

FEMINISTIČKO SHVATANJE PSIHOANALIZE I MUŠKOG DISKURSA U KONSTRUISANJU ŽENSKOG IDENTITETA I SEKSUALNOSTI

Jelena Mickić¹
Univerzitet umetnosti, Beograd

159.964.2.305-053.2
ID: 174304524

Apstrakt:

Feminističke teorije kao i feministički pristup psihoanalizi, naročito teorija pogleda, otkrivaju poluge patrijarhalnog mizogenog mehanizma, koji stavlja identitet, seksualnost i telesnost žene u poziciju manje moćnu i društveno prominentnu. Muškarac svojim voajerističkim nastupom, praksom aktivnog posmatrača zadovoljava svoje libidalne nagone, kao i porive za posedovanjem žene, umanjujući i slabeći njenu poziciju samostalnog subjekta, svodeći je na komoditet, dodeljujući joj ulogu pasivnog objekta divljenja.

Ključne reči:

feminističke teorije, ženski identitet, seksualnost, muški pogled, psihoanaliza, komoditet, diskurs moći.

Žensko telo koje opčinjava

Odnos društva prema ženskom telu oduvek je bio tema mnogih vatrenih debata i osetljivo polje sučeljavanja različitih stavova. Oko te teme ukrštala su se mišljenja i muškaraca i žena, dok je naročito bitno i osetljivo pitanje – kome pripada pravo, ili ko sebi daje za pravo, da formira stav koji će poslužiti kao obrazac izgleda i vrednovanja ženskog tela. Ko je, zapravo, stvaralac/kreator određenog poželjnog ženskog imidža, odnosno standarda? Istorija Zapadne civilizacije ukazuje na činjenicu da su muškarci vaspitavani da budu kreatori i društvenih merila po kojima se vrednuje žena, odnosno njena spoljašnost ili pojavnost. Feministkinje se apsolutno slažu s tom tvrdnjom. Radi se o stvaraocu koji je muškarac, dok je žena i ovog puta obespravljena, jer su sva snaga i moć dodeljeni

¹ jelena@talk21.com

muškarcu. On je taj koji daje sud i vrednuje žensku pojavu. Prema feminističkoj teoriji, ovde je u pitanju diskurs moći i manipulacije, gde se identitet žene svodi na zavodljivost i seksualnost njenog tela.

Da je istorija puna ovakvih mizogenih stavova, govori i primer feministkinjama krajnje omraženog Oto Vajningera (Otto Weininger), koji u svom delu *Pol i karakter* razmatra prirodu muškog i ženskog bića. Vajninger smatra da su svi ljudi stvoreni i od muške i ženske supstance, ali dok je muški aspekt aktivan, produktivan, svestan, moralan i logičan, ženski je pasivan, neproduktivan, nesvestan, amoralan, nelogičan. „*Kod bića kome, kao Ž, nedostaje logički i etički fenomen, otpada i razlog za tu pretpostavku. Potpuno ženstveno biće ne zna ni za logički ni za moralni imperativ, a reč zakon, reč dužnost – dužnost prema samom sebi – jeste reč koja mu zvuči sasvim strano. Dakle, potpuno je opravdan zaključak da je lišeno natčulne ličnosti. Apsolutna žena nema Ja*“ (Vajninger, 1986: 257).

U svom radikalnom stavu, negirajući svaku vrednost bića žene, Vajninger kaže da ono što nju jedino suštinski interesuje jeste seks; drugim rečima, žena je, po njegovom mišljenju, samo seksualno biće, a muškarac i seksualno. Dok muškarac ima i druga interesovanja, seks je, po svemu sudeći, jedina ženina preokupacija. Muškarac teži da postane genije i da svoju seksualnost zameni ljubavlju prema Bogu. Muškarac teži višim ciljevima, a žena se zadržava na primitivnom, iskonskom, životinjskom. Emancipacija žena je besmislena, ali je moguća samo ukoliko se obraća pažnja na muškobanjastu ženu, odnosno lezbijku.

Kroz vekove i tradiciju Zapadne civilizacije uočavamo mušku opsednutost ženskim izgledom i telom. Muški diskurs je sklon stvaranju mitova o ženama, među kojima su i *svetla deva* i *femme fatale*, kao neka vrsta arhetipova, dok žensko telo pruža prepoznatljive vizuelne kodove koji mu određuju kategoriju. Žensko telo se tretira kao estetski objekat ili *komoditet*, koji nema upotrebnu vrednost. Kada se predstavlja kao erotski objekat, žensko telo se eksploatiše i predstavlja kao erotski predmet do te mere da zadire u pornografiju. Lisbet Van Zonen (Liesbet Van Zoonen), na primer, ističe da antipornografske studije smatraju da mediji služe potrebi patrijarhata da se žene predstavljaju kao objekti, a teorije ideologije doživljavaju medije kao hegemonističke institucije koje predstavljaju kapitalistički i patrijarhalni sistem kao normalan, prikrivajući njegovu ideološku prirodu i tretirajući ga kao prirodni tok stvari (Van Zonen, 1994: 19).

Feministkinje smatraju da je pornografija glorifikacija muške nadmoći nad ženama. Rozmari Tong (Rosemarie Tong) navodi distinkciju, koju mnoge feministkinje ističu, između erotike, od grčke reči *eros*, ljubav ili stvaralački princip, i tanatike od takođe grčke reči *thanatos*, smrt ili destruktivni princip. Dok erotični prikazi pokazuju seksualnu vezu između partnera koji dobrovoljno u nju

stupaju i koji se emotivno identifikuju jedno s drugim, tanatični prikazi pokazuju seksualnu vezu u kojoj postoji odsustvo navedenog. Stoga, kako Tong tvrdi, tanatični ili pornografski prikazi ohrabruju muškarce da tretiraju žene kao puke predmete, odnosno objekte, reprodukujući na taj način mušku dominaciju (Tong, u Van Zonen 1994: 19).

Osim nasilničkih narativa kojima obiluje pornografija, mnogobrojni drugi vizuelni kodovi konstruišu seksistički i mizogeni odnos i nameru prema ženi. Na primer, mnogo puta pominjani *pogled* ima jednu od krucijalnih uloga u konstruisanju mačističkog, posesivnog i dominantnog prikaza odnosa prema ženi. Zavodljivim pogledom koji kao da poziva i koji se direktno susreće sa očima posmatrača, ženski model u reklami označava voljnost i spremnost da se preda i podredi muškom posmatraču, na taj način izgrađujući i učvršćujući patrijarhalnu ideologiju koja doživljava ženu kao objekat na raspolaganju. Konvencija prikazivanja ženskog modela u praksi, naročito *close-up*, ili isticanje određenih delova tela, kao što su grudi, noge ili seksualni organi, koji su tako karakteristični za erotske i pornografske narative, depersonalizuje i redukuje ženu na delove tela u funkciji muškog zadovoljenja. Stoga je veoma bitna i interesantna analiza muškog pogleda na ženu, i na koji je način psihologija muškog pogleda na žensko telo iskorišćena u reklamne svrhe.²

U prvom tomu *Istorije seksualnosti*, Mišel Fuko (Michel Foucault) ističe da je diskurs moderne seksualnosti nasleđe postojećeg tradicionalnog diskursa i odnosa društva prema seksualnosti. Fuko tvrdi da je savremena seksualnost veoma blisko povezana sa istorijski različitim kontekstima i strukturama koje danas sačinjavaju znanje našeg društva i, kao takvo, to znanje teško da može da bude neki transparentni prozor kroz koji možemo da vidimo i shvatimo seksualnost u svojoj zasebnosti. Pre će biti da to naše znanje, odnosno zbir svih društvenih saznanja, koja se shvataju kao „istine“, nasleđe modernizma, konstituiše samu seksualnost i diskurs o njoj. Fuko dalje navodi kako je seksualnost posebna vrsta energije, koja je imanentna ljudskom biću, dok je s druge strane, tokom dugih vekova Zapadne civilizacije bivala, i još uvek jeste, utišavana i pod kontrolom političke i kulturološke moći. Dakle, postoje na neki način društve-

2 Izuzetno je bitno istaći da je reprezentacija društvena praksa u kojoj se važeća verovanja i mitovi o ženama i seksualnosti (re)konstruišu, i da sam čin konzumiranja erotskih ili pornografskih prikaza žena u privatne svrhe predstavlja više od zadovoljstva, i da se ugrađuje u rodne, društvene i kulturološke poretke, koji onda definišu i određuju žensko telo kao seksualni objekat. Stoga, erotiku, a naročito pornografiju, ne bi trebalo tretirati kao zasebni kulturološki fenomen, odnosno oblike ponašanja tradicionalno svojstvene muškarcima, naročito ako se uzme u obzir šira kulturna tradicija predstavljanja žene kao objekta muškog pogleda, koja je široko raspostranjena i u advertajzingu.

ni tabui³, a to se naročito odnosi na žene, jer je savremeni patrijarhalni diskurs o ženi nasleđe konzervativnog devetnaestog veka, kao što Fuko smatra. Iako je dosta vremena prošlo, i dalje je snažno verovanje da ženina seksualnost i njena reputacija ostaju povezane sa društvenim kodovima. Mi i danas „poslužemo“ sa reprezentacijom ženskog identiteta, kao otporne i konstantne varijable koja je nastala kao posledica devetnaestog veka i represivnih buržoaskih konstrukata sfere čiste ženstvenosti. Ovo se može naročito odnositi na žensku seksualnost, znači kod *femme fatale* se otvoreno ispoljava seksualnost, što i nije društveno prihvatljivo kod žena, zato ona ovaploćuje opasnicu sklonu riziku i avanturi. Stoga se nameće zaključak da je i razlika u odnosu prema seksualnosti među polovima društveno nametnuta, odnosno uslovljena. Feministkinje tvrde da se ovakav odnos muškarca prema ženi mora tražiti u društvima koja definišu *maskulinitet* dobrim delom u odnosu na nametanje heteroseksualne snage i koji kontinuirano produkuju imidž žena u svim formama njenog reprezentovanja, kao „ideal-model“ objekt seksualnih želja, a muškarce kao „ideal-model“ subjekta. „Žena ne uzima, već draži da bi bila uzeta [...] Koplucija se izvodi od strane muškarca i to nad ženom“ (Vatjers /Wattjers/ u Wouters, 1998: 187).

Sve do sredine dvadesetog veka, dominantni društveni kôd koji se odnosi na seksualnost žena i muškaraca očigledno je nastavio da predstavlja seksualnost kojom je dominirala želja, odnosno požuda kod muškaraca i seksualnost kojom su dominirali romantični odnos prema vezi i ljubav kod žena. U ovom „tradicionalnom balansu požude“ ženska seksualnost je ostala znatno u podređenom položaju u odnosu na mušku. Takav stav se može tumačiti kao nasleđe vekovne tradicije i odnosa koji potiču naročito iz bliske prošlosti, i oslikavaju i stav naših roditelja prema seksualnosti i muško-ženskim odnosima.

Psihoanaliza i subjektivnost

Psihoanaliza kao teorija imala je veoma snažan uticaj na debatu o rodu, naročito na feministički diskurs o tom pitanju. Kao teorija i praksa, psihoanaliza pruža bogat izvor argumenata za kulturnu kritiku koja se bavi razumevanjem kako sistem reprezentacija utiče na žive pojedince, tj. ljude. Izdvajaju se tri koncepta kao izuzetno bitna u psihoanalizi, a to su koncept identifikacije, *skopofilije* (scopophilia) i *narcisizma*. Identifikacija je centralni od ova tri koncepta, jer nosi sa sobom precizno značenje po Frojdu (Sigmund Freud). Frojd u svom eseju „Gro-

3 Tabu, *polin*. (iz maorskog jezika), preneseno značenje: zabranjeni predmeti, pitanja, mišljenja i sl.; nešto posvećeno, sveto, što se ne smije dirati, nepovredivo; velika i nedokučiva, nepristupačna tajna (Klaić, 1990: 1318).

up psychology and the analysis of the ego“ kaže da postoje dve vrste odnosa koji se uspostavljaju kada pojedinac/individua zakorači u spoljni svet objekata koji ga okružuju (Frojd, u: Hall, 1997). On uspostavlja odnose sa ostalim pojedincima koje karakterišu dve vrste emocija. Prva je potreba za identifikacijom sa tom drugom osobom, koja se zasniva na sličnosti pojedinca sa drugom osobom, tako da dolazi do korigovanja ili formiranja ega pojedinca prema drugoj osobi. Druga je potreba za seksualnim posedovanjem te druge osobe, koja se manifestuje kroz libidalni nagon. Te dve vrste identifikacije Frojd deli u dve vrste želje: želja da se poseduje druga osoba (object cathexis) i želja da se bude druga osoba (identifikacija). Ono što je upadljivo kod Frojdovog komentarisanja ovih želja jesu posesivna i vlasnička dimenzija objekta cathexisa (istovremeno osoba koja poseduje ima i kontrolu nad objektom, što je veoma bitno za muško/ženski odnos) i destruktivna tendencija u identifikaciji.

Pre nego što nastavimo diskusiju o identifikaciji, pogledajmo šta Lis Irigaraj (Luce Irigaray) kaže o tome. Ona postavlja pitanje – da li je u psihoanalitičkoj teoriji uopšte moguće da se nastavi ograničena diskusija o ženskoj seksualnosti koja traje tako dugo, ako status žene u generalnoj ekonomiji Zapada nikada nije bio ustanovljen? Koja je uloga bila zabeležena, ostavljena za ženu, u „organizaciji vlasništva“, „filozofskim sistemima“, i „religioznim mitologijama“, koje dominiraju Zapadom vekovima? Nijedna. Sve su ovo muške uloge, gde je muškarac dominantan i odlučujući faktor. Irigaraj kaže da je krajnje značenje svih diskursa, standarda, normi istine i vlasništva, naročito u odnosu na pol, označitelj i/ili krajnji (ultimativni) označeni svih želja, amblem i agent patrijarhalnog sistema falus (Phallus), jednom rečju potpora za reč otac (Otac), odnosno stvoritelj (Irigaraj, 1985: 67). Pošto je Frojd zasnovao svoju teoriju na sindromu zavisti prema penisu (penis envy)⁴, gde svaka žena želi da poseduje penis, iz svega navedenog nameće se samo jedan zaključak, a to je da su onaj ko posmatra i onaj sa kim želimo da se identifikujemo – muškarci, odnosno očigledno svi mi želimo da preuzmemo muški identitet, zarad posedovanja (muške) moći.

Na talasu Frojdove, a naročito Lakanove (Jacques Lacan) misli o vizuelnom karakteru strukture identifikacije piše i Lora Malvi (Laura Mulvey), feministička teoretičarka filma. Uvodeći u teoriju (filma) po prvi put i analizirajući pojam *pogleda – gaze*, ona na interesantan način pristupa analizi pogleda i organizaciji zadovoljstva koje se dobija iz gledanja. Svoju originalnu teoriju, Lora Malvi je izložila prvi put u eseju „Visual Pleasure and Narrative Cinema“, publikovanim 1975. godine u časopisu *Screen*, i smatra se jednim od radova koji su naj-

4 *Penis envy* se ne odnosi na navodnu ženinu zavist zbog nedostatka penisa, već se pod penisom podrazumeva simbol društvene moći, a ne biološki determinizam.

češće citirani i uvršćivani u antologijske zbirke, radom koji je utemeljio feminističke psihoanalitičke, najpre filmske, a kasnije feminističke teorije medija. Iako se teorija *pogleda*⁵ odnosila, i u početku bila primjenjivana, samo na film, ona je sada opšte prihvaćena u masovnim vizuelnim medijima. S obzirom na to da ovaj esej predstavlja prekretnicu u razvoju jedne od feminističkih teorija vizuelnih medija danas i da su se na osnovu njega razvile mnoge bitne teorije, apsolutno je nemoguće ne analizirati muško-ženski identitet u vizuelnim medijima bez ovog rada, jer upravo on ukazuje kolika je moć vizuelnog doživljaja za potrošače vizuelne kulture, i nudi nam različit pristup procesu identifikacije na osnovu roda posmatrača. Gledanje u nekoga ili primećivanje da neko gleda u nekoga daje nam dosta informacija o odnosu tih subjekata. Džonatan Šreder (Jonathan Schroeder) smatra da „posmatranje implicira mnogo više nego gledanje – ono ukazuje na psihološki odnos moći, u kome je posmatrač superiornan u odnosu na predmet posmatranja“ (Šreder, u: Chandler, 2000). Za razliku od interpersonalne komunikacije gde je uzajamni pogled moguć, jer se ona obavlja „licem u lice“, u slučaju tekstova masovnih vizuelnih medija, razmena pogleda nije moguća. Posmatrač može da gleda u onoga koji je predstavljen u medijskom tekstu, ali ne može da bude viđen od njega, što svim vizuelnim medijskim tekstovima, kao i delima figurativne umetnosti, daje „voajeristički“ aspekt.

U slučaju zabeleženih medijskih tekstova, kao što su fotografija ili film, osnovna i bitna odlika je da predmet pogleda nije svestan svog posmatrača, tako da posmatranje ovakvih zabeleženih imidža daje posmatračevom pogledu voajerističku dimenziju.

U okviru svog istraživanja filma, Lora Malvi nije preduzela empirijsko istraživanje onih koji posećuju bioskope već je izjavila da želi da obavi „političku upotrebu“ Frojdove psihoanalitičke teorije (verzije koju je Lakan razvio) da bi istražila bioskopsku publiku (posmatrača / *spectatorship*). Njeno istraživanje inspirisano psihoanalizom bavilo se načinom na koji medijski tekstovi konstruišu „poziciju subjekta“, a ne posmatračkim praksama pojedinaca u određenom društvenom kontekstu. Ona se naročito interesovala za Frojdov pojam *skopofilije* koji predstavlja zadovoljstvo koje se dobija posmatranjem tela drugih ljudi, naročito kao erotskih objekata, ne obavezno erogenih delova tela, kao i *narcisiističke identifikacije* koje je kao doživljaje nudio holivudski film.

5 *Pogled* je tehnički termin koji se originalno pojavio u filmskoj teoriji sedamdesetih godina prošlog veka, i koji se sada naveliko koristi u teoriji medija i odnosi se kako na pogled posmatrača ka reprezentaciji, imidžu ljudi u bilo kom vizuelnom mediju, tako i na pogled onih koji su predstavljeni u samom vizuelnom (medijskom) tekstu.

Sama *skopofilija* zasniva se na konstantnom i fokusiranom načinu gledanja, posmatranja, koji može da preraste u opsesivni voajerizam. To je, naravno, veoma moguće u zamračenoj bisokopskoj dvorani, kada pojedinac može da posmatra druge, bez bojazni da će ga приметiti drugi posetioci, ili oni likovi koji se prikazuju na platnu. Malvi tvrdi da mračna bioskopska sala omogućava posmatraču da uživa u voajerističkom procesu objektivizacije ženskih likova i takođe narcisističkom procesu identifikacije sa „idealnim egom“ koji vidi na platnu, odnosno filmu, jer identifikacija podrazumeva poistovećivanje sa čini se kompletnijom, moćnijom i savršenijom osobom koja nam se prikazuje. Ovaj isti princip gledanja možemo da primenimo na posmatranje reklama, odnosno muškarac kao posmatrač posmatra prikazani ženski model.

Lora Malvi je prva koja na osnovu ovoga tvrdi da je u patrijarhalnom društvu „zadovoljstvo u gledanju podeljeno na muško/aktivno i žensko/pasivno“⁶ (Malvi, u: Chandler, 2000). Ove tvrdnje su zasnovane na izučavanju dominantnih filmskih formi. Konvencionalni filmski narativi u „klasičnoj“ holivudskoj tradiciji ne samo da se tipično fokusiraju na muške protagoniste već pretpostavljaju *a priori* i postojanje muškog gledaoca.

U svojoj analizi tradicionalnih filmova, Malvi dalje kaže da oni predstavljaju muškarce kao aktivne subjekte, pojedince koji kontrolišu druge i tretiraju žene, odnosno ophode se prema njima kao pasivnim objektima želje. To važi koliko za muškarce na platnu, toliko i za gledaoce (za koje Malvi pretpostavlja *a priori* da su muškarci), i jednostavno ne dozvoljavaju ženama da budu subjekti koji će imati sopstvenu seksualnu želju. Takvi filmovi tretiraju ženu kao objekt u odnosu na „muški pogled koji kontroliše“ (*the controlling male gaze*), predstavljajući „ženu kao sliku“ ili „spektakl“, a muškarca kao „nosioca pogleda“ (Malvi, u Chandler, 2000). To znači da muškarci gledaju dok su žene za gledanje. Malvi, dalje, smatra da su vizuelni kodovi popularnih filmova „opsesivno podređeni neurotičnim potrebama muškog ega“ (Malvi, u Chandler, 2000). To, zapravo, znači da je svaka do sada korišćena reprezentacija žene podrazumevala, odnosno negde prećutno uključivala i „muške oči“, odnosno postojanje muškog posmatrača, što se poklapa sa prethodno navedenom tvrdnjom, da je posmatrač *a priori*, muškarac, a u slučaju da je žena, ona treba da se identifikuje sa muškim posmatračem.

6 Obratimo pažnju na dihotomiju aktivno/pasivno; subjekt (vršilac radnje)/objekat (onaj nad kojim se radnja vrši) koja je neizbežna u svakom pitanju muško/ženskog diskursa. Feministkinje smatraju da su objektivnost, oslobođenost od vrednosti i neutralnost nastali kao proizvodi hegemonije muškog modela ponašanja i razmišljanja, koji vrednuje i neguje dihotomije: objektivnost nasuprot subjektivnosti, razum nasuprot emocijama, stručnost nasuprot laičkom znanju, apstraktno nasuprot konkretnom, itd.

Van Zonen smatra da na ovaj način imamo kontinuirano suprotstavljanje muškog principa ženskom (Van Zonen 1994: 14).

Iako ga je Malvi prva upotrebila, termin *muški pogled* koji se *a priori* odnosi na voajeristički način na koji muškarci posmatraju žene, postao je nešto kao feministički kliše.

Ako pođemo od činjenice da se savremene vizuelne mas-medijske forme javljaju ne samo kao mesta kulture koja informišu već i kao mesta fantazije, na osnovu navedenog, možemo da konstatujemo da one pružaju posmatraču neretko više uživanja od informacija. Ono što se javlja u ovoj organizaciji potrošačkog zadovoljstva jeste zadovoljstvo koje može da se nađe u frazi „samo gledam“, odnosno zadovoljstvo koje se dobija iz vizuelnog spektakla izloženih objekata. Možemo da zaključimo da je ovakav razvoj Frojdovih koncepata u daljim feminističkim teorijama omogućio sugestivan način konceptualizacije trenutka artikulacije između pojedinca i reprezentovanih formi.

Literatura

- Chandler, D. (2000) *Notes on „The Gaze“*, <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/gaze/gaze.html> (10. 6. 2008).
- Foucault, M. (1990) *The History of Sexuality: An Introduction*, vol I, New York.
- Hall, S. (1997) *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, Thousand Oaks and London.
- Irigaray L. et al. (1985) *This Sex Which is Not One*, Ithaca.
- Klaić, B. (1990) *Rječnik stranih riječi*, Zagreb.
- Mulvey, L. (1984) Visual Pleasure and Narrative Cinema, *Art after Modernism* (ed. Wallis, B.). New York, 361–375.
- Vajninger, O. (1986) *Pol i karakter*, Beograd.
- Van Zoonen, L. (1994) *Feminist Media Studies*, Thousand Oaks and London.
- Wouters, C. (1998) Balancing Sex and Love since the 1960s Sexual Revolution, *Theory, Culture and Society: Love and Eroticism* (ed. Featherstone, M.), Thousand Oaks and London, Vol 15, № 3-4, 187–214.

FEMINIST PERSPECTIVE ON PSYCHOANALYSIS AND MALE DISCOURSE IN CONSTRUCTING FEMALE IDENTITY AND SEXUALITY

Summary

This article deals with interpretation and reading of female identity, especially female sexuality in visual media from the feminist theory perspective. In the patriarchal-heterosexual system of representations, female identity archetypes are deeply rooted in the tradition of male-female relationship. As the male role is depicted as active, the female identity and sexuality as well as visual representation are formed and interpreted against male identity characteristics as the valid reference system.

Feminist theories as well as psychoanalysis, especially the male gaze theory, disclose the forces behind the patriarchal-misogynist mechanism which places the woman, her sexuality and body, in a less powerful and socially prominent position, taking her for a passive object of admiration. The man with his voyeuristic attitude, has his libidinal urges satisfied by practices of an active spectator. He satisfies his urges for possessing a woman too, at the same time demining and weakening her position of an independent subject and reducing her to a commodity.