

REPREZENTACIJA MOŠKOSTI V POPULARNEM RAPU NA PRIMERU 5 0 CENT

Povzetek. Avtorici v članku izhajata iz predpostavke o ponovnem vzpostavljanju hegemonične, t.j. vodilne moškosti, ki a priori negativno definira nasprotni pol – ženskost. Z analizo avdio-vizualnih posrednikov med ustvarjalcem in publiko na primeru ustvarjalca 50 Cent ugotavljata, da je reprezentacija črne moškosti strukturirana s tradicionalnimi diskurzi hegemonične moškosti, ki jih dopolnjujejo elementi dveh novih verzij moškosti: novega moškega – narcisista in maščevalnega moškega. Ugotavljata tudi, da je tako v popularno glasbo oz. popularni rap vpet seksizem, ki se, oprt na estetiko pornografije, izraža skozi proslavljanje maskulinitizma (kot skupka moških lastnosti, a tudi kot sistema in ideologije) in reduciranje žensk na spolni objekt.

Ključni pojmi: popularna glasba, rap, seksizem, seksualnost, moškosti.

Kaj je moško(st)?

V družbah, kjer sta normativno priznana »dva in izključno dva spola« (Garfinkel, 1967: 117) ni moškosti brez ženskosti. Moškost je definirana kot »asimetrični pol« oz. simetrično nasprotje konceptu ženskosti, bolj s tem, kar *ni*, kot s tem, kar *je*. Po V. J. Seidlerju (1989: 7) je moderna moškost v svojem bistvu negativna identiteta, konstruirana in naučena preko zavračanja čustvenosti in povezanosti, temeljnih atributov ženskosti. Ta binarna polarizacija je obenem tudi hierarhizirana: moškost nastopa kot standard, po katerem je določen in presojan drugi spol – ženski. »Ženska je Drugi: določena je glede na moškega in se razlikuje glede nanj, ne on glede nanjo. On je Subjekt, on je Absolutno; ona je Drugi« (de Beauvoir, 1999: 14).

Moškost opredeljujemo kot celoto osebnostnih lastnosti in družbenih vlog, ki določajo, kaj pomeni biti moški v danem časovno-prostorskem (nacionalnem in lokalnem) okolju, na sistemski ravni pa kot institucionalizirana razmerja nadvlade moških nad ženskami (Seidler, 1997: 14); nekateri moškost opredeljujejo tudi kot ideologijo, ki opravičuje in naturalizira dominacijo

* Dr. Zdenka Šadl, docentka na Fakulteti za družbene vede, Univerza v Ljubljani.

** Nataša Pivec, podiplomska študentka sociologije na Fakulteti za družbene vede, Univerza v Ljubljani.

moških (Brittan, 1989: 4). Z upoštevanjem systemskega in ideološkega vidika (ideološko opravičevanje nadrejenega položaja moških) lahko govorimo o maskulinizmu, sistemu, ki vzpostavlja, ohranja in opravičuje spolno razliko, spolno delitev dela ter dominantno vlogo moških v zasebni in javni sferi.

Moškost kot družbena konstrukcija pa ni le kulturnozgodovinsko variabilna, temveč tudi večdimenzionalna. Ni ene same, enotne in univerzalne moškosti. Znotraj iste družbe sobiva več vrst moškosti, ki se pripenjajo na različne skupine moških glede na razred, etničnost, raso, veroizpoved in spolno usmerjenost in obenem izražajo »protislovna izkustva moči pri moških« (Kaufman, 1993). Rasni kriteriji npr. delujejo izključevalno/zatiralno na črno oz. nebelo (chicano, aziatsko, staroselsko) moškost, heteroseksistični kriteriji pa na gejevsko moškost (Kimmel, 2001: 267).

Moderna družba, utemeljena na dualističnem kartezijanskem mišljenju, je ustoličila eno, dominantno moškost, tj. moškost belih heteroseksualnih moških srednjega razreda, ki postavlja standarde ostalim. Ta vodilna moškost črpa svojo razliko/dominacijo z izključevanjem/zatiranjem ne le žensk, temveč tudi ostalih »Drugih« - rasnih, etničnih in seksualnih manjšin, pri čemer same definicije tovrstne moškosti (z elementi, kot so razum/skost, objektivnost, moralnost, moč, instrumentalnost, nadzor, neodvisnost, uspeh itd.) opravičujejo in pomagajo ohranjati premoč dominantnih moških nad ženskami in drugimi moškimi. Moderni maskulinizem je torej sistem nadvlade moških nad ženskami in moškimi pripadniki deprivilegiranih družbenih skupin, ki jih v njihovi razliki z gospodovalno moškostjo označujejo skupne lastnosti: iracionalnost, emocionalnost, otroškost, živalskost, nevarnost. Med integralne dele sistema (normativne moškosti) tako sodijo seksizem/homofobija-heteroseksizem/rasizem/razredna aroganca (»classism«) - po I. M. Young (1990) ključni vidiki družbenega zatiranja. Hegemonična moškost je, naj posebej izpostavimo, mizogina - sovražna do žensk in je heteroseksualna moškost, označena s homofobijo, strahom in sovraštvom do homoseksualnih ljudi, zlasti moških.

Moški ustvarjajo institucionalne okoliščine za uresničevanje vzorca moškosti, ki se glede na socialni položaj povezuje z neko obliko in količino moči. Npr. ročno delo delavca je moško delo, manualnost je simbol telesne (pre)moči. Četudi brez družbene moči in odtujen od lastnega dela, se je moč delavca odražala vsaj v zasebni sferi, v nadvladi nad ženo in otroki. Že J. S. Mill je zapisal: »Najbolj sprijen hudodelec ima pod seboj kakšno nesrečno žensko, s katero lahko ravna kar najsuroveje, le ubiti je ne sme« (Mill, 2005: 45). Na tak način je primarna socialna depriviranost moškega/moža olajšana s privilegijem oblasti nad ženskim spolom v družini. Moška oblast, kulturno dodeljena s strani javne sfere, ki omogoča prednosti gospodarja v hiši, pa tako izravna primanjkljaj v socialni moči na ravni globalne družbe (Jogan, 1990: 40). In najbolj sprijen hudodelec mora potemtakem biti, po mnenju

glasnika domnevno nevtralnega in nepristranskega razuma – belega moškega, črn lumpenproletarski moški.¹

Črna moškost

Podoba moškosti črnih moških je arhetip živalske senzualnosti in telesne nadmoči, ki ga je vpeljal bel razumni moški. Četudi je črna moškost definirana kot spolno onipotentna, je obenem družbeno impotentna (Mayors, 2001: 210). Feministična teorija in kritika nista izpraševali ne-bele oz. v našem primeru črne moškosti, saj sta izhajali iz predpostavke, da se zaradi nemoči črnih moških tako v javni kot zasebni sferi črni seksizem ni imel kje manifestirati. Gledano z ekonomsko zgodovinske plati, sta šele odprava suženjstva in prepoved rasne diskriminacije v ZDA omogočili vsaj možnost za ekonomsko neodvisnost črne populacije, ki je bila do takrat obravnavana kot »govoreče orodje«, a ekonomske neodvisnosti, vsaj take, ki je samoumevna (četudi kot ideologija ameriških sanj) belemu heteroseksualnemu moškemu, ni dosegla. Prav ekonomska/družbena impotenca črnega moškega v belem svetu je glavni razlog za življenjsko frustracijo in tako posledično višjo stopnjo smrtnosti med afroameriški moškimi, starimi med 15 in 30 let, zaradi umorov, samomorov, prestajanj zapornih kazni (Staples, 2004: 122) ter hkrati vzrok za matriarhalno urejene črne družine. Manjša prisotnost črnega seksizma je resda morebiti praktična posledica ekonomske nemoči črnega moškega v odnosu do črne ženske, a razizem je vsaj v primeru črne populacije močnejši »izem« kot seks-izem. Zaradi težjega vključevanja črnih moških v (belo) družbo, postane podoba trd(n)e, neranljive, močne moškosti za njih še toliko bolj pomembna.

Rasistični diskurzi modernega maskulinizma (še vedno) konstruirajo črnega moškega kot predimenzionirano telo brez glave, ki se mu prav zato odreka mesto v intelektualnem, političnem ali korporativnem svetu. Zaradi svoje telesnosti mu je dovoljeno uspeti le v dveh panogah razcvetelega potrošništva: v športu in zabavni industriji (Mayors, 2001: 213), znotraj katerih lahko razvije svojo »cool« držo – paleto samosvojega obnašanja, govora in manierizmov. Lahko pa zavzame na podlagi pridobljenega premoženja kateoro izmed aktualno dostopnih moškosti.

Poblagovljenje sodobnih moškosti

Normativna moškost belih moških, ki zagotavlja in racionalizira prevlado nad »Drugimi«, je pričela slabeti že na prehodu iz 19. v 20. st. zaradi sprememb, ki sta jih prinesla modernizacija socialnega življenja in pojav femini-

¹ Zaradi rapa kot samovzniklega glasbenega žanra v urbanem afroameriškem okolju, se ukvarjamo z golj z Afroameričanom s socialnega dna.

stičnih gibanj prvega vala v ZDA (Messner, 1997: 9). Samo izgubljanje moralne avtoritete pa se je postopoma nadaljevalo v drugi polovici 20. stoletja (Coward, 1999: 85) s pojavom feminizma drugega vala, ekonomskimi spremembami, vključno z množičnim zaposlovanjem žensk in spremembami znotraj družine.

Moški imajo danes več možnosti za izbiranje med različnimi podobami moškosti, od tradicionalno mačistične do novih, bolj feminiziranih različic moškosti, ki so se oblikovale kot posledica feminizma drugega vala, vpliva množičnih medijev in potrošništva. Slednji so atributom nekoč je/klene moškosti (logično mišljenje, disciplina, razumskost, tekmovalnost) odvzeli osrednjo definicijsko moč; (post)moderni moški je (lahko) postal tudi čustven, spontan, intuitiven, ekspresiven, sočuten, ne da bi zaradi novih atributov izgubljal moč (Beynon, 2002: 80). Čeprav so se spolni stereotipi začeli razkrajati, veliko moških ohranja svoje privilegije na račun žensk preprosto zaradi tega, ker so se rodili kot moški. Seksizem ni izginil, prav tako ne rasizem. Črni moški še vedno ne uspe doseči ideala moškosti v beli podobi.

Sodobne moškosti, ki so pokopale industrijskega/ročnega moškega (pravzaprav je ta svoje tradicionalne vire identitete izgubil s sodobnim prestrukturiranjem industrijskih družb) pa še vedno izključujejo črnega, revnega moškega. Pomen »prave« moškosti je v družbeni sedanjosti postal »prosto plavajoč«, manj trdno pripet na položaje, ki jih moški zavzemajo v različnih družbenih strukturah ali omrežjih (od družine, partnerstva, sloja/razreda do delovnega mesta v kapitalistični produkciji) in bolj vezan na fiksijske dejavnike, ideale, ki nam jih predstavljajo imaginativne (namišljene) situacije ter fantazijski procesi.

Ena izmed sodobnih moškosti je »nov moški«, ki je medijsko reprezentiran (in po mnenju nekaterih tudi konstruiran – nov moški naj bi bil le kreacija levničarskih intelektualcev in intelektualk) bodisi kot skrben oče, ki se aktivno vključuje v vzgojo otrok ali pa kot narcisist.

Novi moški – skrben oče je profeminističen moški srednjega razreda, univerzitetno izobražen, bele polti. Novi moški – narcisist pa je bel potrošnik, ki ga zanima pop glasba, oblačila, je stilsko pismen, statusni simboli so pomemben del njegove identitete. Yuppijevska moškost je zamenjala ročno spretnost industrijskega moškega.

Tudi moško telo postane, poleg ženskega telesa, objekt moškega pogleda, predvsem na področju oglaševanja. A moški pogled na moško telo je lahko tudi seksualen, če izhajamo iz freudovske predpostavke, po kateri se deček najprej identificira z materjo, z njenim pogledom na svet. Materin pogled pa zajema tudi poželenje, ki ga čuti do svojega moža/dečkovega očeta. Potlačitev seksualnih vzgibov do očeta, kar posledično privede do potlačitve kakršnihkoli istospolnih hrepenenj, pa je lahko temelj za nastanek homofobije (Kimmel, 2001: 276). S pojavljanjem razgaljenih moških teles v reklam-

nih oglasih, moških revijah in na televiziji, se je v 90. letih spet pojavil pritažen homofobični strah, četudi naj bi prav inflacija prikazovanja popolnih moških teles v množičnih medijih povzročila izgubo homoerotične konotacije za moškega gledalca.

V tem času se je v britanskih medijih pojavil »new lad« ali nov mladenič, ki je oživel elemente tradicionalne moškosti: hedonizem (npr. prekomerno pitje s prijatelji), potrošništvo (npr. adrenalinska tveganja, nogometni navdušenec), pripovedovanje umazanih šal (seksističnih, rasističnih, homofobičnih) in vojeristično gledanje oblečene/slečene ženske (McKay, 2005: 282). Svet popularne glasbe je prepoln novih mladeničev (laddisma), kričav dokaz sta brata Gallagher iz glasbene zasedbe Oasis.

Med ponudbo novih moškosti najdemo tudi »maščevalnega moškega«, ki se pojavlja v podobi akcijskih filmskih junakov, kot sta npr. Rambo ali Terminator. Tradicionalno podobo moškosti tak moški potrjuje oz. izraža predvsem z nasilnim soočanjem s svetom bojazljivih in poženščenih moških (Harralambos in Holborn, 1999: 652).

Rap kot moški žanr

Popularna glasba kot vrsta glasbe, dostopne vsakomur s pomočjo distribucije množičnih medijev, teži k odkritemu ali prikritemu proslavljanju maskulinizma (Frith, 1986: 223). Tako kot večina ostalih žanrov popularne glasbe (rock'n roll in njegov protagonist Elvis »Pelvis« Presley, rockabilly, punk, hard rock, metal ..., skratka, predvsem kitarsko osredičena glasba) je tudi rap moško orientiran, tj. ni profeminističen ali spolno egalitarno orientiran, ustvarjen je s strani moških za moško občinstvo.

Rap se je pojavil kot krik zoper vsakodnevno življenje v urbanem, črnem in chicano getoiziranem okolju v 70. letih 20. st. v New Yorku, ki ga zaznamujejo revščina, nasilje, brezposelnost in brezizhodnost. Po eni strani je rap pomenil družbeno kritiko tedanje gospodarske krize ter neizpolnitve obljub o človekovih pravicah iz 60. let (Bennett, 2001: 91), po drugi strani pa sta v sam žanr globoko vsajena, tako tekstualno kot vizualno, sovraštvo do žensk in seksizem.

Seksistično sporočilnost imajo tudi ostali glasbeni žanri in z njimi povezane mladinske subkulture, v katerih so večinoma dominirali moški s svojo moško kreativnostjo. Npr. hipi gibanje je obravnavalo ženske kot pasivne, nežne, skrbne, tradicionalno družinske potemtakem. Pank je popljuval establišment, a pozabil na kategorijo spola, npr. imidž pankerce je bil sicer fetišiziran, a seksualno še vedno ženski (Negus, 1996: 124), v heavy metalu ženska kot subjekt ni obstajala (le njeno bujno telo) in cock rock je povelečeval enormni falus v permanentnem drgnjenju kitare (Brake, 1983: 186). Zadnji trzljaji »kurčjega roka« so vidni še v ustvarjanju zasedbe Monster Magnet iz sredine 90. do sedaj.

Rap kot podaljšek cock rocka

Rap 21. stoletja ima s cock rockom iz 70. let 20. stol. več skupnega, kot se kaže na prvi pogled ali posluh. Podobnosti med njima se nanašajo na samo pojavnost izvajalcev žanra in njihov odnos do žensk. Cock rokerji so bahavi, samopašni in agresivni našopirjenci, razkazujejo svoja telesa, obdani so z množico anonimnih ženskih teles, ki so vselej na voljo in pri volji (Brake, 1983: 186). Kitaro simbolično uporabljajo kot falus ali pa jo naperijo v publiko kot pištolo.

Bahavost sodobnega raperja pa se kaže v izpostavljanju statusnih simbolov (avtomobili, hiše, nakit, denar), postavljanjem s svojim strelnim orožjem – pištolo kot nadomestka falusa in z razkazovanjem nadvse mišičastega telesa ter obdajanjem z anonimnimi slečenimi ženskimi telesi, t.i. »hip hop candies/models«. Oba primera poudarjata sociobiološki diskurz moške seksualnosti, ki je neobvladljiva, falocentrična, eksplicitno heteroseksualna, močna, naravna (Plummer, 2005: 185), pa tudi neobvezujoča, lahkotna in trenutna.

Rap primerek za 50 Cent

452

Skozi trnje do zvezd

Lumpenproletarsko poreklo, odraščanje v getu revnega Queensa v New Yorku pri starih starših in dejstvo, da je bil priča uboju matere pri preprodaji mamil (očeta ni imel) so razlogi, da predstavlja 50 Cent utelešenje ideologije o ameriških sanjah in ideologije pravovernega rapa, a hkrati zaradi svoje kriminalne preteklosti tudi utrjuje negativne stereotipe o afroameriški populaciji v urbanih okoljih (preprodaja drog, socialna podpora, nasilje).

50 Cent je v sodobni raperski kulturi ena glavnih ikon, ki kroji vrh glasbenih in prodajnih lestvic, s prodanimi 28 milijoni izvodov svojih albumov,² ki so mu prinesli svetovno slavo in omogočili nakup nekdanje rezidence boksarja Mikea Tysona za 4.1 mil. dolarjev v Farmingtonu, Connecticutu, belem okolišu višjega srednjega razreda.

50 Cent alias Curtis Jackson je nouveau riche, ki prevzema definicije, standarde in norme prevladujoče, tj. bele moškosti (biti oskrbovalec, imeti moč, prevladati nad ženskami). Poleg te definicije je prevzel tudi nekatere elemente bele (maskulinistične) določitve črne moškosti – mezomorfčno telo in spolno onnipotenco. Njegovo telo je disciplinirano telo – mišičasto, gladko, naoljeno, tetovirano. Je telo bivšega zapornika, ki je telovadil v svoji celici. Telo, na katerega je bilo devetkrat streljano, enkrat celo v glavo. 50 Cent skuša z razkazovanjem svojega telesa dokazati, da zna preživeti, da se

² Kolikšno je število prenosov njegove glasbe preko »peer to peer ali share« programov, pa je neznanca. Številka je prav gotovo visoka.

na svoje telo lahko zanese, da bodo morebitni strelci nanj tako ali tako zgrešili.

Njegova fizična moč, mišičasto telo in ponos na lastno sposobnost preživetja pa so hkrati tudi znak, da ne zna preseči svojega nizkega socialnega porekla. V getu, kjer je odraščal, je poleg posedovanja in uporabe strelnega orožja prav telo zaščita pred svetom, kjer se še vedno obračunava fizično in kjer sta hoja ter drža telesa pokazatelj moči ali nemoči. V višji srednji razred, kamor je s svojim na novo pridobljenim premoženjem vstopil 50 Cent, pa uporaba orožja in fizično obračunavanje nimajo prostora, saj se na kakršnekoli napade (verbalne ali fizične) odzovejo le še z milijonskimi tožbami.

V nadaljevanju bodo v analizo zajeta nekatera besedila in videospoti 50 Cent, ki bodo potrdila ali zavrgla prej zapisane ugotovitve o seksizmu rap glasbe. Najprej se lotevamo poezije 50 Cent.

»*Clothes Off, Face Down, Ass Up, C'mon*« – poezija 50 Cent

Za analizo poezije 50 Cent smo izbrali 4 uspešnice, tj. pesmi s pogosto rotacijo na radijskih valovih in televizijskih kanalih z njegovih najbolje prodajanih albumov *The Massacre* in *Get Rich Or Die Tryin'*. To so skladbe *In Da Club*, *P.I.M.P.*, *Candy Shop* in *Just A Lil' Bit*. Težava pri analiziranju rap tekstov je v razumevanju slenga, ki ga posamezni izvajalec uporablja. Zanikanje ali celo nepoznavanje angleške slovnice ter ustvarjanje lastnega novoreka je skorajda že obveza rap ustvarjanja. A vendarle je literarna vsebina sodobne množične pop rap poezije (kamor spada tudi 50 Cent) lahko dojemljiva, saj je jezik preprost in se analiza teksta da opraviti.

Glasbena srenja umešča ustvarjanje 50 Cent v gangsta rap/hardcore rap, a vsaj na podlagi izdanih uspešnic, ki zajamejo najširšo publiko in so promocijsko/marketingško orožje, se ugotavlja, da njegovo delo ne upraviči nobenega od teh žanrov. 50 Cent se lahko umesti v hedonistični pop rap.

Muzikološko je njegova glasba poudarjeno ritmična z instrumentalnim minimalizmom, ponavljajočimi zvočnimi vzorci in z deklamatornim vokalom (Stanković, 2006: 97). Glas 50 Cent je nizek, počasen, moški. Njegovo deklamiranje je premišljeno in v mejah razumske glasovne preudarnosti.

Pesem *In Da Club* tako vsebuje poleg bobnov ponavljajoč plosk rok, zvočni izsek godalnega orkestra in kitarskega akorda, skladba *P.I.M.P.* izsek timpani bobnov, bas linije in klaviatur, pesem *Candy Shop* repetitiven tlesk prstov in sampl arabskih godal, *Just A Lil' Bit* pa ponavljajoč zvočni izsek piščali, ploska dlani in elektronsko ustvarjenega klavirskega vložka. Glasba 50 Cent je lahko zapomnljiva in dolga do 4 minut, skorajda pop standard torej.

Poezija 50 Cent oz. njena sporočilnost je preprosta: hedonistična in mačistična. Skladba *In Da Club* pravzaprav poudarja njegov preboj med velike zvezdnike hip hopa in novo zvezdniško življenje: nonstop veseljačenje po

ekskluzivnih klubih, pitje samo dragih pijač (Bacardi, šampanjec), razkazovanje pridobljenih materialnih prituklin (dragi avti npr. mercedes) in nobene odgovornosti, razen lastne sebičnosti in oportunističnih ciljev. Pesem *P.I.M.P.* nadaljuje s proslavljanjem blagovnih znamk in sovražno pozicijo do žensk, pohlepnih na njegovo komaj pridobljeno bogastvo. Skladba *Candy Shop* je zgodba o spolnem zadovoljevanju moškega s poudarkom na felaciji z napotki, ki jih daje trenutni ljubimki. Četudi je *Candy Shop* zapet v duetu s pevko Olivio, je le-ta bolj ali manj njegov akustični zvočni odmev. Ženska seksualna samoiniciativa je izključena, saj je ženska predstavljena kot instant spolno bitje (Jogan, 2001: 47) v tangicah. Primer verza:

*I'll take you to the candy shop
I'll let you lick the lollipop
Go 'head girl don't you stop
Keep going 'till you hit the spot.*

Pesem *Just A Lil' Bit* je soroden *Candy Shop*, morda ne toliko ekspliciten v erotičnem snubljenju moški – ženska, a še vedno se poudarja moška iniciativa in nadvlada v lovu na ženske – samice.

454

50 Cent sicer meni, da se mu je zgodil »cash in« (unovčiti svoj talent), da si je vse, kar ima, prigaral sam, z lastnimi močmi in sposobnostmi, a dejansko je njegova poezija potrošna/pogrošna in nima nikakršne družbeno kritične držje, značilne za rap/hip hop. Z zamenjavo revnega črnega Queensa za bel bogat Connecticut je 50 Cent prevzel vse vrednote belega kapitalista: seksizem, materializem, individualizem. Črni svet, projiciran skozi belo medijsko lečo, je potemtakem lahko le bipolaren. Na eni strani uspešni črni ljudje, ki oglašujejo le še sami sebe in po drugi strani geto populacija, ki samo krade, ropa, preprodaja drogo in ubija (Wallace, 1995: 302).

Družbena konstrukcija virilne moškosti in možatosti 50 Cent je razvidna tudi iz cd ovitkov. Njegov gol, mišičast torzo, opremljen z diamantnim križem okrog vratu in z napadalnim izrazom na obrazu stisnjenih ustnic, predstavlja fizično moč, materialni uspeh in emocionalno obvladanost, vse prvine tradicionalne moškosti. Edina čustva, ki jih zmore (ali pa sme?) kazati, so »moška« čustva: jeza, nejevolja, ponos.

Vizualna podoba 50 Cent

Pomembni orodji promocije ter trženja popularne glasbe, vključujoč tudi rap, sta postala videospot (vzpon v 80. in stran na svetovnem spletu (nastala v 90.). Interpretacije videa in strani na svetovnem spletu (slednja sicer v manjšem obsegu, saj gre bolj za informativno sredstvo) so lahko mnogoznačne, a po mnenju A. Goodwina videospoti uokvirijo odziv publike, tj. vsi-

lijo ji določeno interpretacijo, določeno »resnico«, ki jo pesem lahko vsebuje ali pa tudi ne. Glasbeni ustvarjalci naj ne bi imeli vpliva na scenarije videospota, a občinstvo bo kljub temu glasbenika povezovalo z njegovim videospotom (Shuker, 1994: 170). A predpostavljajmo, da se 50 Cent in njegovi medžerji zavedajo moči vizualnega in ravnajo v skladu s pravili glasbene industrije. Ali v jeziku E. Goffmana (1959/1990), prizadevajo si ustvariti določene vtise pri občinstvu, tj. projicirati želeni videz (imidž).

Če je običajna naracija rap videospota osredotočena na ustvarjalčevo okolje in njegovo družbo somišljenikov (t.j. posse³), potem je okolje 50 Cent (fiktivni) harem voljnih lepotic, poln višje razrednega blišča in glamurja. Videospoti 50 Cent (*In Da Club*, *P.I.M.P.*, *Candy Shop*, *Just A Lil' Bit*) so omnipotenten podaljšek njegove poezije, ki v vizualni jezik prevedejo ter naglasijo njegovo fizično pojavnost, materialno moč in predvsem živalsko spolno potenco.

Seksualnost 50 Cent je gospodovalna moška seksualnost: neustavljiva, testosteronska, falocentična, heteroseksualna, naravna, kratka, potrditev sociobioloških predpostavk o moški seksualnosti in belih domnev o črni seksualnosti. Njegova seksualnost je ključni del njegove heteronormativne moškosti.

Moška seksualnost 50 Cent je izključujoča do ženske seksualnosti in skorajda sledi pop naracijam o moški seksualnosti, npr. pravi moški je vselej zainteresiran za seks, dober seks je spontan seks brez načrtovanja in govorenja (Plummer, 2005: 185. Npr. v skladbi *In Da Club* pove: »I'm into having sex, I ain't into making love«.

Še en aspekt potrošništva, ki zaznamuje tako besedo kot sliko 50 Cent, se skuša udejanjiti, četudi le vizualno/zvočno. To je t.i. seksualno potrošništvo (plačati za spolne storitve: prostitucija, pornografija, striptiz, seks turizem, masaže ...). Seksualno potrošniška tema je razvidna v videu *Candy Shop*, kjer 50 Cent v ekskluzivnem bordelu izbira prostitutke višjega cenovnega razreda⁴ (četudi se na koncu izkaže, da gre le za njegovo spolno sanjarijo).

Ključni elementi videospotov 50 Cent so okolje, ženske in obleke. Zgodbe videospotov se odvijajo na prestižnih lokacijah, npr. zasebne vile oz. dvorci, karibska VIP letovišča, ekskluziven bordel, lastni snemalni studio itd. kot dokaz višjega življenjskega stila in uspeha. Razstavljeni so statusni simboli uspešnosti: avtomobili visoko cenovnega razreda, zasebna letala, cigare, dragocen kristal, draga pijača, jahte ipd. Dalje, vloga žensk je reducirana na

³ Posse je termin ameriškega starega zahoda, ko so šerif in njegovi privrženci vzeli zakon v svoje roke v lovu na zločince. V hip hop kulturi je posse oblika bande – skupine ljudi, ki delijo soroden način življenja, delo, vrednote itd. Kot člani družčine, ki imajo svojega vodjo t.i. izvajalca, pomenijo hkrati sestavni del izvajalčeve identitete, saj se le-ta vselej kaže v spremstvu svojih somišljenikov.

⁴ 50 Cent naj bi za založbo *Digital Sin* ustvaril interaktivni dvd z eksplicitno seksualno vsebino (*AVN.com*)

dekorativno in spolno funkcijo, o čemer bomo še govorili. Kar pa zadeva oblačila, je v garderobi 50 Cent (v kolikor ni njegov torzo gol) prevladujoča bela barva (bela kapa, bela spodnja majica, bela srajca in predvsem beli športni copati⁵). Simbolično lahko bela barva predstavlja čistost v smislu razrednega presejanja – duhovne transcendence in družbene mobilnosti (socialno dno kot sinonim za revščino in umazanijo) ali pa čistost/prvinskost njegove rap poezije. Kljub vsem prvinam tradicionalne moškosti, ki jo 50 Cent predstavlja, sta dva elementa njegove oblačilne kulture značilno feminilna⁶: nošenje pravega krzna in diamantnega nakita, nekoč statusna simbola belih žensk višjega srednjega razreda.

Še en atribut stereotipne tradicionalne in črne moškosti pa se pojavi na internetni strani 50 Cent (www.50cent.com). Motiv strani je strelno orožje. Tako 50 Cent naperi svojo pištolo proti obiskovalcem/kam njegove strani in vsakič, ko se z miško prestavi po subnivojih strani, zarožlja kot bi v cev vstavil nov naboj. Ko pa se nanje klikne, 50 Cent ustrelji proti nam (zvočni in vizualni efekt). Poslanec kanadskega parlamenta Dan McTeague ga je sicer obtožil propagiranja nasilja na splošno in mu skušal prepovedati vstop v državo v času njegove turneje, a koncerti 50 Cent so vseeno dobro obiskani ...

456

»Man, Bitches Come And Go, Every Nigga Pimpin Know« – 50 Cent mizoginija

Jezik kot ideološko orodje je v poeziji 50 Centa eksplicitno sovražen do žensk. V njegovem diskurzu izrazi kot npr. »hoe«, »bitch«, »fuck«, »faggot ass«, »suck a dick« popredmetijo žensko na nivo spolnega objekta, katere funkcija je dekorativne in spolno-razvedrilne narave. Stalno opominjanje na njegov »magic stick«, ki se v vizualni podobi predstavlja kot zlata sprehajalna palica, je samo še en dokaz njegove falocentričnosti. Prezir do (črnih?) žensk kot grabežljivega bitja se kaže v smislu preganjavice – biti okraden – npr. »But a bitch can't get a dollar out of me« (skladba *P.I.M.P.*)

Stereotipi črne ženske, izoblikovani skozi belo moško percepcijo in vneseni v zavest vseh (tudi črnih moških), se delijo na tipe: »mammy« (uslužna služkinja), »matriarhinja« (dominantna mati v enostarševski družini), »socialna mati« (revna mati, ki zbira socialno pomoč) in seksualno agresivna ženska »Jezebel« (Collins, 1990: 71–78). Kategorijo žensk, ki jo je s tihim prezirom in strahom prevzel 50 Cent, pa je kombinacija identitet socialne ženske (kot spomin na mrtvo mater) in lastne seksualne iniciative oropana Jezebel.

50 Cent je, kot večina rap ustvarjalcev, zavzel seksistično pozicijo belega

⁵ Izdelovalec športnih copat Reebok izdeluje posebne copate z logom G-Unit. Založba G-Unit je v lasti 50 Cent.

⁶ Feminilno oz. ženstveno je mišljeno kot družbeno konstruktivistično, nasprotno moškosti.

moškega, ki se poleg lirike najbolje kaže v njegovih videospotih. Izobilje lepih, pomanjkljivo oblečenih žensk brez kakršnekoli pomembne funkcije, ki se z moškega gledišča bodisi seksualno zapeljivo zibajo ali pa postopajo brezdelno naokoli, so stalnica v njegovih videospotih. So nadomestek za dejansko osvojitve velikega števila lepih žensk, ki šteje med moškimi še vedno za statusni dosežek. Lepotice v videu so namenjene zgolj moškemu užitku (gledanje, dotikanje, poljubljanje) in čaščenju moškega ter vsemu, kar moški simbolično predstavlja – spolna iniciativa, vodenje, uspeh. Edina homoseksualnost, ki je dobrodošla, je lezbična, četudi ne gre za politično prepričanje, temveč le za heteroseksualne, svobodomiselnle lepote, ki se upajo poigrati z drugo žensko, a le ob prisotnosti moškega. 50 Cent je ponavadi obdan s tremi lepoticami (črno, belo, aziatsko), kar spet priča o njegovi spolni potenci in pravici medrasnega zapeljevanja.

Produkcija tovrstnih videospotov je ustvarila nov tip ženskega poklica/funkcije t.i. »hip hop model«, ki je v bistvu lepota brez kakršnekoli funkcije. Hip hop model je seksistična in na videzu temelječa konstrukcija glasbene industrije, ki služi kot nov način retradicionalizacije žensk, tokrat ne v domestifikacijo, temveč v seksualizacijo. Hip hop model je ne-bela mlada ženska lepega izgleda, ki pleše, se ovija okrog reperjev, skratka, predstavljena je kot anonimna seksualna trofeja – brez imena in brez glasu. Odnos reperjev do hip hop modelk zna biti izrazito poniževalen tako »on set« kot tudi »off set«. Npr. v videospotu *P.I.M.P.* eden od članov družčine, ki se zbira okrog 50 Cent, na diamantni pasji ovratnici vodi dve hip hop modelki v negližjih ...

Sklep

Kot ugotavlja P. Bourdieu (2001: 49), je moškost najprej in predvsem dolžnost. Gospodovalna moškost kot standard oz. ideal vodi številne moške v specifične (čustveno intenzivne) investicije, ki naj bi ustvarile in kontinuirano potrjevale njihovo »pravo« moškost. Reprerentacija moškosti v popularnem rapu⁷ je reprerentacija zdaj že skoraj arhaične tradicionalne/gospodovalne moškosti belega heteroseksualnega moškega srednjega razreda: je agresivna, emocionalno zaprta, razumska, homofobična, ženskam sovražna/seksistična in podjetna. Po drugi strani jo označujejo elementi novega narcisista in črnega »novega mladeniča« (laddisma): skrb za telo in zunanji videz, razkazovanje telesa, kupovanje dragega nakita, bogata kolekcija trendovskih oblačil, egocentrizem, statusni simboli (dragi avtomobili, snemalni studio, trening center, jahta, zabava in lepe ženske).

Kombinacija identitet, ki v primeru 50 Cent sestavijo specifično verzijo

⁷ Večina ustvarjalcev pop rapa je črnih moških iz urbanih okolij, ki skorajda nepremišljeno prevzemajo in posnemajo prijeme (ter ideologijo) uspešnih reperjev.

črnega mačota, pa poleg prej naštetega zaokrožijo še elementi tradicionalne moškosti delavskega razreda in »maščevalnega moškega«, ki se kažejo v agresivnosti, življenjskem prizadevanju/trudu, interesu za orožje, patriarhalni mačističnosti in zavračanju požensčene oz. pomehkužene moškosti. Tako npr. za homoseksualne moške v popularnem rapu ni prostora, ker niso dovolj agresivni. Črno rapersko sovrašтво do homoseksualnih moških deli tudi 50 Cent – npr. z izjavo za Playboy leta 2004: »I ain't into faggots«. Skupna točka teh moškosti je med drugim tudi intenzivno druženje z ostalimi moškimi/prijatelji. V primeru rap izvajalcev (tudi 50 Cent) je to združba somišljenikov, imenovana »posse« ali kar banda (izraz banda je mišljen brez negativne konotacije, ki jo ta beseda morda ima v našem besednjaku). In če so na ameriškem starem zahodu šerif in njegovi privrženci v lovu na zločince »jemali pravico v svoje roke«, počnejo to tudi hip hop bande, ko se znajdejo v konfliktu s ostalimi bandami (npr. strelski obračuni med njimi)⁸. A banda je v popularnem rapu postala korporativna banda, nič več na lovu za zločincem, temveč za denarjem. Podobe agresije in nasilja pa obenem prodajajo in reafirmirajo rasne stereotipe.

Rap, kot eden najbolj dobičkonosnih žanrov popularne glasbe, s svojo sporočilnostjo tako vdira v naša življenja brez naše privolitve, brez možnosti izbire za zavrnitev tovrstnega zvočnega onesnaževanja, saj se pojavlja vsepovsod, kjer je mogoče avdio-vizualno predvajanje: v nakupovalnih centrih, studiih za rekreacijo, javnih prevoznih sredstvih, elektronskih medijih.

Seksizem v besedi in sliki rapa je tako (ponovno) dojet kot nekaj naravnega in samoumevnega ter se s ponavljanjem kot (heteronormativna) matrica vtisne v našo podzavest, skorajda primer adornovskega pasivnega poslušalca/ke. Po radikalno mcluhansko o moči medijev pa: rap 50 Centa je kot mizoginična zvočna formacija lahko še eden izmed možnih načinov, kako ponovno vzpostaviti (ali ohraniti) moškosrediščno moč nad ne-moškostjo. Morebitna protireakcija feminizma potemtakem.

LITERATURA

- Beauvoir, Simone de (1999): Uvod. V *Drugi spol*, 1. knj., Dejstva in miti, 9–19. Ljubljana: Delta.
- Bennett, Andy (2001): *Cultures of Popular Music*. Buckingham: Open Society Press.
- Beynon, John (2002): *Masculinities and Culture*. Buckingham: Open Society Press.
- Brake, Mike (1984): *Sociologija mladinske subkulture*. Ljubljana: Knjižnica Revolucionarne Teorije.

⁸ Hip hop je kulturno gibanje in ko uporabljamo izraz »hip hop banda« ni mišljeno, da so vsi umetniki v hip hopu kriminalci. A vendar je nasilje del črne realnosti v getu in kar nekaj je primerov smrti rap glasbenikov v strelskih obračunih npr: Tupac Shakur, Notorious B.I.G.

- Brittan, Arthur (1989): *Masculinity and Power*. Oxford: Basil Blackwell.
- Bourdieu, Pierre (2001): *Masculine Domination*. Stanford: Stanford University Press.
- Buxton, David (1994): *Rock Music, the Star System and the Rise of Consumerism*. V Simon Frith in Andrew Goodwin (ur.), *On Record: Rock, Pop and the Written Word*, 427–440. London, Routledge.
- Collins, Hill Patricia (1990): *Black Feminist Thought: Knowledge, Consciousness and the Politics of Empowerment*. New York: Routledge.
- Forman, Murray (2002): *The 'Hood Comes First: Race, Space and Place in Rap and Hip Hop*. Middletown: Wesleyan University Press.
- Garfinkel, Harold (1967): *Studies in Ethnomethodology*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Gerschick, Thomas J. (2005): *Masculinity and Degrees of Bodily Normativity in Western Culture*. V Michael S. Kimmel, Jeff Hearn, R.W. Connell (ur.), *Handbook of Studies on Men & Masculinities*, 367–378. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Goffman, Erving (1959/1990): *Presentation of Self in Everyday Life*. London: Penguin Books Ltd.
- Jogan, Maca (2001): *Seksizem v vsakdanjem življenju*. Ljubljana: Znanstvena Knjižnica FDV.
- Kaufman, Michael (1993): *Cracking the Armour: Power, Pain and the Lives of Men*. Toronto: Penguin/Viking.
- Kimmel, Michael S. (2001): *Masculinity as Homophobia: Fear, Shame and Silence in the Construction of Gender Identity*. V Stephen M. Whitehead, Frank J. Barrett (ur.), *Masculinities Reader*, 266–287. Cambridge: Polity Press.
- Kuhar, Metka (2004): *V imenu lepote: Družbena konstrukcija telesne samopodobe*. Ljubljana: FDV, knjižna zbirka Psihologija vsakdanjega življenja.
- Macdonald, Myra (1995): *Representing Women: Myths of Femininity in the Popular Media*. London: Edward Arnold.
- Majors, Richard (2001): *Cool Pose: Black Masculinity and Sports*. V Stephen M. Whitehead, Frank J. Barrett (ur.), *Masculinities Reader*, 209–217. Cambridge: Polity Press.
- McKay, Jim, Janine Mikosza, Brett Hutchins (2005): *»Gentlemen, the Lunchbox has landed«: Representations of Masculinities and Men's Bodies in the Popular Media*. V Michael S. Kimmel, Jeff Hearn, R.W. Connell (ur.), *Handbook of Studies on Men & Masculinities*, 270–288. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Messner, Michael A. (1997): *Politics of Masculinities: Men in Movements*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Messner, Michael A. (2001): *Friendship, Intimacy and Sexuality*. V Stephen M. Whitehead, Frank J. Barrett (ur.), *Masculinities Reader*, 253–265. Cambridge: Polity Press.
- Mill, John Stuart & Taylor, Harriet (2005): *Podrejenost žensk, zgodnja eseja o zakonu in ločitvi*. Ljubljana: Studia Humanitatis.
- Murphy, Peter F. (2004): *Feminism & Masculinities*. Oxford: Oxford University Press.
- Negus, Keith (1996): *Popular Music in Theory*. Cambridge: Polity Press.
- Plummer, Ken (2005): *Male Sexualities*. V Michael S. Kimmel, Jeff Hearn, R.W. Con-

- nell (ur.), *Handbook of Studies on Men & Masculinities*, 179–195. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Segal, Lynn (2001): *The Belly of the Beast: Sex as Male Domination*. V Stephen M. Whitehead, Frank J. Barrett (ur.), *Masculinities Reader*, 100–111. Cambridge: Polity Press.
- Seidler, Victor J. (1989): *Rediscovering Masculinity: Reason, Language and Sexuality*. London: Routledge.
- Shuker, Roy (1994): *Understanding Popular Music*. New York: Routledge.
- Stanković, Peter (2006): *Hip Hop v Sloveniji: Ali obstaja lokalno specifičen vzorec prevzemanja značilnosti žanra? Družboslovne razprave*, XXII (51): 93–112.
- Šadl, Zdenka (1999): *Usoda čustev v zahodni civilizaciji*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
- Wallace, Michele (1995): *Masculinity in Black Popular Culture: Could It be that Political Corectness is the Problem?* V Maurice Berger, Brian Willis in Simon Watson (ur.), *Constructing Masculinity*, 299–306. New York: Routledge.
- Young, Iris Marion (1990): *Justice and the Politics of Difference*. Princeton and New Jersey: Princeton University Press.

Elektronski viri:

- Domača stran 50 Cent. Dostopno prek: <http://www.50cent.com/> (november 2006).
- Wikipedia. Dostopno prek: http://en.wikipedia.org/wiki/50_cent (november 2006).
- Wikipedia. Dostopno prek: http://en.wikipedia.org/wiki/50_Cent_discography (december 2006).
- Wikipedia. Dostopno prek: http://en.wikipedia.org/wiki/Hip_hop_model (december 2006).
- Domača stran revije AVN (Adult Video News) http://www.avn.com/index.php?Primary_Navigation=Articles&Action=View_Article&Content_ID=66432 (december 2006).

Ostali viri:

- 50 Cent. Album *Get Rich Or Die Tryin'*. 2003, založba Interscope/Aftermath/Shady/G-Unit.
- 50 Cent. Album *Massacre*. 2005, založba Interscope/Aftermath/Shady/G-Unit.
- 50 Cent. Videospot *In Da Club*, album *Get Rich Or Die Tryin'*. 2003, založba Interscope/Aftermath/Shady/rež.: Phillip G. Atwell.
- 50 Cent. Videospot *P.I.M.P.*, album *Get Rich Or Die Tryin'*. 2003, založba Interscope/Aftermath/Shady/rež.: Chris Robinson.
- 50 Cent. Videospot *Candy Shop*, album *Get Rich Or Die Tryin'*. 2003, založba Interscope/Aftermath/Shady/rež.: Jessy Terrero.
- 50 Cent. Videospot *Just A Lil' Bit*, album *Get Rich Or Die Tryin'*. 2003, založba Interscope/Aftermath/Shady/rež.: Benny Boom.