z. Eisenstein (ur.), 5–40. New York: Monthly Review Press.
- EISENSTEIN, ZILLAH R. (1998): *Global Obscenities: Patriarchy, Capitalism, and the Lure of Cyberfantasy*. New York: New York University Press.
- FIRESTONE, SHULAMITH (1970): *The Dialectic of Sex*. New York: Bantam books.
- FRASER, NANCY (1997): *Justice Interruptus: Critical Reflections on the "Postsocialist" Condition*. New York: Routledge.
- GALLAGHER, MARGARET (1995): *An Unfinished Story: Gender Patterns in Media Employment*. Paris: Unesco.
- GALLAGHER, MARGARET (2008): Feminist Issues and the Global Media System. V *Feminist Interventions in International Communication: Minding the Gap*, K. Sarikakis in L. Regan Shade (ur.), 17–32. Lanham: Rowman&Littlefield.
- GARNHAM, NICHOLAS (1979): Contribution to a Political Economy of Mass Communication. *Media, Culture and Society* 1: 123–146.
- HARTMAN, HEIDI (1981): The Unhappy Marriage of Marxism and Feminism. V *Women and Revolution*, L. Sergeant (ur.), 1–41. Montreal: Black Rose Books.
- HARTSOCK, NANCY C. M. (1985): *Money, Sex and Power: Toward a Feminist Historical Materialism*. Boston: Northeastern University Press.
- JALUŠIČ, VLASTA (2002): *Kako smo hodile v feministično gimnazijo*. Ljubljana: Založba *cf.
- JOGAN, MACA (2001): Žensko gibanje. *Enciklopedija Slovenije*. Zv. 15, W1-Ž, 318–324. Ljubljana: Mladinska knjiga.
- LESKOŠEK, VESNA (2002). *Zavrjnena tradicija: Ženske in ženskost v slovenski zgodovini od 1890 do 1940*. Ljubljana: Založba *cf.
- LESKOŠEK, VESNA (2009): Nujnost feminističnih refleksij naraščajočih globalnih neenakosti. *Dialogi* 45(11/12): 111–122.
- MATTELART, MICHELLE (1986): *Women, Media and Crisis: Femininity and Disorder*. London: Comedia Publishing Group.
- MCLAUGHLIN, LISA (2002): Something Old, Something New: Lingering Moments in the Unhappy Marriage of Marxism and Feminism. V *Sex and Money: Feminism and Political Economy in the Media*, E. R. Meehan in E. Riordan (ur.), 30–46. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- MCLAUGHLIN, LISA (2008): Women, Information Work, and the Corporatization of Development. V *Feminist Interventions in International Communication: Minding the Gap*, K. Sarikakis in L. Regan Shade (ur.), 224–240. Lanham: Rowman & Littlefield.

- MEEHAN, EILEEN R., VINCENT MOSCO in JANET WASCO (1994): Rethinking Political Economy: Change and Continuity. V *Defining Media Studies: Reflections on the Future of the Field*, M. Gurevitch in M. Levy (ur.), 347–358. New York: Oxford University Press.
- MEEHAN, EILEEN R. in ELLEN RIORDAN (ur.) (2002): *Sex and Money: Feminism and Political Economy in the Media*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- MOSCO, VINCENT (1996): *The Political Economy of Communication*. London: Sage.
- MOSCO, VINCENT, CATHERINE MCKERCHER in ANDREW STEVENS (2008): Convergences: Elements of a Feminist Political Economy of Labour and Communication. V *Feminist Interventions in International Communication: Minding the Gap*, K. Sarikakis in L. Regan Shade (ur.), 207–223. Lanham: Rowman & Littlefield.
- PAJNIK, MOJCA (2012): Gender (In)equity in Post-socialist Media. V *Central and Eastern European Media in Comparative Perspective: Politics, Economy and Culture*, J. Downey in S. Mihelj (ur.), 89–111. Surrey; Burlington: Ashgate.
- RIORDAN, ELLEN (2002): Intersection and New Directions: On Feminism and Political Economy. V *Sex and Money: Feminism and Political Economy in the Media*, E. R. Meehan in E. Riordan (ur.), 3–15. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- SARIKAKIS, KATHERINE in LESLIE REGAN SHADE (ur.) (2008): *Feminist Interventions in International Communication: Minding the Gap*. Lanham: Rowman & Littlefield.
- SCOTT, JOAN (1988): Deconstructing Equality-versus-Difference: Or, the Uses of Poststructuralist Theory for Feminism. *Feminist Studies* (Spring): 33–50.
- SCHILLER, HERBERT I. (1971): *Mass Communication and Americal Empire*. Boston: Beacon Press.
- SMYTHE, D. W. (1960): The Political Economy of Communication. *Journalism Quarterly*, XX.
- SMYTHE, DALLAS WALKER (1977): Communications: Blindspot of Western Marxism. *Canadian Journal of Political and Social Theory* 1(3): 1–27.
- STEEVES, LESLIE in JANET WASCO (2002): Feminist Theory and Political Economy: Toward a Friendly Alliance. V *Sex and Money: Feminism and Political Economy in the Media*, E. R. Meehan in E. Riordan (ur.), 16–29. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- ULE, MIRJANA (2009): O vzpostavljanju feminističnega gibanja in ženskih študij v Sloveniji. *Dialogi* 45: 11–12, 98–111.
- WEINBAUM, BATTYA in AMY BRIDGES (1979): The Other Side of the Paycheck: Monopoly Capital and the Structure of Consumption. V *Capitalist Patriarchy and the Case for Socialist Feminism*, Z. R. Eisenstein (ur.), 190–205. New York: Monthly Review Press.
- ZOONEN, LIESBET VAN (1995): Gender, Representation, and the Media. V *Questioning the Media: A Critical Introduction*, J. Downing, A. Mohammadi in A. Sreberny-Mohammadi (ur.), 311–328. London: Sage.
- YOUNG, IRIS MARION (1990): *Justice and the Politics of Difference*. Princeton: Princeton University Press.