

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Veronika Baša

Analiza reprezentacije ženskega orgazma v reviji *Men's Health*

Magistrsko delo

Ljubljana, 2010

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Veronika Baša

Mentorica: izr. prof. dr. Alenka Švab

Somentorica: izr. prof. dr. Karmen Erjavec

Analiza reprezentacije ženskega orgazma v reviji *Men's Health*

Magistrsko delo

Ljubljana, 2010

Ivu in Emi Risi

Analiza reprezentacije ženskega orgazma v reviji *Men's Health*

V magistrski nalogi proučujem reprezentacijo ženskega orgazma v moški življenjskostilni reviji *Men's Health*. Predmet analize so bili prispevki iz obdobja od januarja 2008 do januarja 2010, ki so obravnavali ženski orgazem. Študija diskurzov je temeljila na kritično diskurzivni analizi s katero smo ugotavljali, kako se v reviji ohranja in vzpostavlja zdravorazumski in družbeno konsenzualni pogled na ženski orgazem. Analiza je potrdila naše predpostavke, saj smo v prispevkih zasledili tako elemente prevladujoče permisivne seksualne kulture, kot sta imperativ orgazma in zahteva po seksualni recipročnosti, kot tudi značilnosti tradicionalne seksualne kulture, ki temelji na spolnem razlikovanju in seksualnost razume kot biološko definirano. Ključne idejne enote prispevkov tvori prepričanje, da so ženski orgazmi nepredvidljivi in kompleksnejši od moških, in da predstavljajo enega ključnih pokazateljev uspešnega seksa. Obravnavani so kot ultimativni odločilni cilj spolnega odnosa. Ker mediji predstavljajo spolnost na način binarnih nasprotij, so tudi predstavljeni vzorci o ženskem orgazmu pristranski in posplošeni. Lahko trdimo, da je orgazem postal čisti potrošniški izdelek.

KLJUČNE BESEDE: ženski orgazem, revija *Men's Health*, kritična diskurzivna analiza, seksualizacija, tradicionalna in permisivna seksualna kultura

Analysis of representation of female orgasm in the *Men's Health* magazine

This thesis seeks to examine the representation of female orgasm in the men's lifestyle magazine *men's health*. Articles on female orgasm published between January 2008 and January 2010 were analysed. Based on the critical discourse analysis, the thesis studies how the common-sense and social-consensual view on female orgasm is maintained and reproduced in the magazine. The analysis has confirmed our hypotheses. The articles feature both the elements of the prevailing permissive sexual culture, such as orgasmic imperative and demand for sexual reciprocity as well as the elements of traditional sexual culture, determined by sexual differentiation and biological definitions of sexuality. The articles analysed predominantly depict female orgasms as unpredictable and more complex than those of men, and as indicators of a successful/good sex. They are the ultimate goal of the sexual intercourse. Media represent sexuality in terms of the binary opposition, which is why representations of female orgasm are biased and generalized. We believe that orgasm has become just another commodity.

KEY WORDS: female orgasm, *Men's Health* magazine, critical discourse analysis, sexualization, traditional and permissive sexual culture

KAZALO

UVOD	7
1 POZNOMODERNA SEKSUALNOST- SEKSUALNOST DISTANCE IN HLADNOSTI	11
1.1 <i>Permisivna seksualna kultura in seksualizacija javne sfere</i>	12
1.1.1 <i>Porno-chic</i>	13
1.1.2 <i>Striptiz kultura</i>	13
2 GLAVNI DISKURZI IN IMPERATIVI PERMISSIVNE SEKSUALNE KULTURE	14
2.1 <i>Diskurz seksualne recipročnosti</i>	14
2.2 <i>Imperativ orgazma - orgazem kot obveznost in zahteva</i>	15
2.3 <i>Imperativ koitusa</i>	16
2.4 <i>Partnerski imperativ</i>	17
3 DRUŽBENO-KULTURNI KONSTRUKT ŽENSKEGA ORGAZMA	18
3.1 <i>Didaskalije za orgazem</i>	19
3.2 <i>Znanstveni pogled na ženski orgazem</i>	20
3.2.1 <i>Vloga seksologije</i>	21
3.3 <i>Subjektivno dožemanje seksualnosti in orgazma pri ženskah</i>	22
3.4 <i>Orgazem brez predstave ni »resničen«</i>	23
4 KONSTRUKCIJE MOŠKOSTI IN MOŠKE SEKSUALNOSTI	24
4.1 <i>Nevidna moškost</i>	25
4.2 <i>Medikalizacija seksualnosti</i>	25
4.2.1 <i>Medikalizacija moške seksualnosti</i>	26
4.3 <i>Kriza sodobne moške identitete?</i>	26
4.4 <i>Moškost definirana skozi ženskost</i>	27
5 MEDIJI - OBLIKOVALCI SEKSUALNOSTI	28
5.1 <i>Medijske reprezentacije ženskega orgazma</i>	29
6 REVIJE KOT PROSTOR IDEOLOŠKIH SPOROČIL	31
6.1 <i>Moške revije</i>	31
7 DISKURZ	33
7.1 <i>Diskurz kot oblikovalec družbene realnosti</i>	33
7.2 <i>Dekonstrukcija hierarhičnih binarnih parov</i>	34
8 REPREZENTACIJA ŽENSKEGA ORGAZMA V REVIJI MEN'S HEALTH	35
8.1 <i>Men's Health – revija z mišičastim moškim na naslovnici</i>	35

8.2 Metodologija in vzorec	36
8.3 Mikro nivo analize besedišča	37
8.3.1 Elementi tradicionalne seksualne kulture	37
8.3.2 Elementi permisivne seksualne kulture	39
8.4 Makro analiza prispevkov: analiza tem	41
8.4.1 Ženski orgazmi so nepredvidljivi in kompleksnejši od moških	41
8.4.2 Ženski orgazem je pokazatelj uspešnega seksa	41
8.4.3 Seks ni nikoli dovolj dober	42
8.4.4 Moški, sledite navodilom	42
9 DISKUSIJA	43
10 VIRI IN LITERATURA	48

UVOD

Področje intimnosti, ljubezni in spolnosti se je v zadnjih desetletjih po mnenju številnih družboslovcev (npr. Schmidt 1995; Bauman 1998; Giddens 2000; McNair 2002;) liberaliziralo ter osvobodilo togih tradicionalnih družbenih spon in omejitev. Te spremembe so vsekakor pripomogle k drugačnemu pogledu družbe in njenih posameznikov na partnersko in družinsko življenje (Giddens 2000). S tem je naraslo tako zanimanje širše javnosti kot znanosti za vprašanja intimnosti, ljubezni in spolnosti, ki so postala pomembne spremenljivke razvite moderne družbe (McNair 2002).

Na področju partnerstva in seksualnosti se spremembe kažejo v pojavu novega tipa partnerskih razmerij, čistih razmerij, novega tipa ljubezni, sotočne ljubezni ter novega tipa seksualnosti, t.i. plastične seksualnosti (Giddens 2000). Naštete spremembe so neločljivo povezane s spremembami v polju seksualne kulture. V zadnjih nekaj desetletjih se je dogodil prehod od tradicionalne oz. restriktivne seksualne kulture, ki je postavljala jasne in tudi razlikovalne meje seksualnemu vedenju k liberalni oz. permisivni seksualni kulturi kot ključnemu kontekstu poznomoderne organizacije seksualnosti (Švab 2010). Seksualnost je organizirana okrog užitka in ne več okrog reprodukcije (Gavey in dr. 1999). Za permisivno seksualno kulturo je značilna tudi seksualizacija javne sfere (McNair 2002), komercializacija seksualnosti ter razširjena dostopnost seksualnega znanja in informacij (celo informacijsko izobilje), še posebej z razvojem novih tehnologij, kot je internet ipd. (Švab 2010).

V povezavi s kulturnimi in strukturnimi spremembami v družbi so se transformirali tudi medsebojni odnosi in sama sfera intimnosti (Giddens 2000). V tem času je postala seksualnost družbeno sprejemljiva, vendar nekateri avtorji menijo, da le kot mehanizem moči in nadzora v rokah moških, kar še vedno kaže na patriarhalno usmerjenost družbe. Sodobno izražanje ženske seksualnosti je torej v veliki meri odraz prilagoditve moškimi in prilastitve s strani obstoječih androcentričnih modelov (Binik in Mah 2001; Attwood 2005) zato je v strokovni literaturi in v medijskih diskurzih še vedno opaziti prevladujoč pogled na seksualnost in njeno izražanje skozi koncepte moške seksualnosti (Štulhofer 1999; Giddens 2000).

Na področju seksualnosti se v kombinaciji z elementi tradicionalne seksualne kulture, za katero je značilno razlikovalno razumevanje moške in ženske seksualnosti, ustvarja t.i. psevdo-recipročnost (navidezne recipročnosti), ki izmenjavo seksualnega užitka realizira skozi vzpostavitev pravic (ženska pravica do orgazma) in dolžnosti (moška odgovornost za ženski orgazem) (Braun in dr. 2003). Takšen psevdo-recipročni diskurz je tesno povezan s konstrukcijo orgazma v t.i. imperativu orgazma, znotraj katerega je orgazem razumljen kot cilj heteroseksualne dejavnosti tako za moške kot za ženske. Imperativ orgazma narekuje, da naj bi bili vsi posamezniki sposobni doživeti orgazem in da je orgazem nepogrešljiv za dobro seksualno zdravje (Potts 2000).

Ta tendenca se zato neposredno odraža tudi v medijskih konstrukcijah ženske seksualnosti nasploh ter še posebej ženskega orgazma, saj je v medijih moški orgazem še vedno predstavljen kot odločilni in dokončni cilj spolnega odnosa ter normalno stanje (Chiauzzi in Waterman 1982; Potts 2000; Burr in Nicolson 2003). Sociologi seksualnosti ugotavljajo, da je v splošnih medijih odgovornost za ženski orgazem kot vrhunec užitka pretežno pripisana ženskam samim (Jackson 1984; Attwood 2005).

Študije, ki so bile že narejene na področju sociologije spolnosti, so obravnavale predvsem spremembe na področju seksualnosti (Jackson 1984; Schmidt 1998; Giddens 2000; Burr in Nicolson 2003) in žensko percepcijo seksualnosti ter orgazma (Gavey in dr. 1999; Binik in Mah 2001; Joffe in Lavie-Ajayi 2009). Med temi jih je le manjši del neposredno obravnaval problem ideoloških reprezentacij seksualnosti, ki oblikujejo zdravorazumsko prepričanje in vedenje moških o ženski seksualnosti.

Kljub prepričanju, da imajo moške revije pomembno vlogo pri oblikovanju moških percepcij o ženski seksualnosti nasploh, vključno z ženskim orgazmom (Jackson 1984; Joffe in Lavie-Ajayi 2009), in da imajo tako kot drugi mediji, močno ideološko vlogo in iz bralstva izvabljajo privolitev v način predstavljanja žensk, ki se zdi normalen in sprejemljiv tudi izven medijev (Macdonald 1995), pri nas še ni bila opravljena analiza, ki bi se osredotočila na reprezentacije ženskega orgazma v moških revijah, in ki bi proučevala specifičnost medsebojnega delovanja med množičnimi mediji in moškim zdravorazumskim pogledom na ženski orgazem.

V magistrski nalogi bom proučevala ideološke reprezentacije ženskega orgazma, ki jih je mogoče zaznati v diskurzu revije *Men's Health*¹ ter načine na katere se vzpostavlja in ohranja družbeno konsenzualni pogled na ženski orgazem. Seksualni užitek je namreč pogosto enačen z orgazmom, zato ga je potrebno razumeti tudi v kontekstu vsakodnevnih seksualnih praks. Na podlagi teoretičnega prispevka Jackson in Scott, ki obravnavata orgazem kot paradigmatični primer seksualnih praks, lahko trdimo, da je tudi ta najbolj individualna »zasebna« »telesna« izkušnja vedno tudi družbeno pogojena. To je posebno očitno v heteroseksualni praksi, v okviru katere je ženski orgazem običajno razumljen kot bolj problematičen, težko opredeljiv in skrivnostnejši kot moški (Jackson in Scott 2007, 96).

Analizo vodijo naslednje predpostavke:

1. reprezentacije ženskega orgazma vključujejo elemente prevladujoče permissivne seksualne kulture, kot sta imperativ orgazma in spolna recipročnost v seksualnosti.

Poleg omenjenega bom proučevala tudi prevladujočo percepcijo ženskega orgazma, pri čemer predpostavljam, da:

2. reprezentacije ženskega orgazma vsebujejo spolno razlikovanje seksualnosti in elemente tradicionalne seksualne kulture, ki seksualnost razume kot biološko definirano.

Predmet diskurzivne analize bodo prispevki iz obdobja od januarja 2008 do januarja 2010, ki so obravnavali ženski orgazem. Revijo sem izbrala, ker je bila ena najbolj branih moških revij (Nacionalna raziskava branosti 2009), zato domnevam, da je pomembno vplivala na oblikovanje moških percepcij o ženskem orgazmu.

Nalogo sestavlja pet glavnih tematskih sklopov. V prvem sklopu predstavljam značilnosti seksualnosti v poznomoderni dobi, za katero sta značilna permissivna seksualna kultura in proces seksualizacije javne sfere. V t.i. liberalni seksualni kulturi se pojavljajo zahteve po svobodnem seksualnem izražanju in spolni enakosti, pri čemer je seksualnost zaradi komercializacije seksualnosti organizirana okrog užitka in ne več okrog reprodukcije (Švab 2010).

¹ Moška življenjskostilna revija, ki je v Sloveniji izhajala med leti 2001 in 2010. Namenjena je bila predvsem osveščanju moških o pravilni skrbi za telesno in duševno podobo. Značilnosti revije so podrobneje opisane v poglavju o izbiri metodologije in vzorca analize.

Spremembe v seksualnosti so vidne tudi na področju zasebnosti oziroma intimnosti in partnerskih odnosov: v kontekstu refleksivne intimnosti, v sklopu katere so posamezniki prisiljeni v nenehno pogajanje glede možnosti svojega življenjskega sloga (Giddens 2000) in s pojavom nove, interakcijske morale ali morale pogajanj (Schmidt 1998) s pojavljajo zahteve po seksualni recipročnosti in doseganju orgazma pri obeh partnerjih (imperativ orgazma).

V drugem sklopu obravnavam družbene reprezentacije ženske seksualnosti in orgazma. Zanimala me bosta znanstveni, še posebej seksološki pogled na ženski orgazem, obravnavam pa tudi žensko razumevanje intimnosti in orgazma.

V tretjem sklopu predstavljam družbene konstrukcije moškosti in moške seksualnosti, jih povezujem z značilnostmi pozne moderne in opredeljujem fenomenološke značilnosti moškega orgazma.

V četrtem tematskem sklopu definiram medije v odnosu do seksualnosti, predstavim medijske reprezentacije ženskega orgazma, opredelim značilnosti moških revij in podrobneje predstavim revijo *Men's Health*, ki je bila predmet analize.

V zadnjem, petem sklopu analiziram reprezentacije ženskega orgazma v reviji *Men's Health*. Predstavila bom ugotovitve analize, ki je obsegala mikro nivo besedišča in makro analizo prispevkov oziroma analizo tem. Nalogo sklone diskusija, v kateri razpravljam o empiričnih rezultatih v širšem družbenem kontekstu.

1 POZNOMODERNA SEKSUALNOST- SEKSUALNOST DISTANCE IN HLADNOSTI

»V družboslovju obstaja konsenz, da se v zadnjih nekaj desetletjih oz. vsaj od konca šestdesetih let prejšnjega stoletja odvijajo pomembne spremembe v polju družbene organizacije intimnosti in seksualnosti ter širše razmerij med spoli« (Švab 2010, 3). Na področju partnerstva in seksualnosti se spremembe kažejo v pojavu novega tipa partnerskih razmerij, čistih razmerij, novega tipa ljubezni, sotočne ljubezni ter novega tipa seksualnosti, t.i. plastične seksualnosti (Giddens 2000).

Moderna partnerstva, ljubezen in seksualnost so temeljila na hierarhični spolni organizaciji in heteronormativnosti, medtem ko je za njihove poznomoderne različice, po mnenju Weeksa (1995) značilno, da temeljijo na enakopravnosti partnerjev, da se ne omejujejo na heteroseksualnost in ne temeljijo več na instituciji zakonske zveze. Podobno trdi tudi Giddens (2000), ki opaža, da postaja zasebnost v poznomoderni dobi vse bolj definirana »od znotraj«, s posamezniki, ki v njej živijo in vedno manj ali pa sploh ne več določena z družbenimi normami, vrednotami ipd. Obenem je opaziti, da je fenomen plastične seksualnosti sprožil dokončno ločitev seksualnosti od reprodukcije in izvzel spolnost iz drugih področij življenja (Giddens 2000).

Za poznomoderno dobo sta značilna tudi izginjanje tradicionalnih seksualnih vrednot ter porast radikalno pluralističnih nazorov in tolerance na področju seksualnosti. Za takšno civilno in demokratično družbo je značilno *intimno ali seksualno državljanstvo* (Evans 1993; Plummer 1995; Weeks 1996), ki vključuje posameznike z enakimi pravicami na področju intimnosti. Slednji živijo in organizirajo svojo intimnost na podlagi moralnosti dogovarjanja - svoje seksualne preference in orientacije, oblike razmerij in starševstva, videnja moškosti in ženskosti določajo tako, da spoštujejo omejitve in meje drugih posameznikov (Schmidt 1998).

Po mnenju nekaterih referenčnih družboslovcev (Schmidt 1998; Giddens 2000; Beck 2002; Bauman 2003), poznomoderno seksualnost ali seksualnost površinskega označujeta pojma *distanca* in *hladnost*, ki se nanašata na značilno odsotnost primarnih želja po globoki in intimni zvezi ter igranje igre ne pa vstopanje v zvezo z drugo osebo (Schmidt 1998). Sodobna

seksualna in romantična srečanja naj bi namreč posebej oblikovala »tekoče ljubezni« (Bauman 2003, xii), pri kateri se v razmerja z lahkoto vstopi ali izstopi, predvsem zaradi »lahkih in ohlapnih« (Bauman 2003, xi) medčloveških vezi. Takšna oblika intimnosti lahko daje vtis velike svobode, vendar tekoča ljubezen sodobnemu človeku pogosto predstavlja konstanten vir negotovosti.

Seksualnost postaja del zelo nejasnega procesa grajenja identitete in obenem bolj nedoločenega razumevanja telesnega užitka in razbrzdanosti. Čeprav je zaslediti družbeni premik k predstavljanju žensk kot aktivnih in zaželenih subjektov, je še vedno prisotna tendenca poudarjanja moške seksualnosti kot fizične, surove in zemeljske ter ženske kot čutne (Attwood 2005).

Naštete spremembe so neločljivo povezane s spremembami v polju seksualne kulture. V zadnjih nekaj desetletjih se je dogodil prehod od tradicionalne oz. restriktivne seksualne kulture, ki je postavljala jasne in tudi razlikovalne meje seksualnemu vedenju k liberalni oz. permissivni seksualni kulturi kot ključnemu kontekstu poznomoderne organizacije seksualnosti. Spremembe v seksualni kulturi se odražajo tako v zasebni sferi oz. sferi intimnosti, v preobrazbi intimnosti oziroma v pojavih čistega razmerja ter plastične seksualnosti (Giddens 2000) kot tudi v javni sferi, skozi njeno »seksualizacijo« oz. kulturno seksualizacijo (McNair 2002).

1.1 Permissivna seksualna kultura in seksualizacija javne sfere

Za permissivno oz. liberalno seksualno kulturo je značilen »permissivni diskurz«, ki ga vodi ideja o možnosti svobodnega seksualnega izražanja, o spolni enakosti, liberalni in tolerantni pogledi na seksualnost in seksualno raznolikost, seksualni pluralizem (raznolike seksualne prakse, vedenja, vzorci). Seksualnost je organizirana okrog užitka in ne več okrog reprodukcije (Gavey in dr. 1999).

»Seksualizirana kultura« (Attwood 2006, 78) je plod sodobne prezaposlenosti s seksualnimi vrednotami, praksami in identitetami in je povezana s pojavom novih oblik seksualnih izkušenj in očitno odpravo pravil, kategorij in omejitev, katerih namen je bil obdržati obscenost pod nadzorom. Seksualni dialog je vse pogostejše organiziran na podlagi novih kulturnih posrednikov in je oblikovan v smislu »terapevtske kulture«, ki promovira osredotočenost na seksualnost in sebstvo kot sredstvi osebnega razvoja in izpolnitve (Plummer 1995, 125).

»Za permissivno seksualno kulturo je značilna tudi seksualizacija javne sfere, seksualna komercializacija ter razširjena dostopnost seksualnega znanja in informacij (celo informacijsko izobilje), še posebej z razvojem novih tehnologij, kot je internet ipd.« (Švab 2010, 4). Seksualizacija družbene sfere se je torej pojavila vzporedno z rastočo medijsko fasciniranostjo nad predvajanjem in pisanjem o različnih oblikah spolnega samo-odkrivanja in telesnega raziskovanja, kar lahko označimo kot del splošne seksualizacije mainstream kulture (Baša 2009).

McNair (2002) s seksualizacijo javne sfere razume tri kulturne pojave: pornografikacijo, porno-chic in striptiz kulturo.

1.1.1 Porno-chic

»Pornografikacijo mainstream kulture oziroma pojav tako imenovanega »porno-chica« in striptiz kulture v medijskem in oglaševalskem prostoru je sprožila ravno permissivnost kulture. Na ta način je pornografija vstopila v množično kulturo in je danes prisotna v večini podob, ki se pojavljajo v svetu zabavne kulture, mode in oglaševanja« (Baša 2009, 45).

Porno-chic ni pornografija, temveč reprezentacija pornografije v nepornografski umetnosti in kulturi. Gre za imitacijo, poklon in raziskavo pornografije ter njeno transformacijo v artefakte sredinske kulture v namene oglaševanja, umetnosti, komedije in izobraževanja. Odraža legitimno javno (za razliko od zgolj poslovnega) zanimanje za pornografske in transgresivne stvaritve, ki podirajo tabuje. Porno-chic je bil (in ostaja) nadaljnja stopnja pri komodifikaciji spolnosti in približevanju spolnega potrošništva vse širšemu krogu ljudi (McNair 2002).

S tem, ko se v družbi pojavi širše zanimanje za spolnost, ki vključuje tudi njene bolj ali manj deviantne oblike in perverzности, porno-chic posvoji tudi oglaševalska industrija, ki za namen promocije svojih izdelkov začne izkoriščati spolno privlačnost. Spolnost, ki je predstavljena v oglasih, ni nujno erotična, pomembno je le, da pritegne pozornost. Zato je pogosto predstavljena na ironičen in humoren način (Baša 2009, 26).

1.1.2 Striptiz kultura

Pod pojmom seksualizacija javne sfere McNair (2002) razume tudi striptiz kulturo, ki se od pornografije in porno-chica razlikuje predvsem v tem, da slednja kulturna pojava skoraj vedno vključujeta profesionalce, medtem ko je striptiz kultura običajno rezultat medijske dejavnosti ljudi, ki so vsaj na začetku opravljanja dejavnosti amaterji in anonimneži oziroma

običajni ljudje. Striptiz kultura vključuje običajne ljudi, ki govorijo o seksu in svoji lastni spolnosti, pri čemer razkrivajo intimne podrobnosti o svojih občutkih in telesu v javni sferi.

Besede in podobe v striptiz kulturi niso nujno erotične, čeprav se lahko nanašajo na erotiko. Včasih vsebujejo goloto, samo-razkazovanje in izpovedovanje, vendar je njihov namen redkokdaj spolno vzburljanje občinstva. Striptiz kulturo v tem specifičnem smislu najdemo v zaupnih pogovornih in debatnih oddajah in dokumentarcih ter v tiskanih medijih, na medmrežju in v vseh tistih posredovanih prostorih, kjer ljudje govorijo ali kako drugače razkrivajo določene vidike svoje ali spolnosti drugih (Baša 2009, 46-47).

Diskusije in reprezentacije seksualnosti, ki so nekoč v kontekstu restriktivne seksualne kulture veljale za nespodobne in nezaželene v družbeni sferi oziroma so bile strogo družbeno regulirane in omejene, se danes vztrajno pojavljajo na področjih javnega in zasebnega življenja posameznikov, predvsem zaradi interneta in dostopnosti filmske tehnologije. Posamezniki javno in brez sramu govorijo o spolno eksplicitnem materialu in svojih seksualnih izkušnjah. Opazimo lahko tudi, da je seksualnost postala pomemben del oglaševanja in medijev (Baša 2009, 22).

2 GLAVNI DISKURZI IN IMPERATIVI PERMISSIVNE SEKSUALNE KULTURE

Pričujoče poglavje obravnava glavne diskurzivne značilnosti in imperativne permissivne seksualne kulture. Seksualna recipročnost poudarja vzajemnost med partnerjema. Imperativ orgazma temelji na zahtevi po doseganju orgazma. Za imperativ koitusa velja izenačitev spolnosti s koitusom, partnerski imperativ pa narekuje, da je spolnost oziroma orgazem v prisotnosti nekoga drugega boljši od tistega, ki ga dosežeš sam.

2.1 Diskurz seksualne recipročnosti

Giddens (2000) postavi seksualno recipročnost za osnovno dimenzijo sodobnih partnerstev in izhaja iz teze, da je enakovredna komunikacija, ki nastopi v kontekstu preobrazbe intimnosti, že osvobodena prisile in temelji na enakosti. Seksualnost je v tem kontekstu razumljena predvsem kot sredstvo za uravnavanje vezi med posamezniki. Kot primer navaja t.i. *čisto razmerje*, saj le-to predpostavlja enakost med spoloma na čustvenem in spolnem področju. Za obstoj takšnega razmerja je bistvena zmožnost pogajanja in odprte komunikacije med partnerjema, ki temelji na avtonomiji vsakega izmed njiju in sovпада z zmožnostjo samoizpraševanja oziroma samorefleksije. Takšno obliko razmerja pa lahko razumemo bolj

kot zavezujočo kot dejansko obstoječo, saj gre za idealni tip, h kateremu razmerja težijo v večji ali manjši meri.

V seksualnosti se je zgodil pozitiven premik - odnosi so se demokratizirali in seksualnost se je liberalizirala. Danes imajo posamezniki večjo seksualno svobodo, saj je seksualnost postala deinstitutionalizirana oziroma osvobojena spon zakonske zveze. Liberalni diskurz, ki je v šestdesetih in sedemdesetih letih nasledil generacije seksualnih tabujev, je v osemdesetih letih prerasel v diskurz »enakih pravic« (Schmidt 1998), za katerega sta značilna propadanje seksualnih moral v starem smislu in vzpon moralnih pravil, ki predpisujejo dogovarjanje med partnerjema. Moralnost dogovarjanja lahko imenujemo tudi sporazumna moralnost, saj temelji na prepričanju o sporazumu, odobrenem obnašanju in eksplicitnem ustnem dogovoru. Seksualna potreba v tem kontekstu temelji na razumu in čustvih ter prepričanju, da je spolnost lahko racionalizirana.

S terminom seksualna recipročnost označujemo obojestransko delovanje, vpliv, dajanje in prejemanje med dvema stranema v razmerju. Seksualna recipročnost predstavlja osnovno premiso egalitarnih in seksualnih standardov znotraj razmerij in je običajno dojeta kot »dobra« (Braun in dr. 2003, 237) znotraj heteroseksualne spolnosti in razmerja. Nanaša se predvsem na zaskrbljenost moških, ali njihova partnerica doživi orgazem.

Diskurz recipročnosti je med drugim prisoten v tekstih o heteroseksualnosti in v (manj feminističnih) razpravah o romantični ljubezni, v povezavi z dolgotrajnimi razmerji ali s poroko, z ženskimi pravicami do seksualne zadovoljitve in z doživljanjem orgazma. Znotraj omenjenega diskurza je zaznati zahteve po tem, da bi morala biti seksualnost skupen dogodek, določen z moralnimi omejitvami kot so npr. sporazumnost, recipročnost in spoštovanje (Braun in dr. 2003).

2.2 Imperativ orgazma - orgazem kot obveznost in zahteva

Po mnenju Béjinga (1986) je imperativ orgazma še posebej značilen za moderne zahodne družbe, znotraj katerih velja, da za spolno zdrave veljajo tisti posamezniki, ki so zmožni doseči vrh spolnega zadovoljstva, ki ga danes imenujemo orgazem (Potts 2000).

Diskurz recipročnosti je opisan kot nekaj, kar vključuje dajanje in prejemanje »užitka«, pri čemer je slednji najpogosteje artikuliran kot orgazem. Recipročnost je torej veljavna v primerih izmenjave orgazmov in idealni seksualni stik naj bi temeljil na zahtevi po obojestranskem doživljanju orgazma. Iz tega lahko sklepamo, da gre za artikulacijo širše

kulturnega »imperativa orgazma«, v sklopu katerega je orgazem razumljen kot nekaj naravnega, nekaj, kar naj bi vsi imeli. Recipročnost lahko potencialno pomeni tudi izmenjavo »njene« orgazma v zameno za »njegov« orgazem preko spolnega odnosa (Potts 2000).

Idealno obliko recipročnosti oziroma »ultimativno vzajemnost« (Braun in dr. 2003, 245) bi potemtakem lahko pripisali orgazmu, ki ga partnerja dajeta in prejmeta simultano. Po drugi strani pa bi lahko primere »ne-recipročne« seksualnosti (t.j., ko eden od partnerjev ne doživi orgazma) opisovali kot nekaj »napačnega« ali problematičnega. Moški lahko v takšnih primerih pridobi negativno identitetno pozicijo.

Diskurz recipročnosti lahko proizvaja določene obveznosti v seksualnosti, saj je znotraj njega zaznati potencialne povezave med upravičenostjo in obveznostjo. Ena takšnih je ta, da ženske niso le upravičene do orgazma, temveč se od njih pričakuje, da ga dosežejo. Pri ženskah se zato lahko pojavijo občutki »utrujenosti od pritiska po doživljanju orgazma« (Braun in dr. 2003, 252). Nekatere ženske lahko posledično orgazem »zaigrajo«, da bi zadovoljile svojega partnerja ali, da bi preprosto le skrajšale seksualno dejanje, ki jim ne daje nikakršnega drugega užitka razen tistega, ki ga povzroči spolni odnos; raziskave namreč kažejo, da orgazem, do katerega pride med spolnim odnosom, med ženskami ni nujno najbolj pogost niti, da ta predstavlja nekaj, kar mnogo žensk vidi kot konstrukcijo užitka (Burr in Nicolson 2003).

Videti je, da obstajajo med recipročnostjo, obveznostjo in prakso »hlinjenja« orgazma zelo jasne povezave. Čeprav naj bi recipročnost temeljila na premisi »pristnega« užitka, je naloga »hlinjenja« tista, ki omogoča videz užitka in kaže na intenzivnost zahteve po potrditvi njegovega izvajanja. Razumevanje in izvajanje heteroseksualnosti kot proizvoda recipročnosti potemtakem nista nujno tako osvobodilna, kot se zdita (Braun in dr. 2003, 253).

2.3 Imperativ koitusa

»Z izenačitvijo spolnosti s koitusom se ohranja ideja, da imajo moški močan seksualni nagon, ki stremi h koitusu« (Jackson v Švab 2010, 5), medtem ko naj bi bile »ženske seksualne želje bolj usmerjene v emotivne in odnosne vidike seksualnosti« (Švab 2010, 10).

Eno od značilnosti tradicionalne seksualne kulture, ki jo je usmerjal tradicionalni, »razlikovalni«, pogled na žensko in moško seksualnost, predstavlja poleg diskurza moškega seksualnega nagona (Weeks 1986) in biološkega imperativa (Gavey in dr. 1999) tudi t.i. imperativ koitusa. »Slednjega lahko umestimo v diskurz moškega seksualnega nagona, ki

temelji na predstavi o biološki in reproduktivni pogojenosti seksualnosti oziroma na biološkem imperativu. Zanj je značilna ideja, da je moška seksualnost vodena s strani močne biološke potrebe po spolnosti v obliki koitusa« (Weeks v Švab 2010, 5).

Imperativ koitusa (Jackson 1984) določa moški orgazem skozi penetracijo, pri čemer je spolni odnos (koitus) dojet kot najbolj naravna oblika heteroseksualne aktivnosti. Spolnost je enačena s spolnim odnosom/penetracijo, saj je ta še vedno videna kot bistven in nepogrešljiv del ter logičen zaključek oziroma glavni cilj spolnosti.

Imperativ koitusa je odraz odkrite želje moških po prakticiranju penetracijskih oblik seksualnosti in ga lahko označimo kot nekaj, kar moški posedujejo, medtem ko ženske pridejo v stik z njim le preko seksualnih razmerij z moškimi (Burr in Nicolson 2003).

2.4 Partnerski imperativ

Del dominantne konstrukcije zdrave (hetero)seksualnosti predstavlja tudi »partnerski imperativ« (Potts 2000, 65), ki narekuje, da je spolnost oziroma orgazem v prisotnosti nekoga drugega boljši od tistega, ki ga dosežeš sam. To prepričanje je seveda močno povezano s pomembnostjo intimnosti s spolnim partnerjem in velja predvsem za ženske, saj k doživljanju orgazma dodaja tudi nekakšno čustveno komponento.

Koitalni in partnerski imperativ sta v medsebojni korelaciji, saj poosebljata prepričanje, da se tesnejše zblizanje med partnerjema lahko zgodi le preko penetracijskih oblik spolnosti. Kakršna koli seksualna zadovoljitev, ki jo posameznik doseže samostojno, je v tem kontekstu dojeta kot manjvredna in razumljena kot potencialni vir napetosti v razmerju, medtem ko naj bi masturbacija sporočala, da ima nekdo neurejeno spolno življenje. Masturbacija je stereotipno prikazana kot izhod v sili.

Do nasprotnih ugotovitev je prišla Švab (2010), ki je na podlagi raziskave² ugotovila, da je žensko delovanje veliko bolj izraženo skozi masturbacijo, kot preko spolnega odnosa. Ženska seksualnost naj bi bila zato v kontekstu spolnega odnosa (v relaciji do partnerja) bistveno bolj »družbeno« prilagojena moški seksualnosti, kot pa tista skozi masturbacijo, v seksu s »samim

² Izr. prof. dr. Alenka Švab je v januarju in februarju 2008 izvedla kvalitativno raziskavo z naslovom *Med tradicionalno in permisivno seksualno kulturo: percepcije seksualnosti ter prisotnost seksualnih imperativov pri študentkah*. S pomočjo fokusnih skupin je proučevala percepcijo seksualnosti pri študentkah oziroma prisotnost elementov seksualnih diskurzov in imperativov v njihovih percepcijah.

seboj«. Zanimiva je tudi ugotovitev, da so tudi udeleženke same povelečevale orgazem, dosežen v spolnem odnosu z moškim. Slednje naj bi bilo posledica zanikanja pomembnosti ženskega orgazma v vsakem spolnem odnosu (Švab 2010, 12-13).

3 DRUŽBENO-KULTURNI KONSTRUKT ŽENSKEGA ORGAZMA

Teoretični prispevki o orgazmu niso nova zadeva, saj so v medicini in psihologiji prisotni od Freuda in Reicha do Kinseya. K razpravam o ženskem in moškem orgazmu ter spolnem užitku pa je nedvomno veliko prispevala tudi feministična teorija. Ameriške feministke so odpirale razprave na teme kot so posilstvo, pornografija in seksizem v vsakdanjem življenju, in se s tem dotaknile vprašanj seksualne samoopredelitve in avtonomije ženske seksualnosti (Schmidt 1998).

»V poznomoderni konstrukciji orgazma imajo glavno vlogo ideologije, privzete iz psihoanalize, znanosti (psihijatrija in seksologija) in družboslovnih terapevtskih razprav, skratka iz vseh paradigem, ki poudarjajo pomembnost in potrebo po orgazmu za fizično, psihično in/ali celovito zdravje« (Potts 2000, 61).

Dejstvo da je ženski orgazem razumljen kot družbeno-kulturni in ne kot biološki konstrukt, lahko pripišemo miselnosti, da je »normalna« ženska seksualnost konstruirana okrog zmožnosti zadovoljiti moške seksualne potrebe in da sta ženska seksualna želja in orgazem oblikovana kot odgovor moški seksualni želji in orgazmu. Oblika ženske heteroseksualne želje in orgazma potemtakem temelji na dihotomnih seksualnih normah in je tesno povezana z moško-usmerjenim in tržnim heteroseksualnim okvirom (Burr in Nicolson 2003).

V družbenih predstavah je orgazem sporno prikazan kot »seksualna resnica« oziroma kot trenutek, ko je oseba »povsem poistovetena s svojim telesom« (Potts 2000, 59). Takšne trditve lahko sprožijo prepričanje, da posameznik ne more obstajati v celoti, če ni spolno aktiven in/ali ne doživi orgazma. Posameznik je definiran kot seksualno zdrav človek na podlagi svoje zmožnosti doživljanja orgazma. Spolnost predstavlja identiteto, pri čemer je orgazem tisti, ki posameznike interpelira v ideologijo spolno zdravega in osvobojenega subjekta (Potts 2000).

3.1 Didaskalije za orgazem

Tudi ko smo sami, smo še vedno družbena bitja. Zato tudi samozadovoljevanje (kot tudi spolnost z drugimi) predpostavlja proces refleksije, pri katerem kulturni pomeni in družbeno vedenje, ki se oblikujejo in preoblikujejo čez vse življenje, vodijo tako naše misli (fantazije) kot tudi naša dejanja.

Jacksonova in Scottova se pri teoretiziranju o seksualnem užitku opirata na Gagnona in Simona, ki utemeljujeta seksualno utelešenje s konceptualizacijo družbene konstrukcije seksualnosti kot družbeno programirane. Izhajajoč iz te konceptualizacije menita, da je orgazem v mnogih pogledih doživet v okviru vnaprejšnjega scenarija. Izraz scenarij je pomanjkljiv toliko, kolikor označuje nekaj fiksnega. Avtorja ugotavljata, da termin »označuje konvencionalno dramsko narativno obliko, ki je večkrat kot ne neustrezna« (Gagnon in Simon v Jackson in Scott 2007, 109). Poudarjata, da celo najbolj konvencionalna erotična sekvenca izhaja iz zapletenega niza večplastnih simbolnih pomenov, ki niso nujno enaki za oba udeleženca v standardni heteroseksualni drami. Scenarij je torej potrebno razmeti kot zaključeno besedilo, ki nas omeji v predvidljive vloge in dogajanje, ki pa je včasih veliko bolj odprto in nudi možnosti improviziranja. Scenariji niso le odigrani, temveč se z njimi tudi igramo. Odprti so pogajanjem ob reakcijah na partnerjeve iztočnice, in ko osmišljamo kaj se dogaja s partnerjem, kaj z nami in kaj med nama. Avtorja določata tri medsebojno povezane dimenzije scenarija:

1. *Kulturnost scenarija* se nanaša na diskurze, skozi katere je spolno konstituirano kot objekt vedenja, in ki določajo, kaj intersubjektivna kultura obravnava kot spolnost. Kulturni scenariji so splošno dostopen nabor kulturnega vedenja o seksualnosti. Ne določajo seksualnega vedenja in izkušenj, temveč so nam na voljo kot vir osmišljanja naše lastne utelešene seksualnosti.
2. *Intersubjektivnost in interakcijskost scenarija* pride do izraza v medosebnem prostoru družbenosti, ki je predmet pogajanj in izhaja iz interakcije z drugimi. Ta vidik scenarija črpa iz zgornjega vidika, ki je prisoten v vsakodnevnih seksualnih praksah. Slednje lahko, v posameznih družbenih skupinah, same postanejo možne kot spolne prakse.

3. *Psihičnost oziroma intrasubjektivnost scenarija* izhaja iz reflektivnega sebstva in pomeni družbeno utemeljeno obliko duševnega življenja, zgrajenega iz odnosov med sebstvom in drugim(i) ter iz samorefleksije. V procesu slednje predelujemo material kulturnih scenarijev in medosebnih izkušenj ter tako konstruiramo osebni nabor seksualnih scenarijev, skozi katere osmišljamo prakse in želje, ki nato usmerjajo tako naše individualne fantazije kot tudi način prakticiranja spolnosti z drugimi.

Orgazem je torej kulturna, medosebna in psihična konstrukcija in ne končna resnica o seksualnosti (Jackson in Scott 2007).

3.2 Znanstveni pogled na ženski orgazem

Znanstveni pogled na ženski orgazem se je skozi čas spreminjal. V 18. stoletju je bil ženski seksualni užitek nedvomno vsakdanost in povezan s plodnostjo. Med viktorijanskim obdobjem je bil ženski orgazem označen za nezdravega in povezan z boleznimi. Začeli so ustvarjati postopke za reševanje »problema orgazma pri ženskah« (Jackson in Scott 2007, 96). Takšni medicinski okvirji so posledica moralističnega vzdušja, v katerem spoštljive ženske ne bi smele uživati v spolnosti.

V začetku 20. stoletja se je zgodil premik v znanstvenem razumevanju ženskega orgazma. Eden pomembnejših teoretikov tistega časa, Freud (1905), je trdil, da je klitorični orgazem fenomen odrasčanja, in da začne odrasla ženska po končani puberteti doživljati vaginalne orgazme. Medtem ko je seksologija tistega časa upravičila ženski orgazem, je bilo vse razen vaginalnega orgazma povezano s psihološko motnjo »frigidnosti« (Jackson in Scott 2007, 98).

Po drugi svetovni vojni so bila empirično pridobljena spoznanja Kinseya, Pomeroya, Martina in Gebharda (1953) ter Mastersa in Johnsona (1966) ključnega pomena pri nadaljnjem oblikovanju medicinske perspektive. Vsi so poudarjali podobnosti med ženskim in moškim orgazmom s sklicevanjem na njihove psihološke aspekte. Kinsey in drugi so označili orgazem za pokazatelja seksualnega dosežka in užitka, Masters in Johnson (1966) pa sta ga opisala kot vrh človeškega seksualnega reakcijskega ciklusa. V tem času postane klitoris, v nasprotju s prejšnjim razumevanjem, ki je vagino dojemalo kot domnevni vir orgazma.

Tudi sodobne študije potrjujejo prepričanje, da je klitoris primarni vir vzburjenja čutil za sprožitev orgazma in kažejo, da sta klitorični in vaginalni orgazem biološko nerazločljiva (Mah in Binik, 2001). Kljub temu je središče sodobnih raziskav ženskega orgazma tesno

povezano s farmacevtsko industrijo in temelji na iskanju biokemičnih rešitev za »probleme z orgazmom« (Jackson in Scott 2007, 105).

3.2.1 Vloga seksologije

Seksologija oziroma veda o spolnosti pri človeku ima svoje začetke v devetnajstem stoletju, v času splošnega razmaha medicine, psihiatrije in podobnih disciplin. V okviru svojega večdisciplinskega polja delovanja obravnava različne vidike spolnosti ter skuša opredeljevati normalno spolnost in njene variacije. Kljub temu, da naj bi v svojih temeljih veljala za deskriptivno vedo, ki dokumentira »realnost« in je ne predpisuje, jo nekateri teoretiki obravnavajo kot »artefakt in proizvod patriarhalnosti, saj še vedno ostaja vplivna pri določanju ženske dobrobiti in pri predpisovanju normalnega ženskega obnašanja«, saj naj bi kot taka »poosebljala idejo, da seks je in bi moral biti način izražanja in ohranjanja moške dominacije in ženskega zanosa« (Burr in Nicolson 2003, 1735).

Takšno prepričanje naj bi opravičevala predvsem uporaba pojmov znotraj seksologije kot npr. »seksualni impulz« in »zadoščenje« ali njegovi nasprotji »frigidnost« in »hladnost«, ki so se vtisnili v repertoar seksološke znanosti in sedaj tvorijo osnovo »znanja« o seksualnem zdravju, normalnosti in oblikah terapevtskih posegov (Burr in Nicolson 2003, 1737). Seksologi so z opredeljevanjem »odklonskih« seksualnih dejanj (ne)zavedno predpisali tudi »normalne« oblike seksualnosti. V šestdesetih letih je bila tako Reichova trditev, da sta heteroseksualni odnos in orgazem ključna za zdravje obeh spolov, pričakovano deležna zaničevanja s strani feminističnih in drugih kritičnih teoretikov in raziskav (Jackson 1987).

Zgodnji utemeljitelji seksologije kot moderne znanosti Freud, Krafft-Ebing in Havelock-Ellis, so ločili naravno seksualnost, ki ima izključno reproduktivno funkcijo, od nenaravnih seksualnih praks, jih na ta način opredelili ter jim omogočili vstop v domeno kliničnega in javnega.

Kljub temu pa so bile redko promovirane ideje, ki bi potrjevale kompleksnost ženske seksualnosti. Ženska seksualnost je še naprej predstavljala logičen odsev moške seksualnosti in odgovor na spolni odnos. Alternativo takšnemu razumevanju je ponudil šele Kinsey, ki je z empiričnimi raziskavami dokazoval variabilnost seksualnih praks (Burr in Nicolson 2003). Ženski orgazem je tako postal del seksoloških teorij šele v dvajsetem stoletju, skupaj z opustitvijo razprav o normalnem oziroma nenormalnem seksualnem vedenju, čeprav se je

medikalizacija seksualnosti ohranjala ter celo intenzivirala, a se je spremenil diskurz, ki se je sedaj usmeril k vprašanju seksualnega zdravja, disfunkcij ipd.

Medikalizacija seksualnosti je v zadnjem času predmet ostrih kritik. Stephen Heath (1984) je kritičen do dominantnega biomedicinskega razumevanja človeške seksualnosti, saj slednjo razume kot konstrukt, medtem ko feministična sociologinja Leonore Tiefer (2004) trdi, da seksualnost ni nekaj naravnega in da kot taka sploh ne obstaja. Po njenem mnenju je ravno medikalizacija kriva, da so ljudje nesrečni, predvsem, če ni napredka. Zdravstveno izobraževanje je potemtakem namenjeno spodbujanju razprave o nekem problemu oziroma prepričevanju ljudi, da za »obstoječi« problem potrebujejo zdravilo. Za medikalizacijo seksualnosti se skriva predvsem ekonomski interes.

Diskurz o ženskem orgazmu, ki je prisoten na področju seksologije in spolnih terapij, kaže moč znanosti nad ženskimi izkušnjami, obenem pa igra tudi ključno vlogo pri kliničnih razpravah o seksualno »normalnem«. V njih je (bil) orgazem označen kot naraven seksualni izraz, zato je (bilo) posledično tudi normalno obnašanje ocenjevano glede na pogostost in vzrok orgazma ali »seksualnega olajšanja« (Burr in Nicolson 2003, 17).

3.3 Subjektivno dožemanje seksualnosti in orgazma pri ženskah

Posameznice opisujejo orgazem kot končni cilj spolnosti (Potts 2000), romantično in seksualno najvišjo točko, simbol ženskosti in normalnosti.

Na ženske predstave o svojem ali/oziroma partnerjevem orgazmu nedvomno vpliva »prevladujoča razlikovalna percepcija seksualnosti, v kateri je moška seksualnost razumljena kot tipično različna od ženske« (Švab 2010, 10). Avtorica raziskave je namreč prišla do ugotovitev, da so udeleženske »izražale stališča, ki spadajo v register diskurza moškega seksualnega nagona« (Švab 2010,10) kot sta npr. moška »biološka« potreba za seksom in večja emotivnost žensk, pri čemer so, kljub zavedanju družbenih in kulturnih vidikov seksualnosti, udeleženske označile biologijo kot »neodvisno in nevprašljivo ontološko osnovo seksualnosti« (Švab 2010, 10). To seveda kaže na dejstvo, da je »tradicionalna seksualna kultura vsaj skozi spolno razlikovalno razumevanje seksualnosti še vedno prisotna v percepcijah seksualnosti pri mladih ženskah« (Švab 2010, 10).

Razlikovalen pogled na seksualnost se izraža tudi skozi razlikovalno percepcijo orgazma, ki je najpogosteje povezana z biološkimi faktorji- seksualno željo, potrebo in seksualnim nagonom. Ker naj bi bila ženska spolna želja manjša, sta manj pomembna

(oziroma nista nujna) tudi njena zadovoljitev oziroma orgazem. Medtem ko so udeleženske razumele moški orgazem kot stalnico spolnega odnosa, so ženskega opredelile kot ne-nujnega in ne vedno družbeno in subjektivno pričakovanega (Švab 2010, 11).

Ženske s tem, ko le redko opisujejo orgazem v čisto fizičnem smislu, nezavedno potrjujejo družbene definicije svojih orgazmov kot bolj skrivnostnih od moških. V njihovih izpovedih je namreč orgazem prepleten z mističnimi idejami ekstaze in transcendence ter v povezavi z romantičnim bliščem ljubezni in intimnosti (Potts 2000).

Posameznice, ki orgazma ne morejo doseči, doživljajo vpletanje medijev in partnerjev kot dodatni pritisk, zato jih pogosto navdajajo občutki »neuspeha, nesposobnosti, sramu in frustriranosti« (Joffe in Lavie-Ajayi 2009, 100). Nezmožnost imeti orgazme je potemtakem razumljena kot pomanjkljivost in neposredna manjvrednost (Nicolson in Burr 2003).

3.3 Orgazem brez predstave ni »resničen«

Družbene definicije moškega in ženskega orgazma imajo konkretne posledice za vsakodnevne (hetero)seksualne prakse ter seksualno zadovoljstvo tako moških kot žensk. Kvalitativne raziskave o družbenem pomenu orgazma kažejo, da npr., ker ženski orgazmi niso zadostno očitni, so ženske primorane ustvariti spektakularno in glasno predstavo, in ker je orgazem razumljen kot »vrh« seksualne izkušnje, njegov izostanek ponazarja ponesrečen ali nepopoln seksualni dogodek, takšen, ki ni dosegel pravičnega zaključka (Potts, 2000).

Danes obstajajo konvencionalni opisi ženskega užitka in orgazma, ki ne le, da oskrbujejo ženske z vsakodnevno znanjem o tem, kako hliniti orgazem in/ali kako imeti prepričljivo »pristnega«, temveč posameznicam nudijo tudi nasvete za izražanje dogodka, ki poteka znotraj telesa in za razumevanje partnerjevih odzivov nanj (Jackson in Scott 2007)

Ženska nezmožnost doseganja orgazma lahko pri moškem partnerju povzroči »učinek ogroženosti« (Potts 2000, 66) v zvezi s seksualnim znanjem. Čeprav so heteroseksualni moški predstavljeni kot aktivni, »naravni« poznavalci spolnosti, se od njih paradoksalno pričakuje, da »nastopajo« (Potts 2000, 66). Po drugi strani je naloga ženske, bolj ali manj pasivne sprejemnice moškega seksualnega znanja, potrjevanje moške seksualne zmožnosti. Igranje orgazma je potemtakem *njena* predstava, ki nagrajuje in potrjuje *njegovo* predstavo. Seveda pa prisotnost orgazma ne sme ostati neopažena - obstajati mora predstava *per se* (Potts 2000).

Tu lahko opazimo veliko število paradoksov: etika moške predstave ustvarja zahtevo, da ženska uprizori prepričljivo predstavo orgazma; predstava o ženski, kot pasivni prejemnici moške izkušnosti, zahteva aktivno uporabo njihovih misli, da bi lahko igrale »telo«; ženska hvaležnost zaradi moškega seksualnega dela zahteva precej čustvenega napora za proizvodnjo predstave, ki se zdi pristna in ki omogoča pravšnjo potrditev partnerjeve zmožnosti. Pomembno je torej naučiti se prepoznati orgazem in ob tem spoznati še njegove kulturne definicije (Jackson in Scott 2007, 106).

Občutki ogroženosti in nesposobnosti, ki jih lahko moški doživljajo na seksualnem področju so, kot bomo videli v nadaljevanju, tesno povezani predvsem s samo družbeno konstrukcijo moškosti in moške seksualnosti ter fenomenologijo moškega orgazma.

4 KONSTRUKCIJE MOŠKOSTI³ IN MOŠKE SEKSUALNOSTI

Moški so bili v socioloških raziskavah pogosto razumljeni kot nekaj samoumevnega, saj se je sklepalo, da »so norma, njihovo vedenje pa se ne razlaga z vidika spola ali v primerjavi z ženskami« (Haralambos in Holborn 1999, 648). Jeff Hearn in David Morgan menita, da študije, ki so rutinsko proučevale moške, niso nujno temeljile na bolj kompleksnem, problematizirajočem in sociološkem proučevanju moških; ti naj bi bili »bolj sredstvo kot pa tema raziskave. /.../ Takšne študije tako niso veliko prispevale k sociologiji spola ali h kritičnemu razumevanju moškega in moškosti« (Hearn in Morgan v Haralambos in Holborn 1999, 648).

Zanimiva je razlaga sociologa Michaela Kimmela, ki trdi, da naj bi bile opredelitve moškosti za moške precej koristne, saj naj bi te »poudarjale podedovane biološke in spolne vloge, ki implicirajo aktivnost, znanje, racionalnost, sposobnost«. Kimmel zato poudarja, da »če so odnosi med spoloma zabeleženi v naših genih ali kulturno določeni, to prikriva, kako zelo te opredelitve temeljijo na moški premoči nad ženskami« (Kimmel v Haralambos in Holborn 1999, 648). V tem kontekstu je bila sociologija delno odgovorna za reproduciranje odnosov med spoloma, saj je moškost ohranjala nevidno, ženskost pa problematizirala.

³ Moškost lahko opredelimo kot družbeno konstruiran koncept, kot nekaj kar je odvisno od družbenega konteksta, saj so se teorije o »pravem moškem« spreminjale skupaj z družbenim razvojem.

4.1 Nevidna moškost

Moški in spremembe njihovih vlog so bili v razpravah o seksualnosti dolgo pretežno neopaženi, zato ni nenavadno, da je v vsej literaturi o spolu in seksualnosti o moški seksualnosti kot taki napisano zelo malo. Po mnenju Giddensa, je bila moška seksualnost še do nedavnega »tako zelo sprejeta kot del vsakdanjega življenja, da je postala nevidna« (Giddens 2000, 116). Praznina naj bi veljala zlasti za domeno intimnosti, iz katere so se moški izključili sami, zato se je ob začetku razprav o podiranju tradicionalnih temeljev moškosti prepoznavanje moške družbene pozicije pokazalo kot zapleteno in problematično (Giddens 2000).

Od svojih začetkov dalje se je namreč seksologija, skupaj s psihiatrijo in psihologijo, zanimala predvsem za žensko seksualnost ter seksualne prakse, ki so bile takrat definirane kot »odklonske« (homoseksualnost, masturbacija). Takšno stanje lahko pojasni tedanje splošno zanimanje za raziskovanje in medicinsko obravnavanje vsega, kar odstopa od prevladujoče morale, norm in vrednot. V kontekstu konstrukcije moške seksualnosti kot normalne oziroma normativne je bila ženska seksualnost definirana kot ogrožujoča in kot neznano področje, ki ga je treba znanstveno odkriti.

Danes je paradoksalno ravno obratno – o ženski seksualnosti še vedno vemo bolj malo, medtem ko je moška predmet »velikih« raziskovanj, ki se nanašajo predvsem na vprašanja erekcije ipd. Obenem je še vedno navzoča medikalizacija tako ženske kot moške seksualnosti.

4.2 Medikalizacija seksualnosti

Medikalizacija označuje pojav, ko se, do sedaj normalna stanja povezana s staranjem človeka, znajdejo pod avtoriteto medicine in se jih začne, predvsem zaradi želje po dobičku, zdraviti in spremljati (Tiefer 2004).

V biomedicinskem modelu seksualnosti, na katerega se zanaša medikalizacija, »ni prostora za idejo, da sta erekcija in orgazem socialna konstrukta« (Tiefer 2004, 192), ampak se vse vrti samo okrog fizioloških zmožnosti in popolne izvedbe. S tem naj bi se spremenila tudi osnovna narava seksualnega srečanja: intimnost in užitek se pretvorita v dosežek in izvedbo.

Po mnenju Leonore Tiefer so za spodbujanje medikalizacije seksualnosti odgovorni predvsem štiri dejavniki: urologi, medicinska industrija, množični mediji in

samoorganizirane skupine. Omenjeni naj bi prikazovali seksualnost na »racionalen, tehničen, mehaničen in vesel način« (Tiefer 2004, 203).

Pomemben koncept znotraj medikalizacije je po mnenju Lynn Payer tudi prodajanje bolezni, ki temelji na predpostavki, da je potrebno prepričati zdrave ljudi, da so bolni, oziroma rahlo bolne, da so zelo bolni. K lahkim medicinskim rešitvam naj bi se posamezniki zatekali predvsem takrat, ko se njihova pričakovanja usmerijo tudi k kvalitetni izvedbi spolnosti in visoki stopnji užitka (Tiefer 2004).

4.2.1 Medikalizacija moške seksualnosti

Glede na to, da že sama socializacija moških in moška ideologija obravnavata erekcijo kot simbol moškosti oziroma moške samozavesti, ni nenavadno, da se je tudi medikalizacija moške seksualnosti osredotočila na motnjo seksualnega vznburjenja/motnjo erekcije, in na ta način zreducirala seksualno zdravje moških na erektilno delovanje penisa (Tiefer 2004).

Tieferjeva meni, da moške medikaliziran diskurz večinoma privlači zato, ker zreducira seks na biologijo in na telo, jim odvzame nadzor nad erektilno funkcijo oziroma disfunkcijo in se jim zato ni treba ukvarjati z motivi, željami, vrednotami, občutki in podobnim, saj vzrok problema leži v biologiji. Erekcije ne povezujejo več z osebo in kontekstom, temveč jo dojemajo kot nekaj preprostega. Kljub temu pa ima medikalizacija za moške tudi določene pozitivne lastnosti, saj jih lahko medicina, s preprostim posegom oziroma tabletko, reši nemoškosti (Tiefer 2004).

4.3 Kriza sodobne moške identitete?

Na sodobno moško identiteto so v veliki meri vplivali izboljššan položaj žensk, liberalizacija družbenega odnosa do spolnosti in ločitve ter večanje stopnje ženske zaposlenosti, kar je povzročilo, da zaposlitev ni več moška domena. Na spremenjeno podobo moškosti je vplivala tudi sama podoba moškega telesa v poznomoderni dobi, ki narekuje doseganje lepnotnih idealov tako pri ženskah kot tudi pri moških.

Teme in problematike, povezane z moškimi in moškostjo, so postale aktualne predvsem zaradi delovanja feministk, ki je sprožilo zahteve po ženski zakonsko določeni enakopravnosti in po demokratično urejeni javni in zasebni sferi. Takšno preoblikovanje tradicionalnih identitet in spolnih vlog ter pojav emancipiranih žensk pa lahko pri moških

povzroči občutke nemoči in tesnobe, saj moški še vedno razumejo moškost kot privilegij in potrebo, ki jo je treba vedno znova dokazovati (Whitehead 2006).

V sodobnih razpravah o položaju moških v pozni moderni je pogosto zaslediti teorije o »krizi moškosti« oziroma o ogroženosti moške eksistence. Po mnenju Whiteheada (2006) so takšne trditve presplošne in nepravilne, saj si avtor težko predstavlja, da bi bila družbena skupina, ki nadzira večino svetovnih virov, medijev, političnih in gospodarskih družb in kapitala, lahko ogrožena. Moški imajo v sodobni (patriarhalni) družbi (še vedno) institucionalno in organizacijsko moč. Poleg tega, je tudi s strani žensk še vedno čutiti določeno mero fasciniranosti z nekaterimi tradicionalnimi spolnimi značilnostmi moških, kot so npr. pogum, suverenost in varnost. Sodobna moškost je potemtakem ujeta med tradicionalne vzorce obnašanja in zahteve po spreminjanju le teh.

4.4 Moškost definirana skozi ženskost

Dominantne razprave o moški seksualnosti odražajo ponavljajočo se in znano kulturno retoriko; obstaja dihotomija aktivno/pasivno, po kateri so moški definirani na podlagi moškega telesa, ki je seksualno aktivno - hitro in z lahko doseže orgazem, medtem ko naj bi bile ženske počasnejše pri doseganju »zapletenega« orgazma (Burr in Nicolson 2003, 1737).

Iz tega je razvidno, da se moški definirajo (in ločijo od drugih moških) preko seksualnih odnosov z žensko in glede na druge manjvredne reprezentacije moškosti, in da hegemonске moškosti slonijo na odnosu do »ženskega«. Takšna potreba pa seveda ni skladna s konstruktom moškosti kot »neodvisnosti« in zato lahko ženske moškost spodkopavajo. Gre torej paradoksalno za to, da moškost nikakor ni samozadostna, da je v seksualnem kontekstu najbolj ranljiva, in da intimni seksualni odnosi predstavljajo moškemu vir največje negotovosti.

Zanimivo je, da je tudi v medijih moškemu telesu le redko pripadlo glavno središče pozornosti, čeprav je (bilo) v moškem tisku opaziti nasičenost s (hetero)seksualnim hedonizmom. Namesto tega je moško telo ostalo dokaj nevidno, saj je prevladujoči diskurz reprezentiranja moškega telesa slonel na ženskem telesu. Tudi v medijih je (bil) moški seksualni užitek uokvirjen in izražen skozi žensko telo.

Danes ne obstajajo neke fiksne oblike ali standardi moškosti, ki naj bi jim moški sledili, čeprav se v medijskih podobah izrisujejo idealizirane oblike sodobne moškosti.

Z zgornjo ugotovitvijo zaključujem prvi sklop o seksualizaciji kulture, o vse večji osredotočenosti na seksualnost in sebstvo kot sredstvu osebnega razvoja in izpolnitve, ter o družbenih in bioloških konstrukcijah ženskega orgazma v povezavi z moško seksualnostjo. Drugi sklop naloge bo posvečen področju delovanja medijev, saj predstavlja seksualnost pomemben del oglaševanja in medijev na splošno. Na vsakem koraku je tako zaslediti očitno medijsko fasciniranost nad odkrivanjem/razkrivanjem različnih oblik seksualnosti, seksualnih želja in pričakovanj. Kot bomo videli, igrajo mediji pomembno vlogo pri oblikovanju seksualnih identitet sodobnega človeka.

5 MEDIJI - OBLIKOVALCI SEKSUALNOSTI

Medije lahko označimo kot »družbeno instanco, katere namen je, da predstavlja sliko sveta in s tem tudi sliko o ženskah in moških, o ženskosti in moškosti. S tem, ko nam ponujajo sliko o tem, kaj je biti moški in kaj ženska« (Davies v Erjavec 2005, 283), (mediji) zavzemajo pomembno mesto pri oblikovanju razvoja spolnih identitet, posameznikovega odnosa do spolnosti in spolnega vedenja.

Spol je pogosto konstruiran kot stvar sofisticirane potrošnje, zato je postala samozadostna individualnost - moška ali ženska- najbolj pomembna družbena enota in je nadomestila par ali družino. Mediji so vse bolj podvrženi seksualizaciji v okviru katere sta ženska in moška heteroseksualnost predstavljena v povezavi z razvedrilom, narcizmom in hedonizmom (Attwood 2005).

Erjavec meni, da se s pomočjo medijev lahko opredeljujemo ter prepoznavamo sebe in druge, čeprav nam lahko »medijsko ponujene ideje in vzori ponujajo tudi napačen vtis normalnosti in samoumevnosti« (Erjavec 2005, 274). Erjavec dalje poudarja, da reprezentacija moške in ženske spolne identitete poteka skozi medije, in zaradi tega »spolna identiteta ne odseva družbene realnosti, temveč se konstruira v jeziku, zato družbena realnost ne obstaja izven jezika« (Erjavec 2005, 282).

Tudi Joffe in Lavie- Ajayi (2009) trdita, da lahko množični mediji preoblikujejo znanstveno mišljenje in pomagajo oblikovati subjektivno razumevanje in občutke posameznikov. Občinstvu naj idej ne bi vsiljevali, saj se od posameznikov in družbe pričakuje, da nastopajo v dialektičnem razmerju. Posameznikovo razmišljanje naj bi bilo potemtakem produkt prevladujočih konvencij, norm in vrednot, ki se lahko spreminjajo. Prevladujoče

»zdravorazumsko« razmišljanje ni le plod sodobnih sporočil, temveč je upravljano s pomočjo spomina in tradicionalnih struktur.

5.1 Medijske reprezentacije ženskega orgazma

Orgazem, o katerem govorijo številne revije ter radijske in televizijske oddaje, je postal potrošniški izdelek. Mediji imajo zato pomembno vlogo pri oblikovanju ženske percepcije o ženskosti, pri konstrukciji kolektivne ženske subjektivnosti in lahko predstavljajo enega ključnih virov znanja o ženskem orgazmu.

V medijih je ženski orgazem še vedno predstavljen kot odločilni in dokončni cilj spolnega odnosa in nesporni pokazatelj ženskega užitka. Mediji spodbujajo ženske k samozavesti v spolnosti, prevzemanju odgovornosti zanj in k dosegu orgazma, saj naj bi ta predstavljal njihovo osvoboditev. S povezovanjem orgazma, pomembnosti razmerja in enakosti spolov mediji spodbujajo ženske k reševanju težav povezanih z doživljanjem orgazma in jim pripisujejo odgovornost za njihove osebne težave in za z njimi povezane čustvene reakcije moških.

Romantizirana reprezentacija orgazma kot končnega cilja ženskam nalaga odgovornost za doživljanje le-tega in lahko povzroča zaskrbljenost ter občutke poraza pri tistih, ki imajo težave z doseganjem le-tega. Gre za izvajanje pritiska na ženske, čeprav je odsotnost orgazma opisana kot pogost pojav. Na podlagi tega je zato mogoče predvidevati, da ženske veliko bolj razmišljajo o svojem orgazmu ali o težavah, ki jih imajo, kot bi sicer, saj je ta tematika vse bolj prisotna tako v ženskih kot tudi v moških revijah.

Seksualnost je v medijih predstavljena na način binarnih nasprotij, ki so značilna za zahodno razmišljanje; moški in ženska sta si v nasprotju na podlagi dimenzij kot so aktivno/pasivno in razum/čustva. Gre za poudarjanje razlik med spoloma, kar je najbolj vidno v reprezentacijah ženskega orgazma na s poetiko, čustvi in razmerji povezan način, v nasprotju z mehansko naravo moškega orgazma (Joffe in Lavie-Ajayi 2009).

Mediji, oziroma konvencionalni kodi, ki jih le-ti podajajo, predstavljajo najbolj očiten vir, iz katerega se lahko naučimo, kako prepoznati vplive orgazma in jih definirati kot blagodejne. Takšne predstave nam pomagajo razumeti občutja in poiskati načine sporazumevanja o željah in užitku v intimnih interakcijah. Učinki medijskih reprezentacij seksualnosti se prenašajo preko interakcijskih kontekstov, v katerih spolno občujemo in skozi reflektivne procese interpretacije telesnih reakcij (Jackson in Scott 2007).

Po Joffe in Lavie-Ajayevi (2009) so medijske reprezentacije ženskega orgazma konstruirane na podlagi treh večjih prepletajočih se tem:

1. Orgazem kot osrednji pokazatelj seksualnega užitka in cilj spolnosti - spolnost je dirka, orgazem ciljna črta

Prisotno je spodbujanje žensk k dosegu orgazma, saj naj bi ta predstavljal njihov užitek in osvoboditev. Pojavljajo se razlike pri definiranju ženskega in moškega orgazma: ženski je opisovan bolj poetično, moški mehansko (»drgnjenje tega, drezanje onega«).

2. Klitorični orgazem proti vaginalnemu orgazmu

Mnogo prispevkov v medijih zanika možnost, da spolni odnos brez klitorične stimulacije lahko privede do orgazma; termin klitoris je uporabljen v kontekstu drugačnih seksualnih položajev in tehnik, pri čemer je poudarek na ženski, ki ne sprejema patriarhalno definiranih standardov seksualnosti. Klitorični orgazem je predstavljen kot samo-generiran, medtem ko je vaginalni označen kot produkt spolnosti z moškim (imperativ koitusa). Slednje naj bi bilo »prava stvar«, kar implicira, da prvo ni.

Mnenje, da klitorična manipulacija lahko pomeni lažjo pot do orgazma, obstaja znotraj družbenih reprezentacij, ki povečujejo vaginalni orgazem, saj naj bi ta utelešal bolj ženstveno in atraktivno izkušnjo. V medijskih reprezentacijah je vaginalni spolni odnos zastopan kot naraven in normalen način spolnosti. Takšen, biološko voden diskurz povečuje spolni odnos in mu daje imperativni položaj. Konstruira in propagira idejo (oziroma ideologijo), da sta moško in žensko telo »ustvarjena za medsebojno ujemanje«.

3. Nedoseganje orgazma je pogost, vendar problematičen pojav

Mediji opisujejo odsotnost tako klitoričnega kot vaginalnega orgazma kot pogost, vsakdanji pojav. Odsotnost orgazma je razumljena kot razlog za negativna čustva pri ženskah in kot vzrok težav v razmerju. Kljub temu pa mediji poudarjajo, da morajo moški sprejeti dejstvo, da nekatere partnerice ne bodo doživele orgazma med vsakim spolnim odnosom.

Reprezentirani vzorci o ženskem orgazmu so nedvomno pristranski in posplošeni, saj revije spolnost predstavljajo na način binarnosti: moški naj bi bili aktivni in razumski, ženske pa večinoma pasivne in čustvene.

6 REVIJE KOT PROSTOR IDEOLOŠKIH SPOROČIL

Vloga medijev je v politiki reprezentacij družbenega spola in hierarhiziranja moških in ženskih lastnosti pomembna predvsem z vidika množične distribucije (in reprodukcije) stereotipov. Pomemben del množičnih medijev, v katerem je seksističen diskurz zelo očiten, so popularne revije. Popularne revije so del ekonomskega in ideološkega sistema, s katerim so razlike med spoloma pridobile nov pomen (Poderžaj 2008, 29-30).

Popularni mediji stalno vsiljujejo in uspešno tudi vsilijo zdravorazumski pogled na družbo. To storijo z izbiro jezikovnih strategij, te pa učinkujejo tako, da ustvarjajo iluzijo, kot da obstaja med državljani konsenz glede osnovnih predpostavk v družbi (emocionalne ženske, odločni moški itd.). Za psevdo-intimni ton, s katerim ustvarjalci npr. revij nagovarjajo bralce/ke, je značilno, da je ves govor usmerjen na bralca/ko kot posameznika/co, kar pomaga ustvariti intimno povezanost: bralci/ke teh besedil ne berejo kot informacije, temveč jih uporabljajo predvsem v legitimacijske, identitetne in integracijske namene.

Iz izsledkov mnogih raziskav, ki so obravnavale vpliv revij na konstrukcijo sodobne identitete posameznika (npr. Plummer 1995; Rogers 2005; Gill 2009), je razvidno, da so slednje prostor ideoloških sporočil in glasnice škodljivih spolnih ideologij, katerih namen je »opravičevanje in naturalizacija odnosov neenakosti« (Gill 2009, 346). Nekateri teoretiki s področij sociologije spolov in analize medijev (npr. Attwood 2005; Rogers 2005; Gill 2009) celo trdijo, da revije oblikujejo koherentno ideologijo, saj naj bi znotraj posameznih izdaj, narejenih za vsak nacionalni kontekst, obstajala koherenten diskurz ali ideologija in da že tržna znamka kot celota ponazarja zbirko vrednot, ki delujejo na svetovni ravni, ne glede na lokalne variacije. Ob tem pa je seveda potrebno upoštevati tudi dejstvo, da sta užitek, ki ga prinašajo revije in ideologija, ki jo razglašajo, tesno povezani. Vsaka kulturna oblika, tudi ideologija, je namreč prijetna in ideološka (Gill 2009).

Moč revij se torej kaže v obsegu informacij, ki jih posredujejo. Informacije so večinoma bolj ali manj verodostojne, saj ustvarjalci revij stremijo k temu, da bi bralec napisano dojel kot resnično in samoumevno.

6.1 Moške revije

Moške revije promovirajo področje potrošniškega življenjskega stila in jih lahko obravnavamo v povezavi z vzponom novih, sodobnih oblik moškosti. Interpretiramo jih lahko v povezavi s širšim spektrom reprezentacij moškosti: od tradicionalnih upodobitev

močnega, gospodovalnega, občutljivega in skrbnega moškega iz osemdesetih do t.i. »novega mladeniča« devetdesetih (Attwood 2005, 85).

Moške življenjskostilne revije vsebujejo nasvete o telesni vadbi, seksualnih razmerjih, družabnem življenju, prehrani in modi, in s tem pokrivajo teme, ki jih zgodnje moške revije niso; tako vzpostavljajo oziroma ohranjajo odmik od tradicionalne moškosti.

Zanimivo je, da moške revije veljajo za *neškodljivo zabavo*, saj želijo ohraniti prijateljski odnos do bralca; nasvete mu zato podajajo na prijazen, ironičen in zdravorazumski način. Takšna vrsta diskurza je posledica predvidevanj ustvarjalcev revij, da moški v splošnem zavračajo resne članke o razmerjih, seksualnosti, zdravju, telesni vadbi itn. in da pogosto ne želijo priznati svojih potreb po informacijah, ki se tičejo predvsem seksualnosti.

Realna podoba moškosti in njena reprezentacija se v moških revijah dopolnjujeta, saj moške revije ne bi obstajale, če se z njihovo vsebino ne bi identificirali tudi sami moški. Moški se namreč spreminjajo, postajajo bolj zahtevni in tudi potrošniško naravnani. Temu trendu revije sledijo, a ga hkrati tudi sooblikujejo in spodbujajo. Ob tem lahko omenimo, da revije legitimirajo nekatera tradicionalno moška početja (seks za eno noč, pijančevanje itn.) in tako (*navidezno*) krepijo podobe »možatih« moških.

Moške revije, ki jih Giddens označi kot »vir refleksije, znotraj katerih uspeva projekt sebstva« (Giddens 1992, 30), lahko predstavljajo enega redkih prostorov, ki jih imajo moški na voljo za odkrivanje intimnih odnosov. Zanje je značilna s spolom določena žanrskost in nagovarjanje moških kot homogene skupnosti, zato so postale popularen vir za dvigovanje zavesti znotraj navidezne moške skupnosti. Čeprav se zdi, da revije služijo »krepitvi moškosti«, je potrebno poudariti, da kriza moškosti temelji ravno v medijih. Uspešnost moških revij je tako posledica manj zanesljivega položaja moške identitete oziroma dejstva, da moškost danes ni več tako natančno definirana kot v preteklosti.

7 DISKURZ

»Uporaba jezika v kateremkoli besedilu je »vedno istočasno sestavljena iz družbenih identitet, družbenih odnosov ter sistema vedenja in verovanja. Tako vsako besedilo po svoje prispeva k oblikovanju teh družbenih in kulturnih vidikov« (Fairclough 1995, 55).

Spodnje poglavje obravnava dimenzije diskurza, ki kažejo na njegovo povezanost z družbenimi odnosi vpliva in moči. Z ideološko vrednostjo diskurza se ukvarja mnogo teoretikov, med njimi tudi Vežovnik, Fairclough in Derrida s svojo teorijo dekonstrukcije hierarhičnih parov.

7.1 Diskurz kot oblikovalec družbene realnosti

Diskurz je neločljivo povezan z odnosi moči, interesi vplivnih družbenih skupin in posameznikov ter s sociokulturnimi in družbenoekonomskimi razmerami. Predstavlja obliko družbene prakse in je družbeno pogojen. V družbi lahko vzdržuje in reproducira status quo ali pa služi njegovi transformaciji. Diskurz vsebuje tudi močno ideološko komponento, katere namen je legitimacija kulturno konstruiranih in družbeno-zgodovinskih pojavov kot naravnih. S pomočjo diskurza se torej nevtralizira oziroma vzpostavlja družbena moč.

Lahko bi rekli, da je definicij diskurza skoraj toliko, kolikor je šol in pristopov, ki diskurz postavljajo v ospredje svojih teorij in analiz. Do neke mere je vsem skupno konstrukcionistično pojmovanje diskurza kot npr: »specifičnega načina sporočanja o svetu ali razumevanja sveta oziroma enega izmed njegovih aspektov« (Jørgensen in Philips v Vežovnik 2008, 87). Diskurz pa običajno pomeni tudi »rabo jezika v odnosu do družbenih, političnih ali kulturnih oblik – diskurz je jezik, ki odraža družbeni red, in hkrati jezik, ki oblikuje družbeni red in posameznikovo interakcijo z okoljem« (Jaworski in Coupland v Vežovnik 2008, 87).

Fairclough ga opredeli kot »družbeno prakso, ki se pojavlja v besedilih, govoru ali drugih semioloških sistemih oziroma drugih diskurzivnih dogodkih« (Fairclough v Giddens 2000, 35) in v nadaljevanju trdi, »da postane diskurz konstruktiven za družbeno realnost, ki jo upodablja« (Giddens 2000, 35). Pri analizi spolnega razvoja je prišel do ugotovitve, da začnejo misli, pojmi ter teorije, ki so del nastanka novega besedišča za razumevanje spolnosti, pronicati v družbeno življenje in ga preurejati. Izrazi, ki jih ta pojav rutinsko vpeljuje, služijo opisovanju družbenega življenja in ga preoblikujejo s tem, ko postanejo del

okvirov delovanja, ki jih privzemajo posamezniki in skupine. Zato je ta pojav temeljni strukturni element družbene dejavnosti v modernih okoljih.

Raziskave kažejo (Burr in Nicolson 2003), da so na področju seksualnega diskurza od odkrito propagandnih besedil, ki nam svetujejo, kako dosežemo spolni užitek, v svojih učinkih pomembna tista besedila, ki poročajo, analizirajo in komentirajo o seksualnosti v praksi (npr. Kinseyjeva poročila in poročila drugih, ki so nastala za njim). Takšna poročila naj bi s tem, ko so dejstva razkrila, nanje tudi vplivala ter posledično odprla polja razprave in ponovnega raziskovanja, ta pa so postala del široke javne sfere in spremenila laične poglede na spolna dejanja in zveze (Giddens 2000).

7.2 Dekonstrukcija hierarhičnih binarnih parov

Eden od kritičnih pristopov, ki nam omogoča pregled sodobnih privilegijev in mistifikacij orgazma kot del spolne izkušnje, je dekonstrukcija. Uporabnost dekonstrukcijske teorije je povezana z njenim odporom do privilegiranja katerega od konceptov v primerjavi z drugim. Dekonstrukcija, ki jo povezujemo s francoskim post-strukturalistom Jacques Derrida-jem, se primarno ukvarja s prevpraševanjem zahodnega sistema mišljenja, skozi katerega poteka proizvodnja hierarhičnih binarnih parov kot so narava/kultura, razum/telo, prisotnost/odsotnost, moški/ženska. Takšne dihotomije delujejo tako, da dajejo prednost prvemu izrazu, medtem ko razvrednotijo drugega (Potts 2000).

Teorija dekonstrukcije želi torej prikazati, da so izrazi, ki se zdijo dominantni in superiorni, v resnici odvisni od njihovih nasprotij, podrejenih izrazov, ki obstajajo v tem razmerju le zato, da ohranjajo njihovo privilegiran položaj. Derrida je poudaril, da vsakdanji jezik ni preprost ali nevtralen, ampak je obremenjen s predpostavkami in vlogami, ki na prvi pogled niso takoj razpoznavne (Potts 2000).

Dominacije določenih izrazov ne moremo izničiti le z obratom nasprotij, saj to radikalno ne spremeni kategorij samih. Namesto tega bi se bilo bolje lotiti filozofskega sistema, ki takšne polarizacije proizvaja in vzdržuje ter ob tem proučiti, kaj ostane zunaj binarne strukture. Potrebna je torej reorganizacija vzpostavljanja binarnega parjenja. Za eno najbolj prodornih binarnih hierarhij, identificirano z dekonstrukcijsko teorijo, velja par prisotnost/odsotnost, ki kaže, da je ideja »prisotnosti« v zahodnih družbah izredno močna in predstavlja strukturo našega razmišljanja. Med nasprotja, ki se neizogibno izhajajo iz abstraktnosti prisotnosti, lahko uvrstimo tudi orgazem/brez orgazma (Potts 2000).

Razumevanje orgazma je torej razlikovalno in neizbežno hierarhično. Hierarhična konstrukcija orgazma je posredno vidna v opisih orgazma. Udeleženke so o ženskem orgazmu vedno govorile kot o nečem, kar je merjeno glede na lastnosti moške seksualnosti in moškega orgazma, na primer, za doseganje ženskega orgazma je potrebno več časa, težje ga je doseči, zahteva več (moškega) truda. /.../ Hierarhična struktura je vidna tudi v percepciji ženskega orgazma kot nečesa, kar je odvisno od moškega delovanja in kompetence. Moški so videni kot tisti, ki imajo vlogo (in nalogo), da žensko »vodijo do« oziroma »pripravijo« na orgazem (Švab 2010, 12).

8 REPREZENTACIJA ŽENSKEGA ORGAZMA V REVIJI MEN'S HEALTH

V nadaljevanju predstavljam moško življenjskostilno revijo *Men's Health*. Z diskurzivno analizo sem obdelala prispevke s posebnim poudarkom na reprezentaciji ženskega orgazma. V nadaljevanju navajam uporabljen metodologijo in rezultate analize.

8.1 Men's Health– revija z mišičastim moškim na naslovnici

Revija, katere slogan se glasi »Zadovoljstvo je biti moški«, je licenčna revija, ki je v Sloveniji izhajala pod okriljem družbe Adria Media Ljubljana, založništvo in trženje, d.o.o. od marca leta 2001, vendar je zaradi upada oglaševalcev in bralcev prenehala izhajati februarja 2010. Kljub temu pa je stare in nove novice mogoče prebirati na internetni strani www.aktiven.si.

Men's Health naj bi predstavljal nekakšen moški vodič po stvarih v življenju, ki so namenjene izboljšanju vsakdana. Namenjen je predvsem ozaveščanje moških o pravilni skrbi za telesno in duševno podobo. Največ prispevkov zato vključuje teme kot so telesna vadba, zdravje, kariera, razmerja, prehrana in hujšanje. Ciljno občinstvo revije so moški, ki jih zanimata šport in zdravo življenje, ki so ambiciozni, relativno premožni in uspešni v zasebnem in poklicnem življenju in ki bi radi ohranili mladost in aktivnost.

V reviji je izraženo prepletanje reprezentacij tradicionalne moškosti in sodobnega pojmovanja moškosti. Moški je konstruiran kot pozoren partner, ki skrbi za partnerkino spolno in čustveno zadovoljitev, vendar pri tem ne pozablja, da je še vedno on tisti, ki je aktiven. Elementi sodobne moškosti se kažejo predvsem v estetski, seksualizirani in objektivirani podobi moškega.

Poleg revije *Men's Health* so na slovenskem tržišču prisotne tudi sledeče moške revije: *FHM*, *Mamut*, *Maxim* in *Playboy*. Rastoče število moških revij lahko pripišemo dejstvu, da se sodobni moški vse pogosteje spoprijemajo z negotovostjo o svoji identiteti, medtem ko jim revije ponujajo navidezno gotovost in rešitve vsakodnevnih zagat ter na ta način vplivajo na konstrukcijo identitete in spodbujajo potrošnjo.

8.2 Metodologija in vzorec

Študija diskurzov je temeljila na diskurzivni analizi, ki kot »oblika diskurzivnega analitičnega raziskovanja v prvi vrsti raziskuje, kako se družbena oblast, zlorabe, nadvlada in neenakost uveljavljajo, reproducirajo s pomočjo teksta in govora v družbenem in političnem kontekstu« (van Dijk 2001 v Erjavec 2009, 68). V sklopu KDA je diskurz razumljen kot družbena praksa in raba jezika, ki, lahko vpliva na reprodukcijo ali spreminjanje že obstoječih družbenih razmerij.

Tekstualno analizo sem izvedla na dveh ravneh: na makroravni z analizo makropropozicij in na mikroravni z analizo ključnih besed. Po van Dijku so makropropozicije »najbolj ključni pomeni nekega teksta, izpeljani iz pomenov posameznih besed in povedi po makropravilih, kot so brisanje nepomembnih pomenov, posploševanje in oblikovanje pomena na abstraktni ravni« (van Dijk v Erjavec 2009, 69). V skladu s temi pravili se izpuščajo nepomembne posameznosti, bistvo sporočenega se posplošuje in povezuje na višjo raven abstraktnega pomena ali pa se oblikuje nov koherenten pomen. V tej študiji makropropozicije razumemo kot »idejno enoto« povedi, različnih povedi, odstavka oziroma celotnega teksta, odvisno od pomenske raznolikosti in koherentnosti (prav tam). Analiza makropropozicij je torej makrosemantična analiza, ki vključuje celovite pomene ter omogoča opis tudi dolgih in raznolikih tekstov ter »prepoznavanje najpomembnejših informacij določenega diskurza« (van Dijk prav tam).

Študija je vključevala tudi analizo ključnih besed, ki konstruirajo določen diskurz, saj je »analiza ključnih besed ali analiza »lokalnih« pomenov na ravni besed najbolj uporabna za razkritje ideologij in diskurzov« (van Dijk prav tam).

S pomočjo kritično diskurzivne analize (KDA), ki je »še posebej uporabna za ugotavljanje diskurzov, predvsem pa jezikovnih prvin, ki kažejo na družbene spremembe v besedilu in govoru« (van Dijk 1999, 291) sem ugotavljala, kako se v moški reviji vzpostavlja in ohranja zdravorazumski in družbeno konsenzualni pogled na ženski orgazem. Skušala sem potrditi ali

ovreči svoje predpostavke, da se v *Men's Health*ovih reprezentacijah ženskega orgazma pojavljajo elementi prevladujoče seksualne kulture, kot sta imperativ orgazma in zahteva po seksualni recipročnosti, in da so v reprezentacijah prisotni spolno razlikovanje in elementi tradicionalne seksualne kulture, ki seksualnost razume kot biološko definirano.

Predmet analize so bili prispevki iz obdobja od januarja 2008 do januarja 2010 v reviji *Men's Health*, ki so obravnavali ženski orgazem. Raziskava je temeljila na obstoječih socioloških (npr. Potts 2000; Braun in dr. 2003; Jackson in Scott 2007) in medijskih (npr. Rogers 2005; Joffe in lavie-Ajayi 2009) raziskavah o ženskem orgazmu. To revijo sem izbrala, ker je bila ena od najbolj branih moških revij (Nacionalna raziskava branosti 2009) in zato domnevam, da ima pomembno vlogo pri konstruiranju moških percepcij ženskega orgazma.

V analizo sem zajela 10 prispevkov o ženskem orgazmu, ki so bili objavljeni v 25 izdajah revije *Men's Health* med januarjem 2008 in januarjem 2010. Rezultate tekstualne analize bom predstavila po poglavjih in jih interpretirala v poglavju diskusija.

8.3 Mikro nivo analize besedišča

Ker je jezik odraz družbenih in kulturnih norm, je slednjim pogojena tudi izbira besedišča. »Ideološka socializacija je v veliki meri dosežena prek rabe jezika v družbi (diskurz)« (Erjavec in Poler Kovačič 2007, 21), zato lahko z analizo besedišča ugotovimo kateri ideološki pomeni so izraženi ali se ohranjajo v izbranih prispevkih, in kakšne reprezentacije ženskega orgazma prevladujejo v reviji *Men's Health*.

Pregled najbolj uporabljeni besed je pokazal, da so spolni organi in ženske/moške erogene cone pogosto imenovane strokovno nevtralnno kot npr. »vagina«, »penis«, »ščegetavček«, »klitoris«, čeprav sem zasledila tudi nekaj stilno zaznamovanih kot npr. »magični gumbek«, »korenjak«, »sanjsko orgazmično potovanje«. Vulgarnih izrazov v prispevkih nisem opazila.

8.3.1 Elementi tradicionalne seksualne kulture

Analiza besedišča je pokazala, da v prispevkih o ženskem orgazmu prevladujeta koitalni in heteroseksualni normativ. Slednja lahko umestimo v okvir tradicionalne seksualne kulture, za katero je značilen razlikovalni pogled na žensko in moško seksualnost, koitus pa je dojet kot najbolj naravna oblika heteroseksualne aktivnosti ter bistven/nepogrešljiv element in cilj spolnosti. Koitalni in partnerski imperativ sta v medsebojni korelaciji, saj oba posebljata

prepričanje, da se tesnejše zблиžanje med partnerjema lahko zgodi le preko penetracijskih oblik spolnosti.

Tipični primeri stavkov, ki poudarjajo imperativ koitusa oziroma partnerski imperativ so:

»Morda **znate partnerico sicer pripeljati do orgazma, s penisom, roko ali kako drugače, toda ali jo lahko popeljete na večurno sanjsko orgazmično potovanje, ne da bi vam prišlo oziroma, da vam pride hkrati z njo**«. (julij 2008, 28).

» [N]aj vam ne bo nerodno uporabiti pripomočke, ki bodo uspešno nadomestili vaš penis /.../ umetni penis, ki se ga namesti okoli bokov in se ga uporablja kot odlično nadomestilo za **pravo stvar**«. (avgust 2008, 30).

»Ko bo dala skozi božansko izkušnjo z **vašim prstom**, bo zagotovo komaj čakala, da jo osvoji še **vaš korenjak**«. (junij 2008, 28)

Za tradicionalno seksualno kulturo je značilen tudi biološko voden diskurz, ki ravno tako povečuje spolni odnos oziroma mu daje imperativni položaj. Znotraj omenjenega diskurza je seksualnost predstavljena na način binarnih nasprotij: moški ima vlogo aktivnega in razumnega subjekta, medtem ko je ženska *le* pasivna in čustvena prejemnica užitka, ki ji ga nudi *on*:

»Zavedajte se, da ste tukaj izkušenejši vi in da bo od vas pričakovala podporo in nežnost ter napotke, zato kar pogumno. Ženske obožujejo moške, ki **vodijo** spolno igro. Pustite ji sicer, da tudi ona kdaj prevzame vajeti, a vseeno ostanite vi tisti, ki ima vse **pod nadzorom**«. (junij 2008, 28)

Biološko voden diskurz se odraža tudi preko nagovarjanja bralcev, da je za uspešno in aktivno spolno življenje potrebno poznati svoje in predvsem partnerjeve biološke pokazatelje užitka:

»Med orgazmom ženska doživi tri do deset vaginalnih mišičnih krčev... ti so zagotovo najbolj zanesljiv indikator, saj jih je skorajda nemogoče odigrati. Poleg tega ženskam med orgazmom pordijo sramne ustnice, močnejše se potijo, zenice se razširijo in glavica klitorisa se nekoliko umakne«. (avgust 2008, str. 30)

V besedišču je jasno postavljena razlika med klitoričnim in vaginalnim orgazmom; drugi je povečevan, saj naj bi ga ženska dosegla preko penetracijskih seksualnih oblik:

» [č]e želita **korak dlje od klitoričnih orgazmov**, se večkrat poskusita osredotočiti na notranjo stimulacijo«. (september 2009, 31)

»Razen zares redkih izjem **naj bi bila vsaka ženska z ustreznim stimuliranjem in sproščenostjo sposobna doživeti klitorični orgazem**... neka obširna raziskava je pokazala, da **številne ženske niso nikoli doživele vaginalnega orgazma**«. (september 2009, 31).

Čeprav je v prispevkih govora o naravni kompleksnosti ženske seksualnosti, sta ženska seksualna želja in orgazem še vedno razumljena kot logičen dvojnik moške seksualnosti in posledica spolnega odnosa. Prisotne so očitne dihotomne seksualne norme, ki se ohranjajo in reproducirajo znotraj heteroseksualno normativnega razumevanja seksualnosti. Način poimenovanja ljudi v novinarskem diskurzu ima vsekakor pomemben vpliv na način, kako so ljudje zaznani in upoštevani v družbi (Richardson 2007).

8.3.2 Elementi permisivne seksualne kulture

Analiza mikropomenov razkriva, da je za diskurz o ženski seksualnosti značilno prepletanje elementov tradicionalne seksualne kulture in značilnosti permisivne/sodobne seksualne kulture. Prisotnost slednjih je vidna v zahtevah po seksualni recipročnosti, ki je pogosto izražena skozi orgazem:

»Predlagamo vam, da naslednjič pozabite sami nase. Dobesedno. Izgubite se v njej. Dobesedno. Še sanjati ne morete, kako se **vam bo to obrestovalo**«. (julij 2008, str. 28)

Poudarjena propozicija nakazuje na to, da je recipročnost v resnici razlikovalna recipročnost oz. »psevdo-recipročnost«. (Braun in dr. 2003)

»Dajte ji občutek, da se vaš svet vrti okoli nje, in ne le okoli njene vagine. Vzemite si dovolj časa za poljubljanje, dotikanje njenega telesa in pogovarjanje ter ugotovite, kaj ji je všeč in kaj ne«. (junij 2009, str. 28)

»Sicer pa, mar ni večji udarec za moški ego to, da ženski ne pride, kot to, da ste si pomagali s pripomočkom«? (avgust 2008, 30)

»Nikar ne bodite egoistični. Lotite se je z jezikom in ji pričarajte orgazem. Bodite pošteni in ne glejte samo na svoje užitke /.../ če se boste res potrudili in pokazali, da vam ni vseeno, **ne bo delala problemov in se bo prepustila vašemu početju**«. (februar 2008, 30)

Ta vidik shizofrenosti in nekonsistentnosti diskurza v reviji bi lahko imenovali tudi psevdo-altruizem, saj se proklamirani motiv (»...ne glejte samo na svoje užitke...«) razkrije kot zgolj sredstvo za dosego obvladovanja in podrejanja ženske lastnim vzgibom, predstavam in užitkom. Od psevdo-recipročnosti se ta vidik diskurza razlikuje po ekspliciranemu prvotnemu motivu. Namesto navidezne recipročnosti se tu v zadovoljevanje lastne želje izteče navidezni altruizem (Poderžaj 2010).

Analiza pogosto uporabljenih besed je pokazala, da v prispevkih prevladujejo tri vrste diskurza: psevdo-znanstveni diskurz, diskurz, ki svetuje in psevdo-intimni diskurz. Navedeni diskurzi so hegemonični, saj omejujejo in diskreditirajo druge, alternativne diskurze, in reprezentirajo sebe kot popolne in končne resnice (Erjavec in Poler Kovačič 2007, 23).

Psevdoznanstveni diskurz je izražen z uporabo statističnih in javnomnenjskih raziskav, mnenj strokovnjakov, preko pisem bralcev in stalnih rubrik z nasveti. Čeprav naj bi takšni referenti ustvarjali vtis objektivnosti, verodostojnosti in pomembnosti informacij, nikjer niso navedeni postopki pridobivanja teh ugotovitev in z ničemer ni potrjena njihova veljavnost.

Informacije so potemtakem odraz poenostavljene interpretacije znanstvenih odkritij, s katerimi pisci legitimirajo že obstoječe ideološke predstave o ženski seksualnosti in orgazmu oziroma razširjajo povsem specifične pomene in vrednote:

»Italijanski znanstveniki so z raziskavo dokazali, da naj bi točka G obstajala, a ne pri vsaki ženski«. (junij 2008, 28)

»Ženske, ki uporabljajo vibratorje, si večkrat želijo seksa, so bolj vzburljene, navlažene in pogosteje doživljajo orgazme. O tem govori ameriška študija, ki obenem objavlja, da tudi moški bolje funkcionirajo v postelji, kadar med seksom partnerja uporabljata igračke«. (november 2009, 24)

V tem kontekstu je uporaba naravoslovnih, seksoloških in statističnih raziskav namenjena objektivizaciji seksualnosti kot predmeta proučevanja:

»Francoski raziskovalci so v reviji Journal of Sexual Medicine objavili izsledke testiranj z ultrazvokom. Odkrili so, da je klitoris pravzaprav cel kompleks, in ne samo majhen gumbek, ki ga vidite«. (november 2009, 24)

»Spodbujajte partnerico naj se vam odpre. Ženske, ki vam govorijo o svoji občutjih pogosteje doživljajo orgazme. Vsaj tako pravijo raziskovalci iz Velike Britanije. Ti so opravili anketo,

na katero je v zvezi s svojo spolnostjo, obnašanjem in čustveno inteligenco odgovarjalo kar 2.035 žensk. Tiste z bolj razvito čustveno inteligenco se lahko pohvalijo tudi z bolj orgazmičnim spolnim življenjem«. (november 2009, 24)

Diskurz, ki svetuje, je bil prisoten v vseh analiziranih prispevkih. Najpogostejši nasveti so bili: »poskrbite, da bo sproščena«, »razvnamite jo«, »privoščite ji orgazem«, »osredotočite se na klitoris« ipd.

Način podajanja nasvetov lahko umestimo v t.i. **psevdo-intimni diskurz**, ki temelji na prijateljskem, nevsiljivem nagovarjanju bralcev in služi ustvarjanju osebne in intimne interakcije med ustvarjalcem in bralcem prispevka. Predvidevam, da se preko »dobronamernih« nasvetov prenašajo ideološke reprezentacije, preko katerih se ohranja zdravorazumsko dojemanje ženskega orgazma.

8.4 Makro analiza prispevkov

V sklopu ravni makro analize smo opravili analizo prevladujočih tem, saj slednje ponazarjajo tisto, o čemer je v tekstu govora. Makropozicijska analiza je pokazala, da so najpomembnejše idejne enote in ključne informacije, ki so se pojavile v prispevkih o ženskem orgazmu sledeče:

8.4.1 Ženski orgazmi so nepredvidljivi in kompleksnejši od moških

»Podobni so kihanju. So veliki, eksplozivni, zelo intenzivni in ženska se pod njihovim učinkom kar zvija. Po drugi strani pa so takšni, ki prihajajo in prihajajo, pa jih nikoli ni. Ali pa se zgodijo malce kasneje in so še posebej prijetni, nežni. Seveda so odvisni od našega razpoloženja (utrujeno in umirjeno ali razbrzdano in divje) ter načina »obdelave«. Tudi naše oglašanje je temu primerno, vse od kričanja, stokanja, vzdihovanja pa do tihega mrmranja«. (december 2009, str. 22)

8.4.2 Ženski orgazem je pokazatelj uspešnega seksa

Širjenje takšne ideologije lahko privede do pomanjkanja negotovosti v razmerjih in predstavlja potencialni vir tesnobe pri moških. Glede na porast prispevkov, ki govorijo o ženskem orgazmu, lahko predvidevamo, da so moški v sodobnem času veliko bolj obremenjeni z žensko seksualnostjo, sploh z načini njene zadovoljitve.

V okviru zgornjih prevladujočih tem, so se v prispevkih pojavile tudi naslednje idejne enote:

8.4.3 *Seks ni nikoli dovolj dober*

Toliko praktičnih nasvetov vzbuja prepričanje, da naš seks očitno ni nikoli dovolj dober. Implicirajo na to, da imamo vsi v seksualnosti težave oziroma, da jo želimo izboljšati. Dober seksualni odnos je nedvomno mit, h kateremu se v tej kulturi teži. Lahko rečemo, da je postalo iskanje užitka imperativ seksualnosti.

8.4.4 *Moški, sledite navodilom*

Orgazem predstavlja merilo za uspeh, vendar do njega vodi »težavna pot«. K sreči lahko moški pridobijo potrebno znanje z upoštevanjem navodil. Večina prispevkov je tako sestavljena iz navodil kako sistematično zadovoljiti partnerico, kar implicira na to, da je potrebno žensko pripeljati do orgazma preko niza dejanj, ki so preprosta in zagotavljajo postopen, a zanesljiv, seksualni užitek:

»Tehnika »pridi sem« zahteva odločne poteze in gibanje, s čimer se najlažje doseže G-orgazem. In sicer na dva načina: pri prvem načinu kazalec in sredinec (lahko tudi le enega) vstavite v nožnico, tako da naredite kaveljček. Nato pa z gibi- kot bi nekomu kazali, naj pride k vam, stimulirate njeno točko G (ta je na zgornji strani nožnične stene). Drugo roko lahko uporabite za pritisk na njen trebuh, saj pritisk na nožnično steno še poveča njen užitek. Pri drugem načinu poleg tehnike »pridi sem« z drugo roko ali jezikom dražite njen magični gumbek«. (junij 2008, 28)

9 DISKUSIJA

Ključne ugotovitve pričujoče tekstualne analize potrjujejo nosilni hipotezi, da reprezentacije ženskega orgazma v reviji *Men's Health* vključujejo tako elemente permisivne seksualne kulture, kot sta imperativ orgazma in seksualna recipročnost, kot tudi elemente tradicionalne seksualne kulture, ki temelji na spolnem razlikovanju seksualnosti in slednjo razume kot biološko definirano.

Analiza to potrjuje v več vidikih. Seksualnost je reprezentirana na način binarnih nasprotij aktivno/pasivno in razum/čustva, kar je vidno v obravnavi ženskega orgazma na s poetiko, čustvi in razmerji povezan način, v nasprotju z mehansko naravo moškega orgazma (Jofe in Lavie-Ajayi 2009). Izražena je obstoječa tendenca poudarjanja moške seksualnosti kot fizične, surove in zemeljske ter ženske kot čutne (Attwood 2005), pri čemer je seksualnost razumljena skozi koncepte moške seksualnosti.

Da se v prispevkih vzpostavlja in ohranja zdravorazumski oziroma konsenzualni pogled na ženski orgazem, smo ugotovili z analizo jezikovnih strategij. Te opravičujejo uporabo posredovanih informacij v legitimacijske, identitetne in integracijske namene bralcev in ustvarjajo iluzijo, da v družbi obstaja konsenz glede določenih seksualnih predpostavk, kot sta na primer kompleksnost in skrivnostnost ženske seksualnosti ter biološko pogojena moč moške seksualne želje.

V reprezentacijah ženskega orgazma je zaslediti tudi elemente sodobne permisivne seksualne kulture, za katero je značilno, da je seksualnost organizirana okrog užitka in ne več okrog reprodukcije (Gavey in dr. 1999). Poudarjeni sta osrednji zahtevi po izmenjavi seksualnega užitka in dosegi orgazma. Takšen psevdo-recipročni diskurz se nanaša na zaskrbljenost moških, da njihova partnerica ne doživi orgazma, saj je slednji razumljen kot cilj heteroseksualne aktivnosti tako za ženske kot za moške, in nepogrešljiv del dobrega seksualnega zdravja (Potts 2000).

Najpomembnejše idejne enote in ključne informacije prispevkov sem proučevala z makropozicijsko analizo, ter ugotovila, da so ženski orgazmi reprezentirani kot nepredvidljivi in kompleksnejši od moških, da je ženski orgazem pokazatelj uspešnega seksa, da seks nikoli ni dovolj dober, ter da moški lahko zadovolji žensko preko niza postopnih dejanj/operacij.

Analiza besedila je pokazala, da v prispevkih o ženskem orgazmu prevladujeta koitalni in heteroseksualni normativ, ki sta značilna za tradicionalno seksualno kulturo. Kljub temu, da

vsi prispevki poudarjajo pomen klitorične stimulacije za doseg orgazma pri ženski, je v besedišču postavljena razlika med vaginalnim in klitoričnim orgazmom, pri čemer je prvi povečevan, ker naj bi ga ženska dosegla preko penetracijskih oblik spolnosti. V tem kontekstu je koitus dojet kot najbolj naravna in nepogrešljiva oblika heteroseksualne aktivnosti.

Analiza pogosto uporabljenih besed je pokazala, da v prispevkih prevladujejo tri vrste diskurza: psevdo-znanstveni diskurz, diskurz, ki svetuje in psevdo-intimni diskurz. Medtem ko prvi služi vzpostavljanju in ohranjanju objektivnosti ter verodostojnosti informacij, skušata druga dva na prijateljski in nevsiljiv način prepričati bralce, da bodo preko »dobronamernih« nasvetov izboljšali svoje seksualno življenje. Ob tem ni odveč pripomniti, da se preko omenjenih vrst diskurzov prenašajo in ohranjajo ideološke reprezentacije seksualnosti, s pomočjo katerih se ohranja zdravorazumsko dojemanje ženskega orgazma.

V prejšnjih poglavjih sem govorila o pojavu seksualizacije družbene in medijske sfere, pri čemer se nisem osredotočila na posledice, ki jih je slednja prinesla polju novinarstva in slovenske družbe. Temu je namenjen naslednji del diskusije.

Posledice seksualizacije medijske sfere je zaznati tudi na področju novinarstva, saj je medijsko tržišče prevladujoče orientirano k sodobnemu potrošniku (McManus 1994). Velik del novinarskega prostora zapolnjujejo zgodbe o življenjskih stilih in informacije, ki so namenjene potrošnikom in zabavi. Novica je postala blago, medijski prostor pa trg. Uredniki so prisiljeni v izbiro prispevkov, ki pritegnejo ciljno občinstvo in ustrezajo ekonomskemu trgu (McManus 1994). Poleg tega tudi novinarji izbirajo varne družbene reprezentacije, ki so moralno in politično nesporne ter podprte z večinskim mnenjem, oglaševalci pa preferirajo medijske prispevke, ki med občinstvom veljajo za zanesljive (McManus 1994). V medijih je tako seksualnost predstavljena na način binarnosti *aktiven moški/ emocionalna ženska*, in v povezavi z razvedrilom, narcizmom in hedonizmom (Attwood 2005). V okviru ženske seksualnosti se pojavljajo romantizirane reprezentacije ženskega orgazma, v katerih je slednji zmotno prikazan kot nepogrešljiv del spolnega odnosa in nesporni pokazatelj ženskega užitka (Joffe in Lavie-Ajayi 2009).

Pritiski ekonomskega trga so vplivali na časopisne hiše, da slednje bralca dojemajo kot nekoga, ki potrebuje razvedrilo, prisotno je podcenjevanje inteligence bralcev (McManus 1994). Pojavljajo se nove dimenzije zabavljaškega in informativno revnejšega novinarstva, ki temeljijo na prilagoditvi novinarjev vrednotam svojih korporacijskih lastnikov (McManus

1994). Takšno t.i. tržno usmerjeno novinarstvo, ki predstavlja nasprotje klasičnega novinarstva, je osnovano na zabavi in dobičkonosnosti in ni usmerjeno v delovanje za obče dobro (McManus 1994). Primarni cilj tržno naravnane novinarstva je zadovoljevanje potrošnikov in ne informiranje državljanov, zato tudi produkcija novic temelji na politiki neoliberalizma in je podrejena pritiskom po večji komercializaciji (McManus 1994). Mediji niso nevtralni akterji, saj ima vsak medij v ideološki in politični strukturi dane družbe svojo pozicijo, ki določa kako bodo družbeni dogodki predstavljeni. Medijski prispevki so aktivno konstruirani, v glavnem na temelju medijskih ideoloških povezav. Tako ustvarjena ideološko skladna sporočila so namenjena ohranjanju bralcev in poslušalcev- potrošnikov produktov določenega medija (Erjavec in Poler Kovačič 2007).

Glede na zgornje ugotovitve lahko trdimo, da tudi revija *Men's Health* ni po naključju ena od vodilnih moških revij po svetu. Njene ciljne skupine bralcev in potrebe oglaševalcev so namreč temeljito raziskane in analizirane. Na svetovnih trgih je uspešna predvsem zaradi licenciranja blagovne znamke, koncepta, izdelanega izdajateljskega področja in dostopa do pomembnih podatkovnih baz in strokovnjakov.

V prevzemanju licenčnih revij vidim predvsem veliko slabosti, ki vplivajo tako na značilnosti slovenskega medijskega kot tudi druga področja javnega in zasebnega življenja. Ena takšnih slabosti je prevajanje tujih avtorskih del, ki so že vključena v licenco revije. Globalizacija kulture namreč omogoča vsiljevanje anglosaških modelov obnašanja in vrednot slovenskemu kulturnemu prostoru, kar se kaže tudi na ravni jezika, predvsem z uvajanjem besednih zvez, ki so slovenščini tuje. Druga pomanjkljivost prevzemanja že obstoječih medijskih tekstov je, kot že zgoraj omenjeno, izginjanje t.i. klasičnega novinarstva, ki naj bi imelo v množičnih medijih vlogo točnega in nepristranskega prikazovanja realnosti. Za novo obliko »tržno usmerjenega« novinarstva je značilna odsotnost zbiranja in izbiranja informacij o dejstvih in mnenjih, saj takšno novinarstvo izhaja iz prakse sodobnega oglaševanja in odnosov z javnostmi. Podrejeno je ekonomski in politični moči, ki sta vse bolj medsebojno prepleteni (McManus 1994). Da tržno novinarstvo prevladuje tudi v *Men's Healthu* potrjuje tekstovna analiza, saj večina prispevkov »ne zadošča zahtevam, ki jih normativni model postavlja kot merilo⁴ za razvrščanje besedil med novinarska« (Erjavec in Poler Kovačič 2007, 109). V prispevkih so prisotne informacije, ki tako ali drugače prispevajo k dobičkonosnosti (npr.

⁴ V skladu z normativnim modelom novinarstva (McManus 1994) bi morali novinarji aktivno in neodvisno preiskovati okolico. Po mnenju Mance Košir (1996) novinarjevo glavno orodje predstavljajo *vprašanja*, ki temeljijo na njegovem temeljnem opravilu *spraševanju* v imenu javnosti in za javnost.

uporaba seksualnih pripomočkov), saj se ustvarjalci revije osredotočajo na teme, ki zanimajo širok krog občinstva. Ena izmed takšnih je nedvomno tudi seksualnost.

Na posameznikov odnos do lastne in tuje seksualnosti vplivajo številni družbeni akterji: družina, vrstniki, izobraževalne ustanove, množični mediji itd. Lahko rečemo, da je odnos do spolnosti obremenjen s socializacijskimi vzorci, ki se prenašajo in dopolnjujejo iz generacije v generacijo (Štulhofer 1999). Informacije, ki jih posameznik pridobi, služijo tudi oblikovanju njegovih stališč do določenih spolnih praks in/ali vlog. Pri tem imajo pomembno vlogo tudi »stališča iz druge roke« (»second hand attitudes«), katerih vir so množična komunikacijska sredstva (Ule 1992, 107). Ob tem je potrebno poudariti, da se zaradi vpliva medijskih in podobnih pričakovanj glede seksualnosti, pri posameznikih lahko pojavijo problemi pri oblikovanju seksualnega življenja (Štulhofer 1999).

Vemo, da bralci oziroma zainteresirana javnost niso pasivna množica, temveč »občinstvo, ki selektivno izbira informacije« (Ule 1992, 112) in pri tem stremi k dosegu soglasja z drugimi. Predvidevamo lahko, da se tudi v slovenski družbi ohranja konsenzualno razumevanje seksualnosti in vlog med partnerjema, in da slednje (v veliki meri) izhaja iz prevzetih zahodnjaških norm oziroma vrednot, ki se prenašajo z jezikom. Jezik, kultura in način mišljenja so namreč tesno medsebojno povezani.

Seksualno vedenje je potrebno razumeti kot kulturni, družbeni in politični fenomen, saj so pomeni, ki jih pripisujemo seksualnosti, kulturno specifični. Različne oblike seksualnega vedenja so različno konstruirane in razumljene v različnih kulturah in so posledica regulacije konstrukcije spolov in seksualnosti (Attwood 2006).

Komodifikacija seksualnosti in razmah seksualnega potrošništva se odražata v vse očitnejši privatizaciji javne sfere. Danes spolnost predstavlja del preživljanja prostega časa, pri čemer postajajo vse pomembnejša tudi pravila primerne vedenja, ki jih narekujejo vrstniki, mediji, pa tudi pornografska industrija. Na ta način se v spolnosti izgubljajo spontanost, samozavest in strast (McNair 2002).

Privatizacijo javne sfere so sprožile tudi zahteve, ki jih narekuje sodobna permisivna seksualna kultura. Slednje temeljijo na recipročnosti med partnerjema, na njuni enakopravnosti. Sprašujem se, kakšni so motivi in vzroki za takšne zahteve? Verjetno obveznost do partnerja, pa tudi povečanje lastne vrednosti in pridobitev koristi. Čeprav naj bi recipročnost v heteroseksualnih odnosih veljala za »dobro stvar« (Braun in dr. 2003) ne morem mimo dejstva, da lahko slednja pri partnerju/ma sproži občutek obveznosti do

povračila. Takšna nespontana recipročnost temelji predvsem na premisleku in subjektivnih razlogih posameznika, in je določena na podlagi družbenih norm, te pa ustvarjajo družbeno konformnost.

Ugotovitve raziskave⁵ z naslovom Spolne navade Slovencev (2002) kažejo, da so vplivi seksualizirane kulture vidni tudi pri nas. Udeleženci so med drugim menili, da lažje prehajanje iz veze v vezo omogoča hitrejšo menjavo spolnih partnerjev, in da kvalitete dobrega ljubimca izraža stopnja nežnosti, pozornost do partnerja in telesna obdarjenost, pri čemer je slednja najbolj pomembna moškimi. Ne preseneča ugotovitev, da so najpogostejši motivi za seksualni stik: izražanje ljubezenskih čustev do partnerja, doživetje čustvenega ugodja in telesnih užitkov, zadovoljitev spolnega nagona in, predvsem pri ženskah, izpolnitev zakonskih dolžnosti. Anketa je pokazala, da ženske na splošno doživijo orgazem redkeje kot moški ter večkrat pred svojim partnerjem, medtem ko ga moški doživijo skoraj vedno ali vsaj večkrat kot njihova partnerica. Slovenci in Slovenke (so) največ informacij o spolnosti pridobili v krogu prijateljev, iz revij in časopisov ter knjig, najmanj pa so se o spolnosti izobrazili v krogu družine. Slednje dejstvo potrjuje naše domneve, da imajo mediji veliko vlogo pri oblikovanju seksualne identitete posameznika in njegovega odnosa do seksualnosti.

V sodobnih družbah so torej ravno »množični mediji tisti, ki najbolj razširjajo sugestijo in silijo ljudi v posnemanje« (Ule 1992, 344), saj ljudje najbolj podlegajo tistim medijskim vplivom, ki so najbližje njihovim stališčem in ta stališča tudi utrjujejo. Mediji usmerjajo ljudi k temu, *o čemu naj razmišljajo*, ne pa kako naj o tem razmišljajo. Ta učinek imenujemo »prednostno tematiziranje« (»agenda setting«). Teme, ki se pojavljajo v medijih, so torej skrbno izbrane z namenom vplivanja na dnevni red razprav javnosti (McCombs in Donald 1972). Ena od tematik prednostnega tematiziranja je tudi, v medijih vse bolj opevani, ženski orgazem.

⁵ Raziskavo je, po naročilu Mladine, izvedlo podjetje Aragon. Anketni vprašalnik so sestavljali štiri tematski sklopi: izkušnje na področju spolnosti; spolnost v razponu med dejanskim stanjem, željami in fantazijami; partnerstvo in vloga spolne privlačnosti; pornografija, njen pomen, njena priljubljenost oziroma nepriljubljenost.

V pričujoči magistrski nalogi sem se osredotočila na analizo reprezentacij ženskega orgazma v moških revijah, zato bi bilo zanimivo proučiti tudi specifičnost medsebojnega delovanja med množičnimi mediji in moškim zdravorazumskim pogledom na ženski orgazem.

10 LITERATURA IN VIRI

Attwood, Feona. 2005. »Tits and ass and porn and fighting«: Male heterosexuality in magazines for men. *International Journal of Cultural Studies* 8(1): 83-100.

--- 2006. Sexed Up: Theorizing the Sexualization of Culture. *Sexualities* 9 (1): 77-94.

Baša, Veronika. 2009. *Kulturološki vidiki sodobne pornografije*. Diplomsko delo, Koper: Univerza na Primorskem, Fakulteta za humanistične študije.

Bauman, Zygmund. 1998. On Postmodern Uses of Sex. *Theory, Culture & Society* 15(3-4): 19-33.

---. 2003. *Liquid Love: On the Frailty of Human Bonds*. Cambridge: Polity Press.

Beck, Ulrich. 1997. *The reinvention of politics: Rethinking modernity in the global social order*. Cambridge, VB: Polity.

Binik, Yitzchak M. in Mah, Kenneth. 2001. The nature of human orgasm: A critical review of major trends. *Clinical Psychology Review* 21: 823–856.

Braun, Virginia, Gavey, Nicola, McPhillips, Kathryn. 2003. The 'Fair Deal'? Unpacking Accounts of Reciprocity in Heterosex. *Sexualities* 6(2): 237-261.

Burr, Jennifer in Nicolson, Paula. 2003. What is 'normal' about women's (hetero)sexual desire and orgasm? A report of an in-depth interview study. *Social Science & Medicine* 57: 1735–1745.

Chiauzzi, J. Emil in Waterman, K. Caroline. 1982. The role of orgasm in male and female sexual enjoyment. *Journal of Sex Research* 18: 146–159.

Erjavec, Karmen. 2005. Mediji in spolna identiteta (Vzgoja za medije). V *Uvod v novinarske študije*, ur. Karmen Erjavec in Melita Poler Kovačič, 274-297. Ljubljana: Založba Media, FDV.

Erjavec, Karmen in Melita Poler Kovačič. 2007. *Kritična diskurzivna analiza novinarskih prispevkov*. Ljubljana: FDV.

Erjavec, Emil in Karmen Erjavec. 2009. Spreminjajoči se diskurzi skupne kmetijske politike Evropske unije. *Družboslovne razprave* 60: 67-85.

Evans, David. 1993. *Sexual Citizenship: The Material Construction of Sexualities*. London, New York: Routledge.

Fairclough, Norman. 1995. *Critical discourse analysis: the critical study of language*. London, New York: Longman.

---. 2003. *Analysing discourse: Textual analysis for social research*. London: Routledge.

Freud, Sigmund. 1995. *Tri razprave o teoriji seksualnosti*. Ljubljana: Studia Humanitatis.

Gagnon, John in William Simon. 1974. *Sexual Conduct*. London: Hutchinson.

Gavey, Nicola, McPhillips, Kathryn, Braun, Virginia. 1999. Interruptus Coitus: Heterosexuals Accounting for Intercourse. *Sexualities* 2(1): 35-68.

Giddens, Anthony. 2000. *Preobrazba intimnosti; Spolnost, ljubezen in erotika v sodobnih družbah*. Ljubljana: *cf.

Gill, Rosalind. 2009. Mediated intimacy and postfeminism: a discourse analytic examination of sex and relationship advice in a women's magazine. *Discourse & Communication* 3(4): 345-369.

Haralambos Michael in Martin Holborn. 1999. *Sociologija: teme in pogledi*. Ljubljana: DZS.

Jackson, Margaret. 1984. Sex research and the construction of sexuality: A tool of male supremacy? *Women's Studies International Forum* 7: 43-51.

Jackson, Stevi in in Sue Scott. 2007. Faking Like a Woman? Towards an Interpretive Theorization of Sexual Pleasure. *Body & Society* 13(2): 95-116.

Jaworski, Adam in Nikolas Coupland, ur. 1999. *The Discourse Reader*. London: Routledge.

Joffe, Hélène in Lavie-Ajayi Maya. 2009. Social Representations of Female Orgasm. *Journal of Health Psychology* 14 (1): 98- 107.

Jørgensen, Marianne in Louise Philips. 2002. *Discourse Analysis as Theory and Method*. London: Sage.

Kimmel, Michael. 1990. After fifteen years: the impact of sociology of masculinity on the masculinity of sociology. V *Men, Masculinities and Social Theory*, ur. Jeff Hearn in David Morgan, 93-109. London: Unwin Hyman.

Kinsey, Alfred, Wardell Pomeroy, Clyde Martin in Paul Gebhard. 1953. *Sexual behaviour in the human female*. Philadelphia: Saunders.

Košir, Manca. 2003. *Surovi čas medijev*. Ljubljana: FDV.

Lavie-Ajayi, Maya. 2005. 'Because all real women do': The construction and deconstruction of 'female orgasmic disorder'. *Sexualities, Evolution and Gender* 7(1): 57–72.

Lorentzen, Jørgen. 2007. Masculinities and the Phenomenology of Men's Orgasms. *Men and Masculinities* 10(1), 71-84.

Macdonald, Myra. 1995. *Representing Women*. London: Edward Arnold.

Masters, Wiliam in Virginia Johnson. 1966. *Human Sexual Response*. Toronto in New York: Bantam Books.

Men's Health. 2008, februar. Če vas penis pusti na cedilu, uporabite jezik.

---, junij. Prezemite nadzor.

---, junij. Rad bi vedel, ali ima vsaka ženska točko G in kako jo najbolje stimuliram?

---, julij. Privoščite ji orgazem.

---, avgust. Kako naj vem, da moja punca ne hlina orgazma?

---, avgust. Uporabite pripomočke.

---. 2009, september. Ali lahko vsaka ženska doživi vaginalni orgazem?

---, november. Kompleksen klitoris.

---, november. Čustveni orgazmi.

--- , *december*. So ženski orgazmi res tako različni?

McCombs, Maxwell, E. in Donald L. Shaw. 1972. The Agenda – Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly* 36(2), 176-187.

McManus, John H. 1994. *Market- Driven Journalism: Let the Citizen Beware?* Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage publications.

McNair, Brian. 2002. *Striptease Culture. Sex, Media and the Democratisation of Desire*. London, New York: Routledge, Taylor & Francis Group.

Modic, Max. 2002. *Spolne navade Slovencev*. Dostopno prek: <http://www.mladina.si/tehdnik/200218/clanek/sexanketa/> (15.november 2010).

Nacionalna raziskava branosti 2009. Dostopno prek: www.nrb.info (24.april 2010).

Plummer, Kenneth. 1995. *Telling Sexual Stories: Power, Change and Social Worlds*. London in New York: Routledge

Poderžaj, Ivo. 2010. (osebni vir). Ljubljana, 18. November.

Poderžaj, Roberta. 2008. *Medijska konstrukcija identitete v pozni moderni*. Magistrsko delo, Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede. Dostopno prek: http://dk.fdv.uni-lj.si/magistrska/pdfs/mag_poderzaj-roberta.pdf

Potts, Annie. 2000. Coming, coming, gone: A feminist deconstruction of heterosexual orgasm. *Sexualities* 3: 55–76.

Richardson, John E. 2007. *Analysing Newspapers: Approach from critical discourse analysis*. New York: Palgrave MacMillan.

Rogers, Ann. 2005. Chaos to Control: Men's Magazines and the Mastering of Intimacy. *Men and Masculinities* 8(2): 175-194.

Schmidt, Gunter. 1995. Emancipation and Social Change in Heterosexual Relationships. *Journal of Psychology & Human Sexuality* 7(3): 7-20.

Schmidt, Gunter. 1998. Sexuality and Late Modernity. *Annual Review of Sex research* 9: 224-241.

Štulhofer, Aleksandar. 1999. Hypnerotomachia Poliae: Seksualni stilovi urbanih žena u Hrvatskoj. *Revija za sociologiju* 30(1-2): 1-17.

Švab, Alenka. 2010. Med tradicionalno in permisivno seksualno kulturo: percepcije seksualnosti ter prisotnost seksualnih imperativov pri študentkah. *Družboslovne razprave*. (članek je sprejet v objavo)

Tiefer, Leonore. 1986. In Pursuit of the Perfect penis. *American Behavioral Scientist* 29(5): 579-599.

---. 2004. *Sex is Not a Natural Act and Other Essays*. Westview Press.

Ule Nastran, Mirjana. 1992. *Socialna psihologija*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.

Vezovnik, Andreja. 2008. Kritična diskurzivna analiza v kontekstu sodobnih diskurzivnih teorij. *Družboslovne razprave* 57: 79-96.

Weeks, Jeffrey. 1986. *Sexuality*. London in New York: Routledge.

Whitehead, Stephen M. 2006. *Men and Masculinities, Key Themes and New Directions*. Cambridge, Malden: Polity.