

své utlačovatele milovat. A přestože existují případy otroků, kteří milují své otrokáře, a rukojmích milujících své únosce, je zřejmé, že při útisku žen se tento stav normalizuje. Typickým příkladem je stockholmský syndrom -15, kdy ženy poslouchají či dokonce zbožňují muže, kteří je unesli. Požadavku, že ženy by měly muže zbožňovat, i když jsou vlastně jen hlídači rukojmích, však v běžném životě málokdo věnuje pozornost (Graham, Rawlings a Riggsby, 1994). Jak vnímavě uvedla Lara Fergus (2005), ženy dostávají v domácnostech mužů „dočasná ochranná víza“.

V takových režimech jsou ženy – tedy miliardy obyvatel této planety – reprezentovány jako stejnorodá skupina, jejíž členky hledají jediné: muže. Média, reklamní průmysl, politická mašinérie, vzdělávací sektor, výrobci hraček, sportovní společnosti, farmaceutický průmysl i sexuální průmysl (abychom uvedli alespoň některé oblasti ovládané muži) kladou důraz na ženská těla, sebepojetí a sexuální dostupnost – pro muže.

Feministky se naproti tomu zesměšňují jako ženy, které nenávidí muže, a v jakémsi ohlasu na radikální filozof-

-14

Zatímco jména Frantz Fanon (1973), Edward Said (1995) a Molefi Kete Asante (1998) jsou dobře známá, o jménech jako Maria Mies (1986/1999), Gloria Anzaldúa (1987) a Linda Tuhiwai Smith (1998) se v především v příslušných specializovaných oblastech, konkrétně v souvislosti s kolonizací a feminismem, lešbickými studii či teorií queer a studii domocodých obyvatel, jejich společným jmenovatelem je zaměření na životy žen.

-15

Pojevé její identifikovala Judith Herman (1992).

40

ku Mary Daly (Daly, 1978) se obviňují za veškeré zlo na zemi. Vratme se však k otázce chudoby žen: jak mohou být ty nejchudší z chudých odpovědné za světové války, znásilňování a mučení milionů lidí, za zemědělskou a ekologickou likvidaci země, za znečištění půdy, moří, nebe a dokonce i vesmíru, za rychlé vyhnutí živočichů a rostlin či za změnu klimatu? Vždyť k tomu nemají prostředky. Výzkumy navíc ukazují, že pokud ženy mají peníze, utácejí obvykle za věci nutné k přežití, například za potraviny, přístřeší, léky a vzdělání pro děti a další členy rodiny (ať už má jakoukoli podobu); muži naproti tomu obvykle utácejí za jednotlivé luxusní zboží pro vlastní potřebu: alkohol, tabák, benzin, drogy, hazard a prostituci (Hynes, 1999).

Ti, kteří mají k dispozici prostředky a distributivní moc technologií, tedy zjevně vedou proti feministkám soustředěnou marketingovou kampaň.

41