

**Latvijas Universitāte
Sociālo Zinātņu fakultāte
Komunikācijas studiju nodaļa**

**Sekstūrisma un seksindustrijas rāmējums latviešu nacionālās
preses publikācijās (2005 – 2007)**

Bakalaura darbs

Autore: **Linda Ļisicina**
Stud.apl. Komu 040143
Darba vadītājs: Asoc.prof. Dr.hist. Ojārs Skudra

Rīga 2007

ANOTĀCIJA

Komunikācijas zinātnes bakalaura studiju programmas studentes Lindas Ļisicinas bakalaura darba „Sekstūrisma un seksindustrijas rāmējums latviešu nacionālās preses publikācijās (2005–2007)” mērķis ir izpētīt latviešu nacionālās preses publikācijās lietotos sekstūrisma un seksindustrijas rāmējumus. Darba teorētiskajā daļā skaidroti sekstūrisma un seksindustrijas jēdzieni no patērniecības teorijas un starptautiskā tūrisma pozīcijām, apskatīts rāmējuma koncepts un sniegts ieskats attēlu semiotikā. Darba metodes ir rāmējuma analīze ar kvalitatīvās satura analīzes elementiem un attēlu semiotiskā analīze. Darbā identificēti mediju un ārpusmediju rāmējumi, analizēta laika, medija, medija veida, autora un publikācijas veida ietekme uz rāmējumu un vizuālo materiālu izmantošana rāmējumā.

Atslēgas vārdi: sekstūrisms, seksindustrija, patērniecība, starptautiskais tūrisms, rāmējums

ANNOTATION

Linda Ļisicina, a student of Communication Science in University of Latvia, has produced a Bachelor Paper titled „Sex tourism and sex industry framing in the publications of Latvian national press (2005-2007)” within an objective to study the framings of sex tourism and sex industry employed in the publications of Latvian national press. The theoretical part of the research is an attempt to explain the concepts of sex tourism and sex industry according to the theory of consumerism and international tourism, to elucidate the concept of framing, as well as to offer an insight into the semiotics of image. The methods employed in the research are the frame analysis with elements of qualitative content analysis and the semiotic analysis of the image. The author has identified media frames and audience frames, has analyzed the notions of time, media, the type of media, the role of the author, the type of publication and the use of visual material in respect to their influence on framing.

Keywords: sex tourism, sex industry, consumerism, international tourism, framing

SATURS

Ievads	5
Saīsinājumu saraksts	8
1. Patēriecība, starptautiskais tūrisms un seksindustrija	9
1.1. Seksindustrija patēriecības sabiedrībā	9
1.2. Seksuālo pakapojumu patēriņš starptautiskā tūrisma kontekstā	12
1.3. Sekstūrisms	15
1.4. Sekstūrisma dimensijas	19
1.4.1. Sieviešu – vīriešu sekstūrisms	19
1.4.2. Brīvprātīgs – ekspluatējošs sekstūrisms	20
1.4.3. Komerčiāls – nekomerčiāls sekstūrisms	22
1.4.4. Identitāti uzlabojošs – degradējošs sekstūrisms	22
2. Rāmējums un rāmēšana	24
2.1. Rāmējumi medijos	25
3. Semiotika	28
3.1. Drukātās preses attēlu semiotika	28
4. Metodoloģija	30
4.1. Rāmējuma analīze	30
4.2. Kvalitatīvā satura analīze	30
4.2.1. Publikāciju atlases kritēriji	32
4.3. Semiotiskā attēlu analīze	32
5. Identificēto sekstūrisma un seksindustrijas rāmējumu analīze	33
5.1. Rāmējumu dinamika	33
5.2. Mediju rāmējumi: medija, autora, publikācijas veida ietekme	40
5.3. Mediju un ārpusmediju rāmējumi	46
5.4. Ārpusmediju rāmējumi	51
5.5. Rāmējumu konstrukcijas	55
5.5.1. Sekstūrisms	56
5.5.2. Seksindustrija	57
5.6. Attēla izmantošana rāmējumā	57
Secinājumi	62
Izmantoto informācijas avotu saraksts	65
Pielikums	72
1. pielikums. Katjas Šveras apkopotā rāmējumu tipoloģija	73
2. pielikums. Identificētie sekstūrisma rāmējumi	75
3. pielikums. Identificētie seksindustrijas rāmējumi	80
4. pielikums. Divdesmit labākie sekstūrisma galamērķi	85
5. pielikums. Attēli identificētajos sekstūrisma un seksindustrijas rāmējumos	89

IEVADS

Pateicoties industriālajai attīstībai, sabiedrību piemeklēja lielas sociālās dzīves izmaiņas. Tās skāra ne tikai finansiālo sfēru, pieaugot brīvo līdzekļu un laika daudzumam, veidojoties t.s. labklājības sabiedrībai, bet arī mainīja indivīda apziņu, vēlmes un vajadzības, mainīja vērtību sistēmu. Arvien nozīmīgāka indivīda ikdienas dzīvē kļuva patērēšana. Cilvēku grupu, kas savu vēlmju apmierināšanai sāka patērēt aizvien vairāk un vairāk, pārsniedzot nepieciešamības robežu, teorētiski nosauca par patērniecības sabiedrību. To no otras puses centās apmierināt tādas uzņēmējdarbības sfēras, kas var un vēlas apsaimniekot indivīda brīvā laika un līdzekļu apjomu. Balstoties uz konkrētām cilvēku vajadzībām, izveidojās plašs, sazarots industriju tīkls. Apelējot pie cilvēka jutekliskajām vēlmēm un vajadzībām, par vienu no patēriņa objektiem ir kļuvusi arī seksualitāte, kuru *tīrā* veidā piedāvā seksindustrija. Kopš 19.gs 80.gadiem seksindustrijai integrējoties ar starptautiskā tūrisma industriju ir izveidojusies jauna sociāla parādība – sekstūrisms.

Sekss kā patēriņa prece vai pakalpojums veido seksindustriju, kas apkalpo konkrētu, kapitālismā pastāvošu piedzīvojuma alkstošu patērniecības sabiedrības daļu. Par šīs sabiedrības sastāvdaļu ir kļuvuši arī tie tūristi, kuru galvenais mērķis vai viens no galvenajiem mērķiem ceļojumā ir seksuālu attiecību pirkšana.

Pēdējo divu gadu laikā sekstūrisms ir kļuvis aktuāls arī Latvijas sabiedrībā. Līdztekus tūristu skaita pieaugumam Latvijā (2005. gada vasarā Latviju apmeklēja 2 miljona tūristi) un lēto biļešu aviosabiedrību *Ryanair* un *Easy Jet* ienākšanai Latvijā, sabiedrībā un medijos sāka izvērsties diskusijas par tā saukto lēto tūrismu Latvijā, kas īpaši tika saistīts ar izklaides un seksa pakalpojumu pieprasījumu, attiecīgi radot bažas par Latvijas kā sekstūrisma zemes tēla veidošanos.

Pētījuma problēma. Sākot ar 2005. gadu prese aktīvi un regulāri sāka sekot līdzi sekstūrisma un seksindustrijas tēmām. Publicējot informāciju, prese šīm tēmām piešķir īpašas „interpretācijas shēmas” jeb „uztveres perspektīvas”, ko sauc par rāmējumiem (*framing*). Preses lietotie ietvari ļauj lasītājam neatkarīgi no zināšanu līmeņa „lokalizēt, uztvert, identificēt un nosaukt”¹ notikumus un parādības, tādējādi piešķirot tām nozīmi, organizējot personīgo pieredzi un veidojot tālāko darbību.

Darba tēma tika izvēlēta tāpēc, ka, pirmkārt, sekstūrisms un seksindustrija jau ilgāku laiku ir aktuāli jautājumi mediju, tātad arī sabiedrības un politiķu dienaskārtībā. Otrkārt, sekstūrisms gan sabiedrībā, gan medijos pārsvarā tiek lietots žargona līmenī, tāpēc analizējot

¹ Goffman, E. (1986). *Frame analysis. An essay on the organization of experience*. Boston: Northeastern University Press. P. 21.

mediju lietotos rāmējumus, ir iespējams noskaidrot, kas patiesībā ir sekstūrisms, kā mediji to uztver un kā to skaidro sabiedrībai. Treškārt, pārskatot LU Sociālo zinātņu fakultātes Komunikācijas zinātnes studiju programmas apstiprinātās kursa/ bakalauru/ maģistra darbu tēmas, un publikācijas presē, konstatēju, ka sekstūrisms un seksindustrija nav akadēmiski pētīti.

Pētījuma objekts. Latvijas nacionālās (latviski rakstošās) preses (laikrakstu un žurnālu) publikācijas, kurās sekstūrisms un/vai seksindustrija ir galvenā vai viena no galvenajām tēmām.

Pētījuma priekšmets ir Latvijas nacionālās preses publikācijās lietotie sekstūrisma un seksindustrijas rāmējumi.

Darba mērķis ir izpētīt kādus rāmējumus latviešu nacionālā prese lieto publikācijās par sekstūrisma un seksindustriju. Lai to noskaidrotu, tika izvirzīti sekojoši pētnieciskie jautājumi:

- ∞ Kādi rāmējumi tiek lietoti?
- ∞ Vai pastāv atšķirības dažādu mediju rāmējumos, atkarībā no laika, medija, autora un publikācijas veida?
- ∞ Vai pastāv atšķirības mediju un ārpusmediju rāmējumos?
- ∞ Vai pastāv atšķirības dažādu ārpusmediju rāmējumos?
- ∞ Kā drukātajā presē tiek konstruēti rāmējumi?
- ∞ Kā attēli tiek izmantoti rāmējumos?

Darba teorētiskā daļa sastāv no sekstūrisma un seksindustrijas jēdzienu skaidrojuma no patērniecības teorijas pozīcijām – Žana Bodrijāra (*Baudrillard*) idejas par ķermeni kā visiekārojamāko no patērniecības objektiem un Georga Zimmela (*Simmel*) idejas par piedzīvojumu, kas ļauj interpretēt patērēšanas aktu mūsdienās kā ritualizētu piedzīvojumu, kas atrodas ārpus ikdienas dzīves kontinuitātes; kā arī starptautiskā tūrisma pozīcijām. Teorētiskā daļa ietver rāmējuma konceptu Ērvinga Gofmaņa (*Goffman*) sociālo notikumu kontekstā un Roberta Entmana (*Entman*) un Karenas Džonsones - Kartī (*Johnson - Cartee*) mediju rāmējuma konceptu.

Pētījuma lauka norobežojums. Darba empīriskajā daļā analizētas publikācijas, kas publicētas latviešu nacionālajā presē laika posmā no 2005. līdz 2007. gadam. Šis laika posms izvēlēts, jo sākot ar 2005. gadu latviešu nacionālā prese sāka rakstīt par sekstūrisma un seksindustriju Latvijas kontekstā aktīvi un regulāri.

Pētniecības metodes. Par galveno darba metodi tika izmantota rāmējuma analīze (*frame analysis*) un kvalitatīvā satura analīze jeb kvalitatīvo kontentanalīzi (*qualitative content analysis*). Šāda pieeja ļauj kvalitatīvāk pētīt rāmējumu lietošanu masu medijos lielākā

laika periodā, pētījumu sistematizējot kategorijās, kas savukārt ļauj izdarīt secinājumus balstoties ne vien uz rāmējumu daudzumu un to savstarpējām attiecībām, bet arī kontekstu, kādā tie lietoti. Lai noteiktu ilustratīvo materiālu un teksta attiecības rāmējumā, tika lietota semiotiskā analīze, kas ļauj atklāt attēla plašākas nozīmes struktūras un to, kā tās ietekmē visas publikācijas rāmējumu.

Darba struktūra sastāv no teorētiskās daļas, kas apskata seksindustrijas pastāvēšanu patēriecības sabiedrībā un sektūrisma starptautiskā tūrisma kontekstā, kā arī sektūrisma dažādās dimensijas jeb izpausmes. Teorētiskā daļa ietver rāmējuma konceptu sociālo notikumu kontekstā un mediju un individuālā rāmējuma iedalījumu. Metodoloģiskā daļa sastāv no rāmējuma analīzes, kas integrēta ar kvalitatīvo kontentanalīzi, un semiotiskās analīzes apraksta. Empīriskajā daļā tika identificēti un analizēti rāmējumi, kā arī analizēti publikāciju attēli. Secinājumos tika apkopoti darba rezultāti un izteikti spriedumi.

SAĪSINĀJUMU SARAKSTS

RD – Rīgas dome

MK – Ministru kabinets

DB – laikraksts *Dienas bizness*

NRA – laikraksts *Neatkarīgā Rīta Avīze*

RB – laikraksts *Rīgas Balss*

ES – Eiropas Savienība

NVO – Nevalstiskā organizācija

1. PATĒRNICĪBA, STARPTAUTISKAIS TŪRISMS UN SEKSINDUSTRIJA

Patērēšana ir kļuvusi par aizvien nozīmīgāku indivīda ikdienas dzīves sastāvdaļu. Tā ir mainījusi indivīda apziņu, vēlmes un vajadzības. No otras puses patērēšanu cenšas apmierināt tādas uzņēmējdarbības sfēras, kas var un vēlas apsaimniekot indivīda brīvā laika un līdzekļu apjomu – „preču, pakalpojumu, rekreācijas un izklaides industrija”.²

Nenoliedzami par precī mūsdienās ir kļuvusi arī seksualitāte. Seksualitātes aspekta pievienošana tradicionāli aseksuālām precēm, tādām kā veļas pulveris vai mašīna, kļuvusi par izplatītu mārketinga paņēmieni. Par vietu, kurā sekss tiek pārdots un pirktas *tīrā* veidā, ir kļuvusi seksindustrija. Sekss kā prece tiek piedāvāts visdažādākajās tā izpausmēs – kontakta seksuālais pakalpojums (prostitūcija), bezkontakta seksuālais pakalpojums (pārdzīvojums), kā piemēram, sekss pa telefonu vai striptīzs, intīmpreču veikalu piedāvātās preces, tāpat arī pornožurnāli, pornofilmas un pornosaiti internetā –, ir bizness visdažādākajiem patērētājiem ar visdažādākajām vēlmēm. Piedzīvojums un/vai pārdzīvojums ir viens no būtiskākajiem seksualitātes patēriņa raksturojumiem. Tas radījis seksindustrijas integrāciju ar citām sfērām, īpaši tūrisma industriju pēdējo 20 gadu laikā, veidojot pilnībā nokomplektētu industriju sauktu par sekstūrismu. Abu industriju saskares punkts ir patērniecība, kuras kontekstā šīs industrijas arī skaidrojamas.

1.1. Seksindustrija patērniecības sabiedrībā

Patērniecība (*consumerism*) ir kļuvusi par daļu no modernās ikdienas dzīves. Tas kā mēs patērējam, kādēļ mēs patērējam un kritēriji, pēc kuriem mēs vadāmies patērējot, ir kļuvuši par ļoti nozīmīgiem faktoriem, kas ietekmē mūsu ikdienas dzīvi. „Mūsu pilsētas centri mums ir daudz ievērojamāki kā patērniecības, nevis kultūras centri; mūsu mājas var tikt raksturotas kā patērniecības reliģijas tempļi (..) un no šī redzes punkta skatoties, var droši teikt, ka mēs patiesi esam tas, ko mēs patērējam”.³

Jēdzieni patērniecība (*consumerism*) un patērēšana (*consumption*) akadēmiskajā literatūrā tiek nošķirti: ar patērēšanu domājot „jebkura produkta vai pakalpojuma atlasī, iegādi, lietošanu, uzturēšanu, labošanu un izrādīšanu (*disposal*)”⁴, kā arī „veidus, kādos preces un pakalpojumi ir radīti, iegādāti un lietoti”⁵, tādējādi apvienojot gan patērēšanas akta

² Stepčenko, A. (2006). Iepirkšanās transformācija piedzīvojumā. Grām.: Lasmāne, Skaidrīte (proj.vad.) *Agora 5: Patērniecība Latvijā: Tendences un alternatīvas*. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds. 54. lpp.

³ Miles, S. (2000). *Consumerism as a way of life*. London: SAGE Publications. P. 1-2.

⁴ Turpat. P. 3.

⁵ Turpat. P. 4.

ekonomisko, gan kulturālo pusi; Savukārt, patērniecība savā būtībā ir vairāk socioloģiska rakstura parādība nekā patērēšana, proti, patērniecība ir plašāka un atgriezeniskāka parādība, nekā pats iegādes un patēriņa akts. Tādējādi patērniecība koncentrējas uz visiem tiem iemesliem, kas ir patēriņa pamatā. „Būtībā, kamēr patērēšana ir akts, patērniecība ir dzīves veids”.⁶

Teorētiski uzskata patērniecības sabiedrību par cilvēku grupu, kuru finansiālo ienākumu izmaiņas palielināja patēriņa apjomu 19.gs beigās un 20.gs, un cilvēkus, kas patērē vairāk nekā nepieciešams elementāro vajadzību apmierināšanai mūsdienās. „Ideja, ka kapitālisms ir kļuvis par „patērniecības sabiedrību” radās, vismaz Rietumeiropā, 1950. gados kā atbilde uz pieaugošu turību un industriālo struktūru (aizvirzīšanās no tradicionālās smagās rūpniecības uz jauno tehnoloģiju un pakalpojumu nosacījumiem) pēc Otrā pasaules kara. Šī apziņa pakāpeniski noveda pie pieaugošas intereses patērēšanā kā kulturāli nozīmīgā aktivitātē”.⁷ Cilvēkiem piedāvā ne tikai to, ko tiem vajag, bet arī to, ko tie vēlas, tādējādi „vēlmēm” pārtopot par „vajadzībām”. Tā rezultātā patērēšanai kļūstot par nozīmīgu faktoru sociālas dzīves – noteikta dzīves veida – formācijā.

Žans Bodrijārs (*Baudrillard*), masu mediju patērniecības kultūras teorētiķis, ar patērniecību saprot simbolisko zīmju patēriņu, kuru nozīmes nav jau iepriekš noteiktas, bet gan radītas zīmju/simbolu sistēmā, kas saista patērētāja uzmanību ar precī. „Patērēšana var tikt konceptualizēta kā process, kurā preces pircējs ir aktīvi iesaistīts mēģinājumā radīt un uzturēt identitātes apziņu caur iegādāto preču ekspozīciju (izrādīšanu)”.⁸ Proti, cilvēki, nevis iegādājas preces, lai apliecinātu to, kas viņi ir, bet drīzāk, lai radītu nojēgu par sevi, savu identitāti un tēlu citu acīs caur lietām, ko iegādājas. Tādējādi patērēšana ir pilnīgi ideālistiska, un tai ir mazs sakars gan ar vajadzību apmierināšanu, gan realitāti. Tas nozīmē, ka tas, ko cilvēki iegādājas ir idejas, nevis objekti. Patērēšana balstās uz kaut kā trūkumu – vēlmi pēc kaut kā, kā nav. Tādējādi modernie/postmodernie patērētāji nekad nebūs apmierināti. Jo „vajadzība pati par sevi ir jau iespiedusies pieejamajās precēs”.⁹ Kādu dienu tas mainīsies, bet līdz tam cilvēki, dzīvojot ar postmodernā kapitālisma patērētāja kultūras ietekmi, turpinās vēlēties (iekārot) nerasniedzamo, kas ir visu viņu vēlmju apmierināšana.¹⁰

Bodrijārs turpina, ka viens no visiekārojamākajiem, dārgākajiem un žilbinošākajiem objektiem patēriņam ir ķermenis (īpaši sievietes ķermenis), kas tiek izmantots reklāmās, modē

⁶ Miles, S. (2000). *Consumerism as a way of life*. P.4

⁷ Edgar, A., Sedgwick, P. (eds.) (1999). *Key concepts in cultural theory*. London, New York: Routledge. P. 80.

⁸ Bocoock, R. (1993). *Consumption*. London: Routledge. P. 67.

⁹ Baudrillard, J. (1998). *The consumer society: Myths & structures*. London: SAGE Publications. P. 69.

¹⁰ Bocoock, R. (1993). *Consumption*. P. 69.

un masu kultūrā, un kopā ar jaunību, eleganci un sievišķību, tiek padarīts par glābšanas objektu (*object of salvation*). „Ķermenis ir kulturāls fakts”.¹¹

Vācu filozofs un sociologs Georgs Zimmels (*Simmel*) runājot par sievietes ķermeņa patēriņu prostitūcijas kontekstā akcentē naudas nozīmi identitātes veidošanās procesā: "Pie augstas attīstības apstākļiem, kuros nauda kļūst izteikti bezpersoniska, tāpēc, ka ar to var nopirkt arvien vairāk un vairāk, pašas personiskākās lietas pirkšana [domāts sievietes ķermenis – *L.L.*] par naudu kļūst izteikti degradējoša".¹² Viņaprāt prostitūtu saukšana par "baudas sievietēm" ir absolūti maldīgs apzīmējums, jo šī nodarbošanās var tikt uzskatīta par baidpilnu tikai tās patērētājiem – vīriešiem. Turklāt, ja vīriešiem šis sievietes patēriņa akts ir gadījuma rakstura, tad sievietēm seksuālo pakalpojumu sniegšana ir pastāvīga nodarbošanās, kas lielā mērā caurvij viņas sociālo dzīvi, atstājot iespaidu uz apziņu un identitāti. To apstiprina fakts par prostitūtu kā vēsturiski sociāli marginalizētu sieviešu daļu.

Filozofe Maija Kūle pauž ideju par vienmēr līdz galam neapmierināmo postmoderno seksualitātes patērētāju, kura dzīves formu var nosaukt par dzīvi „uz virsmas”, kurai virzība nedz uz priekšu, nedz augšu (garīgās vērtības) nav svarīga – „ķermeņa vēlmes ir svarīgākas par apziņas diktātu”.¹³ Baudas nosaka cilvēka vēlmes, kas ir viegli manipulējamas, jo tām piemīt izteikta „vēlme dabūt”. Alkas pēc brīvības pārvēršas par pirkšanas, seksuālu vai pat narkotiku radītu piedzīvojumu "brīvību".¹⁴

Patēriecības aspekts seksuālo pakalpojumu pirkšanā var tikt skatīts ne tikai no patēriņa objekta pozīcijām, bet arī no patērēšanas rakstura. Zimmela idejas esejā "Piedzīvojums" (*Adventure*) ļauj interpretēt pirkšanas un patērēšanas aktu mūsdienu sabiedrībā kā ritualizētu piedzīvojumu, kas pieejams ikdienā. Zimmels piedzīvojumu raksturo kā dzīves formu ar dažādu saturu. To raksturo esamība ārpus dzīves kontinuitātes, kvalitāte, nejaušība, ilgums un nevēsturiskums, kas nozīmē, ka vienīgā svarīgā laika forma piedzīvojumā ir tagadne.

Tātad piedzīvojums noteikti ir daļa no cilvēka eksistences un kaut atrodas ārpus ikdienas dzīves rutīnas, tas tomēr ir saistīts ar to un ir jēgpilns. Par piemēru minama atšķirība starp piedzīvojuma meklētāju un spēlmani – spēlmanis vienmēr ir veiksmes varā, savukārt piedzīvojumu meklētājam svarīgs ir jēgpilns iznākums, kaut arī pats piedzīvojums ir gadījuma rakstura.¹⁵ Tam piemīt izteikts sākums un beigas, un tā nozīme ir neatkarīga no tā, kas bijis

¹¹ Baudrillard, J. (1998). *The consumer society: Myths & structures*. P. 129.

¹² Simmel, G. (1997). Some remarks on prostitution in the present and in future in: *Simmel on culture: selected writings* (ed. by David Frisby and Mike Featherstone) London: SAGE Publications. P. 264.

¹³ Kūle, M. (2007, 23. febr.). Eiropas vērtības mūsdienu Latvijā. *Kultūras Diena*. 16. lpp.

¹⁴ Turpat.

¹⁵ Simmel, G. (1997). The adventure in: *Simmel on culture: selected writings*. P. 226.

pirms un būs pēc tā – robežas ir novilkta neievērojot abus apstākļus.¹⁶ Vienīgā laika forma, kurā piedzīvojumu meklētājs dzīvo, ir tagadne. Kaut arī piedzīvojums ir kaut kas nejaušs un izolēts, tas iegūst jēgu un nepieciešamību, topot pretstatīts visai pārējai dzīvei.¹⁷

Piedzīvojums ir dzīves forma, kuru var veidot nenoteikts skaits pieredžu. Par piemēru tam, Zimmels piedzīvojumu attiecina uz erotiku – "mīlas dēka, pat ja īslaicīga rakstura, neapšaubāmi ir piedzīvojums"¹⁸ – piedzīvojums, kuru visbiežāk meklē vīrieši. Tā īslaicības, emocionālās nepiesaisties, neordinaritātes, nejaušības vai gadījuma rakstura un distances no ikdienas rutīnas dēļ. Tādējādi seksuālo pakalpojumu pirkšana rezidences valstī vai ārpus tās robežām kļūst par pārdzīvojumu, ko vēlas piedzīvot mūsdienās ne vien vīrieši, bet arī sievietes.

Rezumējot, seksindustrija pastāv pateicoties kapitālismā pastāvošai patērniecības sabiedrībai, kura var tikt skatīta no dažādiem aspektiem. Pirmkārt, no patēriņa objekta – ķermeņa – pozīcijām, kura seksualitātes patēriņā tiek veidota (uzlabota vs. degradēta) vai apliecināta gan patērētāja, gan pakalpojuma sniedzēja identitāte. Otrkārt, seksuālo pakalpojuma patērēšana var tikt skatīta caur piedzīvojuma prizmu, kas ir kaut kas neparasts, kaut kas, kas pastāv ārpus ikdienas dzīves kontinuitātes ar savu sākumu un galu, un ar nozīmi, ko tas iegūst tiekot pretstatīts atlikušās ikdienas dzīves pieredzēm.

1.2. Seksuālo pakalpojumu patēriņš starptautiskā tūrisma kontekstā

Tūrisma jēdziens sociālajās zinātnēs tiek lietots, lai apzīmētu cilvēku pārvietošanos, ekonomikas sektoru jeb industriju un cilvēku interakcijas sistēmu. Hamids Moulana (*Mowlana*), profesors starptautiskajās attiecībās, tūrisma dēvē par "spēcīgu mediju, kas ietekmē kultūras maiņu un starptautiskās attiecības".¹⁹ Tūrisms ir pārvietošanās ar nolūku izzināt jauno, gūt baudu vai atpūsties.²⁰ Viņš arī uzskaita četrus faktorus, kas ietekmējuši tūrisma industrijas izveidi: transportēšanas attīstība veicinājusi arvien straujāku pārvietošanos par pieņemamu cenu, komunikāciju tehnoloģijas padarījušas "ainu" ar jebkuru vietu pasaulē daudz tuvāku, rūpnieciskās ražošanas attīstība un tirgus ekonomika nodrošinājusi brīvus līdzekļus un laiku, ko tērēt, lai iepazītu pasauli. Ceturtais faktors var tikt identificēts simbiotiskās attiecībās starp tūrisma un jebkuru citu komunikācijas veidu.

Runājot par tūristiem, Moulana tos iedala tajos, kas ceļo kā daļa no masu tūrisma, ietekmējoties no maldīgas fantāziju pasaules, kas radīta speciāli tādiem kā viņi, un tajos, kas

¹⁶ Simmel, G. (1997). The adventure in: *Simmel on culture: selected writings*. P. 223.

¹⁷ Turpat. P. 224.

¹⁸ Turpat. P. 227.

¹⁹ Mowlana, H. (1998). *Global information and world communication*. 2nd ed. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications. P. 133.

²⁰ Turpat. P. 131.

ir līdzīgi klaidoņiem, kas ceļo vienatnē, lai galvenokārt pieredzētu apmeklētās valsts kultūru. Tāpat galvenais, kas nosaka tūristu lomu, ir iemesls, kāpēc tie ceļo, un informācijas avoti, no kuriem tie iegūst informāciju par vietu, uz kuru ceļo. Iemesli ceļošanai var būt visdažādākie: sociālā statusa uzlabošana, izolācijas sajūtas pārvarēšana, realitātes un autentiskuma meklēšana, izbēgšana un bauda. Savukārt informācijas avoti ne obligāti vienmēr ir objektīvi un bez aizspriedumiem.²¹

Turpinot Moulanas ideju par klaidoņiem un masu tūristiem, amerikāņu vēsturnieks Daniels Būrstins (*Boorstin*) izšķir divus jēdzienus – ceļotājs (*traveler*) un tūrists (*tourists*), kuru atšķirības sāka iezīmēties 19. gadsimta vidū. Par ceļotājiem Būrstins sauc piedzīvojumu meklētājus, kuriem ceļošana sagādā grūtības, problēmas, izaicinājumus un, kuri ceļojumos aktīvi meklē kontaktus ar vietējiem iedzīvotājiem, ir piedzīvojumu un pieredzes kāri.²² Līdz ar tūrisma kā industrijas izveidi, kad ceļošana kļuva pieejamāka, lētāka, paredzamāka un bez riska, ceļotāji kļuva par tūristiem – cilvēkiem, kas ir pasīvi baudas meklētāji, kuri gaida, kad interesantais notiks ar viņiem. „Ekskursijas kļuva par plaša patēriņa preci. Piedzīvojums tiek pārdots jau nokomplektēts un garantēts patēriņam bez jebkāda riska”.²³ Tādējādi starpvalstu ceļošana kļuva par plaša patēriņa preci, savukārt tūrists – par patēriņniecības sabiedrības locekli.

Tūrisma pētnieks Džons Kromptons (*Crompton*), pētot tūristu motivāciju tā sauktajos baudas atvaļinājumos (*pleasure vacation*), atklāj, ka tūristi dodas ceļojumos ne konkrētās vietas specifisko kvalitāšu un pievilcības aicināti, bet drīzāk gan vietas piemērotības savu psiholoģisko vajadzību apmierināšanai. Viņš apgalvo, ka „tā vietā, lai ceļojuma galamērķus klasificētu pēc attāluma, kultūras un klimata, var tos grupēt pēc pašizziņas (*self-exploration*) pakāpes, sociālās interakcijas vai seksuālā papildījuma, ko tas sniedz”.²⁴ Autori Alisters Matiesons (*Mathieson*) un Džefrijs Vols (*Wall*) atsaucas uz psiholoģiskiem motīviem ceļojuma galamērķa izvēlē, kas ietver „ķermeņa un prāta atsvaidzinājumu – jautrību, saviļņojumu, romantiku un izklaidi”.²⁵

Tāpat kā atvaļinājums kādā valstī, arī seksuālo pakalpojumu pirkšana var būt relaksējoša un var apmierināt sociālas un psiholoģiskas vajadzības. Tāpat kā jebkurš ceļojums var būt ar mērķi izzināt jauno, arī seksuālo pakalpojumu pirkšana var sniegt jaunu pieredzi. Kromptons vēl piebilst, ka tāpat kā brīvdienas ārzemēs var būt kā atgriešanās bērnībā, tā

²¹ Mowlana, H. (1998). *Global information and world communication*. P. 133.

²² Boorstin, D. J. (1992). *The image: a guide to pseudo-events in america*. New York: Vintage Books. P. 85.

²³ Turpat. P. 86.

²⁴ Crompton, J. (1979). *Motivations for pleasure vacation*. University of Connecticut. Retrieved April 1, 2007 from <http://www.sp.uconn.edu/~yian/CROMPTON.htm>.

²⁵ Ryan, C., Hall, C. M. (2001). *Sex tourism. Marginal people and liminalities*. London: Routledge. P. 36.

tūristam apmeklējot prostitūtu, tā var būt cita veida atgriešanās, piemēram, atgriešanās vecajos, labajos laikos, atgriešanās pagātnē utt.²⁶

Arī tā sauktais brīvdienu jeb kūrorta romāns ārzemēs var tikt pieskaitīts sekstūrisma motīviem.²⁷ Pirmkārt, tam piemīt laika faktors – visticamāk romāns būs īslaicīgs. Otrkārt, tam nebūs dziļas emocionālas piesaistes un tātad arī nekādu nopietnu sakaru izveide.

Līdzīgi kā Moulana, arī Kromptons ceļošanas motivācijai min ego un sociālā statusa uzlabošanu, ko tāpat var saistīt arī ar sekstūrismu.²⁸ Piemēram, vīrietis no attīstītas Eiropas valsts, viesojoties kādā no attīstības valstīm, var tikt vērtēts augstāk no vietējo sieviešu puses nekā vietējie vīrieši, kas īpaši izpaužas tūrista ekonomiskajā varā šajā vietā.

Visbeidzot, sekstūrisma vadmotīvi ir vēlme pēc seksa un noslēpšanās/nomaskēšanās.²⁹ Ar noslēpšanos, domājot, noziedzības aspektu tūrismā un faktu, ka būšana tūristam var piedāvāt slēpšanos no noziedzīgas darbības. Tūrista un seksa strādnieka kontekstā būšana tūristam piedāvā anonimitāti un līdz ar to arī izvairīšanos no atbildības. Tūristi – klienti vēlas seksuāla pakalpojuma pirkšanu noslēpt no saviem īstajiem partneriem, kamēr prostitūtas bieži vien slēpj savu nodarbošanos no ģimenes.

Rezumējot, jebkura ceļošanas motivācija par brīvā laika pavadīšanu – relaksācija, *eskeipisms*, radnieku apciemošana, piedzīvojums, kaut kā citādāka darīšana, – tāpat kā sekss var tikt attiecināta uz seksa strādnieka pakalpojumu pirkšanu, vai tā būtu prostitūta, masāžas salona pakalpojums, vai striptīzdejojājas priekšnesums.³⁰ Šādu parādību apliecināja arī manis veikto tūristu aptaujas rezultāti kursa darbā *Striptīzklubi – Vecrīgas tēla elementi*, kuri parādīja, ka aptaujātie tūristi Vecrīgas ielās, atbildot uz jautājumu par Vecrīgas dominējošo tēlu, tikai 9% gadījumu norādīja uz Vecrīgas kā sekstūrisma centra dominanci, toties 24% gadījumu norādīja uz Vecrīgā dominējošo atpūtas un izklaides centra tēlu, kas pieļauj iespēju, ka aptaujātie tūristi striptīzklubu apmeklēšanu vai jebkuru citu seksuāla rakstura pakalpojumu pieskaita izklaides industrijai, nevis seksindustrijai.³¹

Industriālās attīstības iespaidā vairākas sociālās dzīves sastāvdaļas ir kļuvušas par patēriņa sfērām, un tūrisms nav izņēmums. Viena no patēriņniecības sabiedrības daļām ir sekstūristi, kas veic tuvāku vai tālāku ceļu ar galveno vai ne tik galveno mērķi pirkt seksuālu piedzīvojumu vietā, kas nav viņu pastāvīgās rezidences vieta, lai ne tik daudz apmierinātu

²⁶ Ryan, C., Hall, C. M. (2001). *Sex tourism. Marginal people and liminalities*. P. 39.

²⁷ Turpat. P. 40.

²⁸ Turpat. P. 41.

²⁹ Turpat. P. 42.

³⁰ Turpat. P. 42-43.

³¹ Ļisicina, Linda. (2006) *Striptīzklubi – Vecrīgas tēla elementi: Kursa darbs*. Rīga: LU SZF Komunikācijas nodaļa. 26. lp.

savu vajadzību pēc seksa, bet, lai apliecinātu savu identitāti caur seksualitātes patēriņu, tādējādi eksponējot savu ekonomisko varu un seksualitāti.

1.3. Sekstūrisms

Jēdziens „sekstūrisms” lielākai daļai cilvēku uzbur sarkano lukturu rajona ainu Amsterdamā. Kaut arī sekstūrisms eksistē visapkārt pasaulē, tomēr primāri tas tiek asociēts ar tūristu, visbiežāk vīriešu, ceļošanu no attīstītajām valstīm uz mazāk attīstītajām, kur svarīgu lomu spēlē cenu atšķirības starp rezidences vietu un ceļojuma galamērķi. Tomēr abas šīs asociācijas ir tikai daļa no plašāka sociāla konteksta, kurā pastāv sekstūrisms un kurā svarīgs ir ne viens sekss, bet gan sarežģītā mijiedarbība starp tūristu un seksa strādnieku kopienām dzimtes, šķiru, kultūras, seksuālo un varas attiecību ziņā. Tātad divas, savstarpējā mijiedarbībā atrodošas puses – tūristi un seksa strādnieki (*sex worker*) – veido sekstūrisma mikro līmeni.

Tūrists ir sociāli atzīta, cienījama (valstī, kurā ierodas), īslaicīga rakstura un brīva no ierobežojumiem indivīda ieņemta loma. Savukārt, jēdzienu „seksa strādnieks” ir radījuši paši seksindustrijā iesaistītie, ar nodomu pārdefinēt komerciālo seksu no sociāli vai psiholoģiski raksturotu sieviešu kategorijas apzīmēšanas uz peļņu nesošu darbību jeb nodarbinātības veidu sievietēm un vīriešiem.³² Ar sociāli vai psiholoģiski raksturotu sieviešu kategoriju šeit domātas prostitūtas, kas vēsturiski ir bijušas sociāli nosodītas personas, sabiedrības vērtību izaicinātājas, - jēdziens „prostitūta” lielākoties tiek attiecināts uz tādu sieviešu sociālu kategoriju, kas neievēro nedz seksuālas, nedz citas uzvedības normas; žēlotas vai nicinātas, tās ir izslēgtas no galvenās sabiedrības daļas (*mainstream society*), un to zemā un marginālā (no latīņu val. *margo* – mala, robeža) vieta sabiedrībā ir analoga zemas šķiras vai minoritāšu etniskai grupai.³³ Marginalizācija šīs sievietes padara par sociālajām niecībām un nevērībām gan tiesiskā izpratnē, gan publiskajā diskursā, gan ikdienas dzīves ritmā, gan cilvēcisko attiecību spektrā.³⁴ Jēdziens „prostitūta” tiek attiecināts uz jebkuru seksuālas dabas pakalpojuma sniedzēju, vai tā ir striptīzdejojāja, pornogrāfisko filmu aktrise vai eskorta meitene, savukārt „seksa strādnieki” ir cilvēku grupa – vīrieši, sievietes, transseksuāli, nepilngadīgie, imigranti, vietēji utt. – tie, kas aktīvi piedalās seksuālo pakalpojumu apmaiņā pret naudu vai citu samaksas veidu. Attiecīgi termins „seksindustrija” aptver eksotiskos dejojājus, masierus, seksa telefona operatorus – visus tos, kas ir iesaistīti seksa pakalpojumu

³² Cockayne, A. (2002). *Prostitution and sexual exploitation in the European union: Bachelors work*. Exeter: University of Exeter Department of Politics. P. 4.

³³ Bindman, J. (1997). *Redefining prostitution as sex work on the international agenda*. Walnut. Retrieved April 1, 2007 from <http://www.walnet.org/csis/papers/redefining.html>.

³⁴ Zelče, V., Sprugaine, V. (2005). *Marginālās jeb 1376. fonds*. Rīga: Latvijas Valsts arhīvu ģenerāldirekcija: Latvijas Valsts vēstures arhīvs. 12. lpp.

un preču (intīmpreces, pornogrāfiskās filmas u.c.) tirdzniecībā.³⁵ Sekstūrisms ir radniecisks jēdziens seksindustrijai, jo tā pastāv sekstūrisma kontekstā.

Atsaucoties uz prostitūcijas marginalizāciju, sekstūrisma pētnieki Kriss Raians (*Ryan*), Vaikato universitātes Jaunzēlandē tūrisma profesors, un Maikls Hols (*Hall*), Otago universitātes Jaunzēlandē tūrisma profesors, uzsver arī tā sauktā sekstūrista marginālo dabu, jo „tūrists ir sociāli margināla persona, bet sekstūrists iet soli tālāk robežsituācijās (*liminality*), nonākot pasaulē, kuru var uzskatīt par profānu (*profane*).³⁶ Prostitūcijas un sekstūrisma pētniece Džūlija O’Konela Deividsone (*Davidson*) sekstūristus definē kā „tūristus, kas iesaistās kāda veida seksuāli ekonomiskā apmaiņā ar sievietēm, vīriešiem vai bērniem rezidentiem viesošanās vietā; sekstūristi ir heterogēna grupa.³⁷” Tie atšķiras pēc nacionalitātes, dzimuma, vecuma, etniskuma un rases, seksuālās orientācijas un sociāli ekonomiskā fona, kā arī pēc seksuālās pieredzes, esot ārvalstīs, un subjektīvās nozīmes, ko viņi piešķir saviem seksuālajiem partneriem.

Tāpat sekstūristi atšķiras pēc tā, cik svarīgu vietu sekss ieņem to ceļošanas mērķī. Deividsone iedala sekstūristus parastajos un „smagajos” (*hardcore*). „Smagajiem” sekstūristiem „vēlme pēc konkrēta seksuālās pieredzes veida (parasti dārga, nepietiekami iegūstama vai riskanta mājās, kā, piemēram, sekss ar vairākām sievietēm vai vīriešiem, un/ vai ar bērniem, vai transseksuāļiem) ir apzināta un precīzi formulēta ceļošanas motivācijā”.³⁸ Tomas Bauers (*Bauer*) un Bobs Makerčers (*McKercher*) seksa lomu ceļošanā atspoguļo shēmā, kurā krustojas seksuālā pieredze ar seksu, kā ceļojuma motivāciju (sk. 1. tabulu). Sekss var būt kā vairāk vai mazāk negaidīts ceļojuma pavērsiens, piemēram, kā kruīzos, kur dodas neprecētie. Vai arī sekss var būt iepriekš nojausts vai vēlams, piemēram, studentu skolas brīvdienų izbraukumos. Sekss var būt gaidīts tad, ja ceļotājs dodas viens t.s. romantiskajos ceļojumos.³⁹

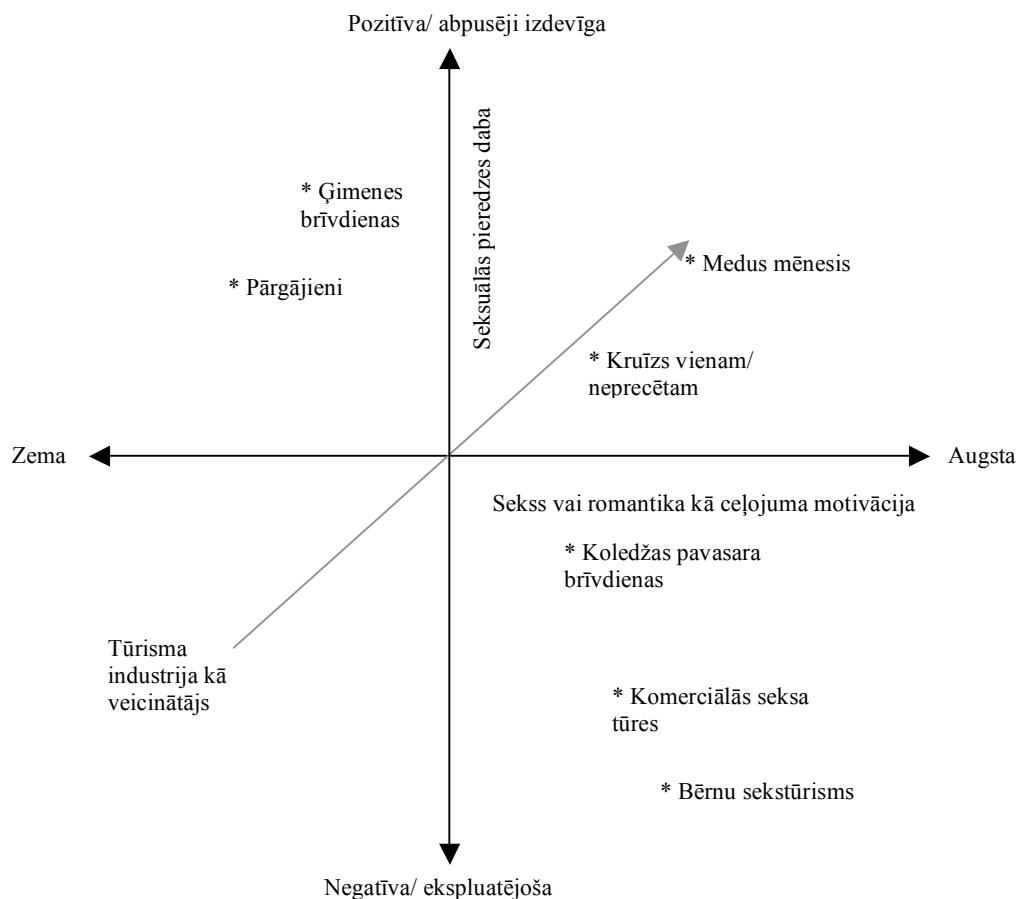
³⁵ Cockayne, A. (2002). *Prostitution and sexual exploitation in the European union*. P. 4.

³⁶ Ryan, C., Hall, C. M. (2001). *Sex tourism. Marginal people and liminalities*. P. 25.

³⁷ O’Connell Davidson, J. (2001). The sex tourist, the expatriate, his ex-wife and her ‘other’: The politics of loss, difference and desire. *Sexualities*. Vol. 4(1):7.

³⁸ Turpat. P. 7.

³⁹ Thomas G., Bauer, Ph. D., McKercher, B. (eds.) (2003). *Sex tourism: Journeys of romance, love, and lust*. New York, London, Oxford: Haworth Hospitality Press. P. 5-6.



1. tab. Seksa un tūrisma attiecības

Visbeidzot, ceļojuma un seksa strādnieka pakalpojumu izmantošanas motivācija ir simbiotiskās attiecībās. Abi ir brīvā laika pavadīšanas veidi. Abi sniedz iespējas (atgriezies kaut kur, izbēgt no kaut kā, piedzīvot kaut ko jaunu utt.). „Tādējādi tūrisma industrija atbalsta seksindustriju, sekmējot pieprasījuma operacionalizāciju vietās prom no mājām”.⁴⁰ Tūrisms kļūst ne tikai par pieprasījuma pēc prostitūcijas radītāju un piegādātāju, bet konkrēto vietu rašanās procesā piesaista uzmanību, tūrismam kļūstot par turpmāku pārmaiņu katalizatoru. Maldīgs ir priekšstats, ka tikai tūristi izmanto seksuālos pakalpojumus seksa galamērķos. Šāds pieņēmums „ignorē realitāti, ka komerciālais sekss izaug jau no eksistējošas seksindustrijas vietējiem iedzīvotājiem”.⁴¹

Autori Raians un Hols sekstūrismu apskata caur robežsituāciju konceptu, kas ir saistīts ar cilvēkiem, kas atrodas sabiedrības perifērijās. Tādējādi sekstūrismu var saukt par robežsituāciju fenomenu, jo:

⁴⁰ Thomas G., Bauer, Ph. D., McKercher, B. (eds.) (2003). *Sex tourism: Journeys of romance, love, and lust*. P. 45.

⁴¹ Turpat. P. 4.

- tas ir individualizēts un līgumisks, lai arī lielākoties neformāls (attiecību ziņā starp klientu un seksa strādnieku);
- tas parādās pie dabisko un sociālo procesu sadalīšanās;
- tas ir līdzās pastāvošs un atkarīgs no kopējā sociālā procesa, pārstāvot tā subjektivitāti un negativitāti;
- tam piemīt laicīga, profāna un lomu pārmaiņu daba, kā arī tas veido kolektīvo reprezentāciju par sevi;
- tas ir idiosinkrātisks (dīvains, savpats), īpatnējs un jocīgs;
- tam kļūstot arvien caurspīdīgākam, sekstūrisms pārstāj būt simbolisks un pārtop pragmatiskā un funkcionālā parādībā, tādējādi radot sociālas pārmaiņas sabiedrībā.⁴²

Sekstūrisma pētniecība, kā tūrisma studiju lauks, ir aizsākusies 20. gs 70. gados. Dažādas akadēmiskas perspektīvas sekstūrisma analīzē līdz šim ir izstrādātas, taču lielākoties tās koncentrējušās uz sekstūrisma izveides iemesliem. Piemēram, autore Bobija Mulina (*Mullins*), pētot Jamaikas kā seksa galamērķa gadījumu, balstās sekstūrisma ekonomiskajos iemeslos – zemie iztikas līdzekļi, īpaši Jamaikas sievietēm, ir iemesls seksa strādnieces darbam. Tā kā sekstūrisma pētniecība lielākoties aprobežojusies ar akadēmisku izpēti, kam par iemeslu var minēt politiķu un valdības nevēlēšanos publiski atzīt tā pastāvēšanu, tad ir neizsakāmi grūti precīzi novērtēt sekstūrisma industrijas lielumu un tās ietekmes, sekstūrisma kā sociālas problēmas nozīmīgumu. Īpaši, ja diskusijas par to drīzāk izpaužas moralizēšanas un sensacionālisma aktos, ciešot no kulturāla akluma un seksuāliem tabu, kas ietekmē attieksmes attiecībā pret prostitūciju,⁴³ kas savukārt bieži tiek uztverta vienīgi kā izklaidei domātas lasāmvielas un citu kultūras produktu tēma, piešķirot tai vieglumu, jautrību, romantiku, intrigu, nenopietnību un jokainību.⁴⁴

Tātad sekstūrisms var tikt definēts kā „tūrisms, kura galvenais mērķis vai motivācija vismaz daļai no ceļojuma ir seksuālu attiecību pirkšana”.⁴⁵ No šīs definīcijas izriet, ka patērniecība ir galvenais aspekts sekstūrisma, taču tas ir diezgan virspusējs skatījums. Vēl viens svarīgs aspekts, kas sarežģī sekstūrisma pētniecību ir nodarbinātības apstākļu jautājums, respektīvi, pieprasījums un piedāvājums. „Sekstūrisms atšķiras tā industrializācijas pakāpē ar piedāvājuma formalizāciju sākot ar to, ko var nosaukt par gadījuma rakstura, kad ceļotāji paši noorganizē sev seksuālos pakalpojumus, līdz pat pilna komplekta piedāvājumiem, kuros

⁴² Ryan, C., Hall, C. M. (2001). *Sex tourism. Marginal people and liminalities*. P. 25-26.

⁴³ Turpat. P. x.

⁴⁴ Zelče, V., Sprugaine, V. (2005). *Marginālās jeb 1376. fonds*. 12. lpp.

⁴⁵ Ryan, C., Hall, C. M. (2001). *Sex tourism. Marginal people and liminalities*. P. x.

pakalpojumi tiek iepriekš rezervēti viesnīcās un aģentūrās”.⁴⁶ Sekstūrisma pētnieks Truongs Tan-Dams (*Thanh-Dam*) apgalvo, ka sekstūrisms sastāv no virknes aspektiem, kas var tikt konceptualizēti kā kaut kas starp legāli marginalizētas patēriecības formu (sekša pakalpojumi) nacionālās (izklaides) industrijas robežās, un būtiski atkarīgs no, bet ar dinamisku funkcionēšanu iekš, starptautiskās tūrisma industrijas.⁴⁷

1.4. Sekstūrisma dimensijas

Iepriekš tekstā tika minēts, ka sekstūrisms var tikt definēts kā tūrisms, kura galvenais mērķis vai motivācija vismaz daļai no ceļojuma ir seksuālu attiecību pirkšana, taču ir skaidrs, ka pieļaujamas ir dažādas situācijas un to interpretācijas. Tādēļ ir svarīgi identificēt parametrus, kādos sekstūrisms darbojas. Savukārt, to izpausmes ir cieši saistītas ar seksindustriju. Tādēļ tālāk piedāvāju vairāku autoru darbos minētās opozīcijas sekstūrisma skaidrošanā ar piebildi, ka tās nav neatkarīgas viena no otras, bet gan interaktīvas, no abu (tūrista un sekša strādnieka) perspektīvām: sekstūrisms var būt vīriešu vai sieviešu; brīvprātīgs vai ekspluatējošs; komerciāls vai nekomerciāls; identitāti uzlabojošs vai degradējošs.

1.4.1. Vīriešu – sieviešu sekstūrisms

Parasti sekstūrisms kā sociāla parādība tiek saistīta ar attīstīto valstu vīriešu ceļošanu uz mazāk attīstītajām ar mērķi pirkt seksuālas attiecības, kas arī ir veids, kādā radikālā feminisma teorētiķi skaidro sekstūrisma – „tas iesaista vīriešus, kas ceļo uz ārzemēm, lai iesaistītos īsā un plaša patēriņa apmaiņā par seksu ar naudu vai citā veidā ar prostitūtu sievieti vai bērnu”.⁴⁸ Vīriešu sekstūrisms, kaut arī ir izplatītākais, tomēr ne vienīgais sekstūrisma veids. Sekstūrisma pētnieks Rorijs Galahers (*Gallagher*) izdala vēl trīs sekstūrisma veidus, kas mūsdienās sāk ieņemt aizvien lielākus apmērus. Pirmkārt, sieviešu sekstūrisms, kas ir pētīts pēdējā desmitgadē. Tā skaidrošanai pastāv variācijas: romantiskais tūrisms (*romantic tourism*) vai brīvdienu romāns (*holiday romance*), kas ir „mazāk komercializētas un vairāk ilgstošu sakaru formas attiecības starp sievietēm tūristēm un vietējiem *pludmales* zēniem (sarunvalodas apzīmējums vīriešu dzimtes sekša strādniekiem)”⁴⁹ un „vairāk tiešas formas

⁴⁶ Ryan, C., Hall, C. M. (2001). *Sex tourism. Marginal people and liminalities*. P. xi.

⁴⁷ Turpat.

⁴⁸ Sanchez Taylor, J. (2001). Dollars are a girl's best friend? Female tourists' sexual behaviour in the caribbean. *Sociology*. Vol.35, No.3. P. 749.

⁴⁹ Gallagher, R. (2005). *Shifting markets, shifting risks: HIV/AIDS prevention and the geographies of male and transgender tourist-orientated sex work in Phuket, Thailand*. Permanent Archive of Sexualities, Genders, and Rights in Asia. Retrieved April 10, 2007 from <http://bangkok2005.anu.edu.au/papers/Gallagher.pdf>

seksuāli ekonomiskās attiecībās”⁵⁰. Šeit parādās atšķirības komercializācijas aspektā, kas tiks aplūkots vēlāk.

Galahers runā arī par jaunākām sektūrisma formām – geju sektūrisma un transseksuālu sektūrisma (*transgender sex tourism*). Geju sektūrisma pamatā ir vīriešu tūristu seksuālo attiecību piršana un iegūšana no vīriešiem – seksa strādniekiem, kas ir aizvien pieaugoša parādība Puketā, Taizemē. Ja sievietes un geju sektūrisms attiecas uz tūristu identitāti, tad transseksuālais sektūrisms tieši pretēji attiecas uz seksa strādnieku. „Tas tāpēc, ka vēl nav izveidota terminoloģija, kas apzīmētu tūristus, kas meklē satikšanos ar transseksuālu seksa strādnieku”.⁵¹

1.4.2. Brīvprātīgs – ekspluatējošs sektūrisms

Taizemes sektūrisma pētniece Deividsone uzskata, ka sektūrisms visupirms ir jāskata kā ekonomiskas formas ekspluatācija. Pēc viņas uzskatiem sektūrists nekad nebūs vienlīdzīgās attiecībās ar Taizemes seksa strādniecēm, tā kā viņām atšķirībā no klientiem nav atļauts brīvi pārvietoties, jo sektūrisma plūsmu uztur un atbalsta valdība, starptautiskās ceļojumu kompānijas, viesnīcas, vietējo uzņēmumu īpašnieki, – visi tie, kam ir ekonomiska interese šīs plūsmas uzturēšanā, un tātad – seksa strādnieču piedāvājuma noturēšanā.⁵² Tomēr pastāv arī uzskats, ka brīvprātīga nodarbošanās ar seksa darbu var pastāvēt, kad persona to dara neatkarīgi, maksā nodokļus, un patur zināmu kontroli pār savu klientūru. Protams, iemesli šādai brīvprātīgai darbībai ir ekonomiski, taču ne vienmēr nauda, ko seksa strādnieks nopelna, ir iztikšanai. Raiana un Hola pētījums pierāda, ka liela daļa aptaujāto seksa strādnieču nodarbojas ar prostitūciju piepelnīšanās dēļ – lai nopirktu mašīnu, sakrātu mājai, vai dotos regulāros ceļojumos, vai arī aiz patikas. Bez tā, ka seksa darbs ir patēriņa prece, tas ir arī darbs – nodarbošanās veids. Tam piemīt ekonomiska un psiholoģiska neatkarība, tā ir nodarbošanās, kuras noslogojumu var regulēt pats seksa strādnieks, turklāt, šī nodarbošanās nepieprasa augstu izglītības kvalifikāciju.⁵³

Runājot par ekspluatējošu sektūrisma, galvenie atslēgas vārdi ir „piespiedu prostitūcija” (*forced prostitution*), kas apzīmē „sieviešu, vīriešu un bērnu (pedofīlija) piespiedu nodarbošanos ar seksuālu pakalpojumu pret viņu gribu apmaiņā pret naudu vai citu maksājuma veidu”.⁵⁴ Piespiedu prostitūcija izpaužas arī prostitūtu nelikumīgā tirgošanā un

⁵⁰ Gallagher, R. (2005). Shifting markets, shifting risks: HIV/AIDS prevention and the geographies of male and transgender tourist-orientated sex work in Phuket, Thailand. Permanent Archive of Sexualities, Genders, and Rights in Asia. Retrieved April 10, 2007 from <http://bangkok2005.anu.edu.au/papers/Gallagher.pdf>.

⁵¹ Turpat.

⁵² Ryan, C., Hall, C. M. (2001). *Sex tourism. Marginal people and liminalities*. P. 49-50.

⁵³ Turpat. P. 55.

⁵⁴ Cockayne, A. (2002). *Prostitution and sexual exploitation in the European union*. P. 4.

pārvadāšanā (*trafficking prostitution*), visbiežāk no trešās un otrās pasaules valstīm, pret viņu gribu. Prostitūcija un sieviešu tirdzniecība Eiropas Savienībā (ES) tiek uzskatīta par nomācošu problēmu,⁵⁵ taču to apmēri ir grūti nosakāmi – valsts institūcijas ievāc datus par prostitūtām attiecīgi pēc arestu un/vai lietu ierosināšanas, savukārt nevalstisko organizāciju (NVO), kas strādā ar seksa strādniekiem, dati atšķiras.⁵⁶

Eiropas Savienības pētījumā *Trafficking in women* par sieviešu tirdzniecību, ko definē kā „sieviešu pārvadāšanu no trešās pasaules valstīm uz ES ar mērķi seksuāli ekspluatēt”⁵⁷, atklāj, ka precīzu datu par sieviešu tirdzniecību nav dēļ pieaugošā migrācijas apjoma, taču piedāvā galvenos atskaites punktus:

- ∞ ik gadu 4 miljoni cilvēku kļūst par tirdzniecības upuriem;
- ∞ ik gadu 500 000 tirdzniecības upuru tiek pārdoti Rietumeiropā;
- ∞ 80% prostitūtas Eiropā ir imigrantes; 60-80% no visām sievietēm, kas pārdotas seksuālai ekspluatācijai, ir no Centrālās un Austrumeiropas (Albānija, Čehijas, Ungārijas, Polijas, Rumānijas, Bulgārijas un Ukrainas).⁵⁸

Faktori, kas veicina Austrumeiropas sieviešu tirdzniecību:

- ∞ nabadzība, kas ir tirgus ekonomikas izveides rezultāts;
- ∞ milzīgie ienākumi no cilvēktirdzniecības;
- ∞ Austrumeiropas valstu tuvums Rietumeiropai, kas nozīmē lētāk sieviešu pārvadāšanu;
- ∞ vīzu prasību mazināšana vai atcelšana atvieglo sieviešu pārvadāšanu;
- ∞ Eiropieks sieviešu izskats nerada robežsargu aizdomas;
- ∞ „pielaidīga” likumdošana – risks ir zems, jo sodi ir zemi.⁵⁹

ES sadarbībā ar noziedzības izpētes centru *Transcrime* 2005. gadā veica pētījumu *National legislation on prostitution and the trafficking in the women and children* par prostitūcijas likumdošanu un tās saistību ar sieviešu, bērnu tirdzniecību. Faktori, kas nākotnē varētu ietekmēt cilvēktirdzniecību seksuālai ekspluatācijai ES: nabadzība un nenodarbināto skaits; labklājības diferenciācija un kultūras un valodas līdzības starp valstīm, no kurām cilvēki tiek eksportēti, un valstīm, uz kurām tiek importēti; migrācijas regulācija un ģeogrāfiskais izvietojums valstīm, uz kurām cilvēki tiek importēti.⁶⁰ Ar pētījuma rezultātiem un rekomendācijām var iepazīties pielikumā (sk. 5. pielikumu).

⁵⁵ Transcrime. (2005). *National legislation on prostitution and the trafficking in the women and children*.

Brussels, European Parliament, Policy Department C - Citizens' rights and Constitutional Affairs. P. vii

⁵⁶ Cockayne, A. (2002). *Prostitution and sexual exploitation in the European union: Bachelors work*. Exeter: University of Exeter Department of Politics. P. 11.

⁵⁷ European Parliament. (2000). *Trafficking in women*. Brussels, European Parliament. P. 3.

⁵⁸ Turpat. P. 5.

⁵⁹ Turpat. P. 5-6.

⁶⁰ European Parliament. (2000). *Trafficking in women*. P. x-xi.

1.4.3. Komerčiāls – nekomerčiāls sekstūrisms

Komerčiālā sekstūrisma daba, protams, ir svarīgs aspekts, jo īpaši, ja tas parādās organizācijas līmenī – ar mērķi iesaistīt sekstūrisma, arī tad, ja mērķis nav bijis atbrukt, lai iegūtu seksu par samaksu. Tātad pastāv arī „situatīvie sekstūristi”, kas neierodas ar mērķi iesaistīties seksuāli ekonomiskās attiecībās, bet tas tomēr notiek, visbiežāk piekopjot oportūnisma (iespēju) stratēģiju. Daudzi no šādiem tūristiem nekad nav izmantojuši seksuālos pakalpojumus savā rezidences valstī.

Pie komerčiālā sekstūrisma jāmin arī striptīzs, kas gan bieži netiek attiecināts uz sekstūrisma, bet tikai uz seksindustriju. Tomēr, atspēkojot šo pieņēmumus, Raians uzsver, ka striptīzklubu klientūras nozīmīgākā daļa ir tūristi, dažkārt paši striptīzdejojāji/as ir ceļotāji, ja ne tūristi, kas ierodas valstī, lai tur pastrādātu par striptīzdejojāju.⁶¹ Otrkārt, striptīzam piemīt palielināta estētiskā vērtība un samazināta tiešā kontakta esamība (izņemot t.s. klēpja dejas (*lap dance*)). Taču kā seksa darba forma striptīzs izvirza tos pašus identitātes, seksualitātes un prostitūcijas lomas jautājumus, kuru rezultātā, robeža starp striptīzu un jebkuru citu seksa darbu, ir grūti nosakāma. Treškārt, tas ir komerčiāls, jo tā ir nodarbošanās, par kuru tiek saņemta samaksa.

Pēdējās desmitgades laikā attīstību ir piedzīvojis pilnīgi nekomerčiāls sekss, ko mēdz dēvēt par „nenoteikto prostitūciju” (*open-ended prostitution*), kurā „tūristu orientēti seksa strādnieki izmanto *maigās* pārdošanās tehnikas, kas apslēpj apmaiņas komerčiālo dabu un nemeklē atlīdzību pirms vai pēc katra seksuālā akta, bet gan izvēlās cita veida atlīdzību: ēdienus, dzērienus, dārglietas, dizaineru drēbes, uzturēšanu un ceļošanu”.⁶²

1.4.4. Identitāti uzlabojošs - degradējošs sekstūrisms

Autori Raians un Hols sekstūrisma skata arī pašidentitātes (*self-identity*) opozīcijās – degradējošā vai uzlabojošā, – kas piemīt gan sekstūristam kā klientam, gan seksa strādniekam. (*self concept*) iekļauj indivīda uzvedību un piederību, kā arī pieņēmumu, kā viņu uztver pārējie. Paša konceptu konstituē atbildes uz jautājumiem: kāds es esmu, kādu mani redz pārējie, kāds es gribētu būt un kāds es gribu būt, lai mani redz pārējie. Pēc būtības identitāte seksindustrijā skaidrojama ar atbildēm uz diviem abām iesaistītajām pusēm uzdodamiem jautājumiem: kāpēc tas tiek darīts, un ko tas indivīdam nozīmē.

⁶¹ Ryan, C., Hall, C. M. (2001). *Sex tourism. Marginal people and liminalities*. P. 64.

⁶² Gallagher, R. (2005). *Shifting markets, shifting risks: HIV/AIDS prevention and the geographies of male and transgender tourist-orientated sex work in Phuket, Thailand*. *Permanent Archive of Sexualities, Genders, and Rights in Asia*. Retrieved April 10, 2007 from <http://bangkok2005.anu.edu.au/papers/Gallagher.pdf>.

Pirmkārt, seks­tūrisma indus­tri­jā iesaistītajiem novērojama spēcīga sevis noliegšana – cilvėki neredz un negrib redzēt to, kas notiek.⁶³ Attiecībā uz klientiem tā ir sevis noliegšana – tie neatzīst seksuālu pakalpojumu pirkšanu un iemeslu, kāpēc to dara, savukārt seks­tūristi, lai arī atzīst šo pakalpojumu pirkšanu, neatzīst sevi par seks­tūristiem. Attiecībā uz seksa strādniekiem sevis noliegšana saistāma ar sociālo nosodījumu, ko izjutuši šīs profesijas pārstāvji gadu gaitā.

Otrkārt, seks­tūrista un seksa strādnieka attiecības var pastāvēt uz savstarpēju patronāžu – pārākuma izjušanu pret otru. Klientiem, īpaši vīriešiem, tas var būt veids, kā atgriezties patriarhālajā sistēmā, kurā vīrietis gūst virsroku pār sievieti, izpaužot savu ekonomisko varu.⁶⁴ Savukārt, seksa strādnieki dažkārt uzsver savu pārākumu pār klientu tieši viņa vajadzību dēļ, caur kurām pakalpojuma sniedzējs var justies pārāks, tā kā viņam piemīt šī vara apmierināšanā.

Kā bija redzams iepriekš aprakstītajās opozīcijas, tās nepastāv atsevišķi viena no otras, pat vēl vairāk – tās darbojas interaktīvi, radot dažādas seks­tūrisma formas. Manis minētās četras opozīcijas nav vienīgās, kādās skaidrojams seks­tūrisms. Tāpat vēl seks­tūrismu var skatīt legāls/nelegāls, vai organizēts/neorganizēts opozīcijās, taču uzskatu, ka šie iedalījumi ir integrēti iepriekš uzskaitītajos. Piemēram, legalitātes aspekts jau izpaužas brīvprātīgā/ekspluatējošā seks­tūrismā, tāpat, kā seks­tūrisma organizētības līmenis izpaužas tā komercializācijā.

⁶³ Ryan, C., Hall, C. M. (2001). *Sex tourism. Marginal people and liminalities*. P. 72.

⁶⁴ Turpat. P. 81.

2. RĀMĒJUMS UN RĀMĒŠANA

Komunikācijas literatūrā terminus „freims” un „freimings” lieto diezgan plaši, apzīmējot dažādas parādības. Latviešu valodā šie termini latviskoti no angļu valodas, un tiek lietoti attiecīgi – „rāmējums” un „rāmēšana”. Angļu – latviešu vārdnīca piedāvā vēl vairākus ekvivalentus – „freims” – karkass, struktūra, uzbūve, sistēma, ietvars, rāmis; savukārt „freimings” – ielikšana ietvarā, ierāmēšana.⁶⁵ Socioloģijas un komunikācijas pētnieki „freimu” saukuši arī par „fonu”, „pamatu”, „kontekstu” vai lietojuši frāzi „kaut kā izteiksmē”.

Amerikāņu sociologs Ērvings Gofmanis (*Goffman*) runā par freimingu jeb rāmēšanu sociālo notikumu (*social event, social occasion*) kontekstā. Viņa perspektīva ir situatīva, tā iesaista vairāk kā vienu indivīdu (notikuma dalībnieku), darbības notikumu kontekstā parasti notiek vienlaicīgi un pati indivīdu mijiedarbība obligāti neaprobežojas ar aci-pret-aci komunikāciju.⁶⁶ Gofmaņa rāmējuma analīze pievērš uzmanību sociālo notikumu novērtējumam no cilvēku redzes viedokļa, atbildot uz jautājumiem – kas patiesībā notiek un kā cilvēki to uztver. Freims jeb rāmējums ir jēdziens, ko Gofmanis lieto, apzīmējot „identificētus pamatelementus sociālajos notikumos. Es pieļauju, ka situācijas definīcija tiek veidota saskaņā ar organizācijas, kura vada kādu notikumu, principiem un mūsu subjektīvo līdzdalību sociālajos notikumos”.⁶⁷ Citiem vārdiem sakot, rāmējumi ir kognitīvas struktūras, kas vada realitātes uztveri un reprezentāciju. Gofmanis uzsver, ka šie jēdzieni ir veidi, kā nosaukt likumus (*rules*), kuri nosaka mijiedarbību, jeb noteikumi, kas vairāk vai mazāk ir netieši noteikti no kādas lielākas, iespējams neredzamas realitātes, kuras ietvaros mijiedarbība notiek. Tātad pēc Gofmaņa, rāmējumi nav apzināti ražoti, bet gan neapzināti ieviesti komunikācijas procesā.⁶⁸ Turklāt, svarīgi ir ņemt vērā Gofmaņa piezīmi, par to, ka viņš nerunā par pieredzes organizēšanu sabiedrībā, bet gan tikai indivīda līmenī, atstājot sociālo organizāciju (*social organization*) un sociālo struktūru (*social structure*) pētniecību socioloģijai, bez atsauces uz rāmējuma konceptu.

Gofmanis ar rāmējumiem domā „interpretācijas shēmas” vai „uztveres perspektīvas”, kurus var nosaukt par primārām. Tās ļauj lietotājam neatkarīgi no zināšanu līmeņa „lokalizēt, uztvert, identificēt un nosaukt”⁶⁹ notikumus un parādības, tādējādi piešķirot nozīmi, organizējot pieredzi un veidojot tālāko darbību. Primārām tādēļ, ka cilvēki to redz kā

⁶⁵ *Angļu – latviešu vārdnīca* (2004). sast.: Z. Belzēja Rīga: Jāņa sēta. 398.-399. lpp.

⁶⁶ Goffman, E. (1986). *Frame analysis. An essay on the organization of experience*. P. 8-10.

⁶⁷ Turpat. P. 10-11.

⁶⁸ König, T. *Frame analysis: A primer*. Loughborough University: Department of Social Studies. Retrieved March 27, 2007 from http://www.lboro.ac.uk/research/mmmethods/resources/links/frames_primer.html.

⁶⁹ Goffman, E. (1986). *Frame analysis. An essay on the organization of experience*. P. 21.

prioritāru vai oriģinālu interpretāciju.⁷⁰ Primārie rāmējumi atšķiras pēc to organizācijas pakāpes. „Citi [primārie rāmējumi – *L.L.*] ir kārtīgi pasniegti kā realitātes, postulātu un likumu sistēmas, citi – patiešām lielākā daļa – parādās bez skaidri saredzamas formas, nodrošinot tikai izpratni, pieeju, perspektīvu“.⁷¹ Primāros rāmējumus Gofmanis iedala dabiskajos un sociālajos. Dabiskie rāmējumi ietver notikumus, kas ir bezmērķīgi – bez noteikta virziena jeb „tīri fiziski“, savukārt, sociālie rāmējumi, pretēji dabiskajiem, nodrošina notikumu fona uztveri, kuros darbojas griba un mērķtiecība. Tos var nosaukt arī par mērķtiecīgu rīcību (*guided doings*). Piemēram, kad izmeklētājs jautā par cilvēka nāves cēloni, atbilde būs ar dabisku rāmējumu, taču, kad viņš jautās par veidu, kādā cilvēks miris, atbilde būs ar sociālu rāmējumu un iespējami pat ietvers nolūku.⁷² Tātad cilvēki sliecas uztvert notikumus primārajos rāmējumos, un rāmējuma tips, kādu cilvēki lieto, nosaka veidus, kā šis notikums tiks uztverts. Turklāt rāmējums jeb interpretācijas shēma rada ietekmi ne tikai uz indivīdiem kā dalībniekiem sociālajā notikumā, bet arī uz vērotājiem no malas. Cilvēki, vērojot apkārt notiekošo, momentāni piešķir tam kādu interpretējošu „rāmi“.

2.1. Rāmējumi medijos

Rāmēšanas teorija un rāmējuma analīze ir plaša teorētiska pieeja, kas tiek lietota arī komunikāciju zinātnē. Viens no visbiežāk citētajiem mediju pētniekiem ir Roberts Entmans (*Entman*), kas rāmējumu skaidro kā veidu, kā „atlasīt uztvertās realitātes aspektus un padarīt tos vairāk ievērojamus komunicētajā tekstā, tādā veidā konkretizējot noteiktas problēmas noteikšanu, interpretācijas iemeslu, morālo vērtību un/vai rekomendējamo apstrādi“.⁷³ Entmana rāmējuma definīcijā, pretēji Gofmaņa, parādās apzinātības aspekts – atlasīt aspektus un padarīt tos ievērojamus. „Pāreja uz aktīvu rāmējumu atlasī, ir izpratne, kas kļuvusi dominējoša mediju pētniecībā“.⁷⁴

Rāmēšana kā noteiktu aspektu atlases un izcelšanas procedūra medijos notiek arī ar tekstam pievienota ilustratīvā materiāla palīdzību. Tas akcentē publikāciju, aktivizējot lasītāja uzmanību, un sniedzot klātesamības sajūtu, ļaujot izjust emocionālu pārdzīvojumu. Tāpat kā teksts, attēls var piedalīties viedokļa formācijā, kas ir viens no svarīgākajiem rāmējuma efektiem.

⁷⁰ Goffman, E. (1986). *Frame analysis. An essay on the organization of experience*. P. 21.

⁷¹ Turpat. P. 21.

⁷² Turpat. P. 24-25.

⁷³ Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*. 43 (4). P. 52.

⁷⁴ König, T. *Frame analysis: A primer*. Loughborough University: Department of Social Studies. Retrieved March 27, 2007 from http://www.lboro.ac.uk/research/mmmethods/resources/links/frames_primer.html.

Ziņu pētniece Karna Džonsone - Karti (*Johnson - Cartee*) nošķir jēdzienus „freims“ jeb rāmējums un „freimings“ jeb rāmēšana. Pētniece, apkopojot vairāku citu pētnieku darba definīcijas, rāmēšanu sauc par „procesu, kurā komunikācijas avots, piemēram, ziņu organizācija (vai politiskais līderis, sabiedrisko attiecību pārstāvis, politiskās reklāmas konsultants vai ziņu patērētājs) definē un konstruē politisko problēmu vai publisko diskusiju. Rāmējums ir ziņu satura centrālā organizējošā ideja, kas piedāvā kontekstu un pasaka, kas ir tēma ar atlasē, uzsvara, izslēgšanas un sīkas izstrādes palīdzību“.⁷⁵ Rāmējums analīzes nolūkos var tikt iedalīts individuālajā un mediju.

Par individuāliem rāmējumiem Džonsone - Karti uzskata „prāta iekšējās struktūras“, kas tiek lietotas, lai kategorizētu un organizētu uzskatus un vērtības. Individuālie rāmējumi ir cieši saistīti ar lēmumu pieņemšanu, kas īpaši parādās un ir tikuši pētīti politisko pozīciju kontekstā – kā cilvēki pieņem lēmumus par labu vienai vai otrai pusei, bieži vien nepakļaujoties nekādam racionālam modelim. Tāpēc pētnieki sāka analizēt vairākus situatīvos faktorus, kas iesaistīti lēmumu pieņemšanā, un šādi situatīvie faktori ir rāmējumi jeb kā autori Kanemans (*Kahneman*) un Tverskis (*Tversky*) tos sauc – norādes stāvokļi (*reference state*).⁷⁶ Pētnieki Praiss (*Price*) un Tjūksberijs (*Tewksbury*) turpina: „Veids, kādā izvēle tiek pasniegta cilvēkiem (no ziņu medijiem un citiem sociālajiem aktoriem), – veids kādā izvēles tiek rāmētas – ietekmēs varbūtību, ka konkrētās izvēles tiks pieņemtas.“⁷⁷ Respektīvi, kad cilvēki iesaistās publiskajā diskursā par politiskiem, ekonomiskiem vai sociāliem jautājumiem, viņi iesaistās publiskajā apspriešanā, tādējādi rodas nepieciešamība arī iesaistīties jautājumu rāmēšanā. Līdzīgi kā komunikācijas pētnieks Klauss Mertens (*Merten*) runā par personīgo tēlu, ko veido mediju informācija, interpersonālajā komunikācijā gūtā informācija un iepriekšējā pieredze,⁷⁸ Viljams Gamsons (*Gamson*) uzskata, ka individuālo jautājumu rāmējumu ietekmē mediju piedāvājums, sabiedrībā izplatīts viedoklis, un iesaistīto dalībnieku pagātnes pieredzes.⁷⁹

Attiecībā uz mediju rāmējumu tiek arī uzsvērta mediju nozīmīgā loma uz auditoriju. Mediju rāmējums rada interpretācijas rāmi ziņas kontekstam un analizē, kā ziņu saturs ietekmē un iespaido ziņu patērētājus. Ja ziņu patērētājam nav savs pastāvīgs viedoklis un attieksme attiecībā pret kādu konkrētu jautājumu/problēmu, tad ziņu rāmējumam visticamāk būs lielāka ietekme uz individuālo lēmumu pieņemšanu. Tātad ziņu rāmējumi producē tā saukto rāmējuma efektu (*framing effect*) pār patērētājiem. Mediju rāmējumam pastāv vairākas

⁷⁵ Johnson-Cartee, K. (2005). *News narratives and news framing: Constructing political reality*. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers, Inc. P. 24.

⁷⁶ Turpat. P. 24.

⁷⁷ Turpat. P. 24-25.

⁷⁸ Merten, K. (1999). Wie Gut ist das Image der Deutschen Bahn? *PR Magazin*. 10: 35.

⁷⁹ Johnson-Cartee, K. (2005). *News narratives and news framing: Constructing political reality*. P. 25.

pieejas – psiholoģiskā, pētot psiholoģisko atbildi uz tēmu rāmējumu, socioloģiskā, piemēram, pētot kulturālos naratīvus, mitoloģijas un rituālus, kas izmantoti rāmējuma konstruēšanā, vai arī kultūras studiju, pētot kā ideoloģijas un kultūras vērtības „iespiežas“ ziņu rāmējumos.⁸⁰

Sociologs Jirgens Gerhards (*Gerhards*) izdala rāmēšanas dimensijas – priekšmeta lauki (*subject area*), uz kuriem rāmējums attiecas, – un rāmēšanas stratēģijas – priekšmeta lauku interpretācijas tehnikas. Piecas rāmējuma dimensijas ir:

- tēmas atrašana un interpretēšana par sociālu problēmu;
- problēmas cēloņu un cēlonisko aģentu (*causal agents*) noteikšana;
- mērķu un iespējamo veiksmes iespēju interpretēšana to sasniegšanai;
- adresāta atrašana un nosaukšana;
- sevis attaisnošana/leģitimizēšana.⁸¹

Mediju rāmējumu pētīšana ir svarīga vairāku iemeslu dēļ. Pirmkārt, rāmējums parāda masu mediju ietekmi uz auditoriju un veidu, kā tā redz realitāti, otrkārt, rāmējums piešķir svarīgumu, psiholoģisku nozīmīgumu īpaši specifiskiem jautājumiem/problēmām, un treškārt, rāmējums piedalās indivīda lēmumu pieņemšanas procesā.⁸² Tāpat rāmējumi ir daļa no žurnālistu rutīnas – viņi lieto noteiktus *rāmjus*, kuros ievieto faktus un citu informāciju, padarot auditorijai ziņu saprotamāku, pamanāmāku.⁸³ Rāmējumi ir arī iespēja ziņu producētājiem (piemēram, sabiedrisko attiecību speciālistiem, reklāmas konsultantiem, marketinga ekspertiem u.c.) caur žurnālistiem un tādējādi līdz mērķa auditorijai nodot noteiktu *rāmi* par sevi, savu organizāciju, savu piekopto politiku, programmu vai procesiem, kuros ir iesaistīti.⁸⁴ Visbeidzot rāmējums darbojas kā filtrs – atlasot noteiktus aspektus un padarot tos ievērojamākus.⁸⁵

⁸⁰ Johnson-Cartee, K. (2005). *News narratives and news framing: Constructing political reality*. P. 26.

⁸¹ Gerhards, J. (1995). Framing dimensions and framing strategies: contrasting ideal- and real-type frames. *Social Science Information*, 34, 2. P. 226-227.

⁸² Johnson-Cartee, K. (2005). *News narratives and news framing: Constructing political reality*. P. 26-27.

⁸³ Turpat. P. 161.

⁸⁴ Turpat. P. 199.

⁸⁵ Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. P. 52.

3. SEMIOTIKA

Semiotika (no latīņu *semeion* – zīme) ir plaši pielietota pieeja akadēmiskajā vidē, īpaši mediju studijās, jo tā ļauj atklāt plašākas nozīmju struktūras. Tās īsākā definīcijas ir „mācība par zīmēm un zīmju sistēmām”⁸⁶ jeb to, kā zīmes rada nozīmes. Jēdziens ”semiotika” tiek lietots divos veidos – attiecībā uz komunikācijas modeli, kurā nozīme ir konstruēta zīmju (*sign*) lietošanas procesā, un attiecībā uz teksta un citu datu analīzes metodi, kas ir balstīta uz minēto komunikācijas modeli.⁸⁷

Lai saprastu semiotiku, ir jāsāk ar ieskatu lingvistikā, jo vizuālajām zīmēm un vizuālajai komunikācijai ir daudz kopēja ar verbālo komunikāciju. Pēc šveiciešu valodnieka, semioloģijas pamatlicēja Ferdinanda de Sosīra (*de Saussure*) zīme ir “divpusēja psiholoģiska būtība”⁸⁸, tā sastāv no zīmes fiziskā aspekta – apzīmētāja, un mentālā koncepta, uz ko fiziskais aspekts attiecas, – apzīmējamā. Otrs pazīstamākais teorētiķis, amerikāņu filozofs Čārlzs Sanders Pīrss (*Pierce*) semiotiku skaidroja ar vizuālo un citu neverbālo zīmju struktūru, piemēram, žestiem, apģērbu, satiksmes ceļa zīmēm, reklāmas attēliem, avīzēm, televīzijas pārraidēm u.c. Pēc Pīrsa domām zīme pastāv t.s. semiotiskajā trīsstūrī, kur savstarpējās attiecībās ir savienoti: apzīmētājs – parasti, kaut kas materiālajā pasaulē eksistējošs, apzīmējamais – ideja, ko sevī nes apzīmētājs, un referents – tas, ko zīme simbolizē.⁸⁹ Atkarībā no šo elementu attiecībām veidojas trīs dažādi zīmju veidoli, ko Pīrss nosaucis par ikonām, indeksiem un simboliem.⁹⁰ Pēc modernās semiotikas teorētiķa, franču kritiķa Rolāna Bārta (*Barthes*) domām pastāv divi nozīmes uztveršanas līmeņi – denotācija, kas kā jebkura zīme apraksta un interpretē pasauli, jeb ir zīmes tiešā un burtiskā nozīme, un konotācija – “saikne, attiecība, anafora, zīme, kas ir spējīga atsaukties uz citiem – iepriekšējiem, nākamajiem vai vispār tai ārējiem kontekstiem”.⁹¹

3.1. Drukātās preses attēlu semiotika

Mediji satura veidošanā lieto ilustratīvos materiālus, lai sniegtu lasītājam klātbūtnes efektu – iespēju pašam vērtēt notikumu, izmantojot attēlā kodētās zīmes. Drukātā prese publikācijās visbiežāk lieto fotogrāfijas, kas ietver simboliskas, viegli atpazīstamas un uztveramas nozīmes. Fotogrāfija sniedz klātesamības, realitātes sajūtu, tāpēc „laikraksti un

⁸⁶ Chandler, D. *Semiotics for beginners*. Retrieved April 16, 2007 from <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/S4B/sem01.html>.

⁸⁷ Bertrand, I., Hughes, P. (2005). *Media research methods*. Basingstoke: Palgrave. P. 202.

⁸⁸ Сосюр, Ф. де. (1999) *Курс общей лингвистики*. Москва: Логос. С. 67.

⁸⁹ Chandler, D. *Semiotics for beginners*. Retrieved April 16, 2007 from <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/S4B/sem01.html>.

⁹⁰ Bignell, J. (2002). *Media semiotics: An introduction*. 2nd ed. P. 15.

⁹¹ Барт, Р. (2001) *S/Z*. Москва: УРСС. С. 35

žurnāli fotogrāfiju izmanto pateicoties tās dokumentārajām un ilustratīvajām spēkam”.⁹² Tāpēc jebkurš preses izdevums nav iedomājams bez vizuālā materiāla, jo tie kalpo par apliecinājumu rakstītā patiesumam.

Bez realitātes atspoguļošanas ilustratīvajiem materiāliem presē piemīt vairāki citi efekta veidi uz auditoriju: attēla mnemoniskā (atmiņas palielinošā) vara – spēja viegli atcerēties attēlus; spēja attēliem kļūt par ikonām, kas kalpo, kā konkrēta notikuma vai tēmas metonīms (nozīmes pārnēsums); attēlu lielā estētiskā ietekme; attēlu emocionālais spēks, kas ļauj cilvēkiem izjust emocionālu pārdzīvojumu – sašutumu, simpātiju vai žēlumu; un attēlu potenciāli nozīmīgā politiskā vara, piemēram, spēja radīt, pārveidot vai pastiprināt sabiedrībā izplatītu viedokli par dienas politiskajiem noteikumiem, tādējādi ietekmējot valdības politiku.⁹³

Preses fotogrāfijas ietver sevī ziņojumu. Tas ir elementu kopums, kuru veido nosūtītājs, kanāls un recipients vai auditorija kopumā.⁹⁴ Lai ziņa tiktu nosūtīta, tā iziet vairākus etapus: fotogrāfijas uzņemšanu, fotogrāfiju atlasīšanu, kā arī virsraksta, izcēluma vai cita veida pavadteksta pievienošanu fotogrāfijai. Rolāns Barts uzsver pavadteksta nozīmi fotogrāfiju analīzē, jo teksts satur parazitisku ziņojumu, kas veidots tā, lai konotētu attēlu, jeb papildinātu ar vienu vai vairākiem otrās nozīmes apzīmētājiem. Tas nozīmē, ka attēls vairs neilustrē vārdus, bet gan vārdi parazitē uz attēla rēķina – „teksts pielādē attēlu ar kultūru, morāli un iztēli”.⁹⁵

⁹² Berger, A. A. (1998). *Seeing is Believing: An introduction to visual communication*. Mountain View, California: Mayfield Publishing Company. P. 75.

⁹³ Domke, D., Perlmutter, D., Spratt, M. (2002). The primes of our times? An examination of the ‘power’ of visual images. *Journalism*. Vol. 3(2): 133-134.

⁹⁴ Barthes, R. (1977). The photographic message in: *Image-music-text*. London: Fontana Press. P. 15.

⁹⁵ Turpat. P. 25

4. METODOLOĢIJA

Lai noskaidrotu latviešu nacionālās preses publikācijās par seksūriskumu un seksindustriju lietotos rāmējumus laika posmā sākot no 2005. – 2007. gadam, par darba metodi tika izmantota kompleksa pieeja, apvienojot rāmējuma analīzi (*frame analysis*) ar kvalitatīvo satura analīzi jeb kvalitatīvo kontentanalīzi (*qualitative content analysis*). Šāda kompleksa pieeja ļauj kvalitatīvāk pētīt rāmējumu lietošanu masu medijos lielākā laika periodā, pētījumu sistematizējot kategorijās, kas savukārt ļauj izdarīt secinājumus, balstoties ne vien uz rāmējumu daudzumu un savstarpējām attiecībām, bet arī kontekstu, kādā tie lietoti.

4.1. Rāmējuma analīze

Komunikācijas literatūrā ir aprakstītas vairākas rāmējumu tipoloģijas, taču darbam tika izvēlēta vācu Komunikācijas zinātnes institūta studentes Katjas Šveras (*Schwer*) referātā (Dr. Volfganga Šveigera (*Schweiger*) vadībā) apkopotās dažādu autoru (K.Kalagans, F.Šnells, J.J.Deivs, V. Gamsons, D.Makleods, T.Patersons, D.Grabers, H.Semetko, P.Valkenburgs) rāmējumu tipoloģijas.

Pirmkārt, autore izdala rāmējumu dimensijas – mediju un ārpusmediju, kuru lietojums ļauj noskaidrot rāmējuma izcelsmes vidi. Tā kā ārpusmediju avotu (informācijas un viedokļu paudēju) lietojums var liecināt gan par redakcionālo politiku, gan žurnālista vai visa medija simpātijām pret avotu, tad viennozīmīgi nevar apgalvot, ka ārpusmedija rāmējums nav tas pats medija rāmējums, jo īpaši, ja avota paustais viedoklis saskan ar medija nostāju. Otrkārt, rāmējumu tipoloģija iekļauj vienpadsmit mūsdienu informatīvās žurnālistikas visizplatītāko un raksturīgāko rakstu formātus.⁹⁶ Tie, savukārt, ir sadalīti noteiktās grupās, saskaņā ar izmantotajiem informācijas avotiem, argumentācijas ievirzi uz noteikto auditoriju, kā arī faktu pasniegšanu plašā vai šaurā kontekstā, ar uzsvāru uz sociāliem vai politiskiem akcentiem, vēstījuma personificēšanu utt. (sk. 1. pielikumu).

4.2. Kvalitatīvā satura analīze

Kvalitatīvā satura analīze ir saistīta ar fenomenu nozīmi, parādīšanos, nozīmju veidošanās procesu, kamēr kontentanalīze kā kvantitatīva metode – ar atkārtošanos, mērījumu, produktu. Kvalitatīvā kontentanalīze sastāv no sistemātiska tekstu analīzes tehniku kopuma, un tās galvenais mērķis ir izmantot kvantitatīvās kontentanalīzes priekšrocības (objektivitāti, sistemātiskumu un kvantitāti), lai tās pārveidotu un tālāk attīstītu kvalitatīvi

⁹⁶ Schwer, K. *Medien – Framing: Prozesse, Inhalte, Wirkungen*. Institut für Kommunikationswissenschaft, Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung, 05.06.2002., Dozent: Dr. Wolfgang Schweiger.

interpretatīvos analīzes soļos.⁹⁷ No tā izriet, ka kvalitatīvā kontentanalīze koncentrējas uz analīzes secīgumu (soli pa solim), kategorijām kā analīzes centrālo kodolu (interpretācijas aspekti attiecīgi analizējamajiem jautājumiem ir savietoti iepriekšizveidotās kategorijās), un ticamības un derīguma kritērijiem.⁹⁸

Atšķirības starp kvantitatīvo un kvalitatīvo kontentanalīze parādās vairākos aspektos: pirmkārt, kvantitatīvā kontentanalīze ir plaši lietota masu komunikācijas laukā, kamēr kvalitatīvā – vairāk antropoloģijā un psiholoģijā, lai noskaidrotu apslēptās nozīmes; otrkārt, kvantitatīvā kontentanalīze ir deduktīva, tā cenšas pierādīt hipotēzi, kamēr kvalitatīvā ir pārsvarā induktīva, pamatota izpētē un slēdziena izdarīšanā par tēmu vai problēmu; treškārt, kvantitatīvā analīzē datu atlase ir nejauša, taču kvalitatīvā analīzē analizējamus materiālus atlasa ar mērķi, lai tie reflektētu izpētes jautājumu, un visbeidzot analīzes rezultāti ir atšķirīgi – kvantitatīvajā pieejā tie ir izteikti skaitļos, bet kvalitatīvajā tiek radīti apraksti vai tipoloģijas.⁹⁹

Pētījuma vajadzībām tika izvirzīti sekojoši jautājumi:

- ∞ Kādi rāmējumi tiek lietoti?
- ∞ Vai pastāv atšķirības dažādu mediju rāmējumos, atkarībā no laika, medija, autora un publikācijas veida?
- ∞ Vai pastāv atšķirības mediju un ārpusmediju rāmējumos?
- ∞ Vai pastāv atšķirības dažādu ārpusmediju rāmējumos?
- ∞ Kā drukātajā presē tiek konstruēti rāmējumi?
- ∞ Kā attēli tiek izmantoti rāmējumos?

Lai atbildētu uz izvirzītajiem pētnieciskajiem jautājumiem, tika izveidotas kvalitatīvās satura analīzes kategorijas, kuras, korelējot ar rāmējumu tipoloģiju, ļauj izvērst sistematizētu analīzi. Tās ir: **publikācijas datums**, **medijs**, **autors**, **izdevuma veids** (dienas laikraksts, dzeltenās preses izdevums, sieviešu žurnāls u.c.), **materiāla veids** (ziņa, īsziņa, komentārs, redakcijas komentārs, intervija, apraksts), **virsraksts** un **attēls**. Attiecīgi šīm kategorijām un identificētajiem rāmējumiem, tika iegūti dati par konkrētu rāmējumu lietošanu laika posmā no 2005. – 2007. gadam, rāmējumu saistību ar mediju, autoru, izdevuma un materiāla veidu, kurā tie publicēti. Šādā secībā rezultāti izklāstīti darba empīriskajā daļā. Pēdējā kategorija tika pievienota, lai identificētu publikācijas, kurās lietoti ilustratīvie materiāli, kuras analizētas izmantojot semiotisko analīzi. Ar analīzes kategorijām un rāmējuma veidiem var iepazīties

⁹⁷ Mayring, P. (2000). *Qualitative content analysis. Online-gateway for qualitative research*. Retrieved April 20, 2007 from <http://www.qualitative-research.net/fqs-texte/2-00/2-00mayring-e.htm#g1>.

⁹⁸ Turpat.

⁹⁹ Zhang, Y. (2006). *Content analysis (qualitative, thematic)*. School of Information and Library Science. Retrieved April 16, 2007 from <http://www.ils.unc.edu/~yanz/Content%20analysis.pdf>.

pielikumā, kur atrodas kvalitatīvās satura analīzes tabula (sk. 2. un 3. pielikumu). Lai maksimāli garantētu kvalitatīvās satura analīzes datu drošticamību, sākotnēji iegūtie dati tika pārskatīti vēlreiz.

4.2.1. Publikāciju atlasē kritēriji

Darbā tiek aplūkotas nacionālās preses publikācijas latviešu valodā, kurās galvenā vai viena no galvenajām tēmām ir seksūrisms un/vai seksindustrija, kas publicētas laikposmā 2005. – 2007. gadam. Attiecīgais laika posms izvēlēts, jo sākot ar 2005. gadu latviešu prese sāk aktīvi un regulāri rakstīt par seksūrisma un seksindustriju. Līdz 2005. gadam Latvijas Nacionālās bibliotēkas Nacionālās bibliogrāfijas analītikas datu bāzē atrodams tikai viens raksts 2000. gadā par seksūrisma Latvijas kontekstā un daži raksti par seksindustriju 2001. gadā pēc zviedru režisora Pola Holandera (*Hollender*) rādītās filmas *Bye Buy Beauty* par prostitūciju Latvijā.

Publikācijas atlasītas ar Latvijas Nacionālās bibliotēkas Nacionālās bibliogrāfijas analītikas datu bāzes un Lursoft datu bāzes palīdzību pēc atslēgas vārdiem „**seksūrisms**” (visos locījumos) un pieņemtajiem sinonīmiem – seksa tūrisms*, seksuāls tūrisms*, erotisk* tūrisms*, seksūrist*, seksa tūrist*, un „**seksindustrija**” un pieņemtajiem sinonīmiem – seksa industrij*, intīmindustrij*, seksa biznes*, intīmbiznes*, seksuālo pakalpoj*, industrij*, seksuālo pakalpoj* uzņēmējdarbīb*. Lai maksimāli izvairītos no gadījuma, kad autors rakstā runājis par seksūrisma vai seksindustriju, bet nav lietojis šos jēdzienus, meklēšana tika veikta vēl ar papildus atslēgas vārdiem (seksūrisma un seksindustrijas komponentiem): striptīz*, prostitūcij*, erotik*, erotisk*, pornogrāfij*. Pēc tam publikācijas ar šiem atslēgas vārdiem tika atlasītas pēc tēmas īpatsvara – vai seksūrisms un seksindustrija ir galvenā vai viena no galvenajām tēmām rakstā. Tāpat izlasē netika iekļautas publikācijas, kurās seksūrisms vai seksindustrija netika aplūkoti Latvijas kontekstā. Tādējādi ir bijis iespējams atrast visus rakstus par šīm tēmām izlases laika posmā no 2005. – 2007. gadam. Par atlasē vienību tika noteikta publikācija, savukārt rāmējuma pētīšanai – rāmēts izteikums.

4.3. Semiotiskā attēlu analīze

Kaut arī semiotiskajā analīzē nepastāv stingri noteikta metodoloģija, kas ir viens no šīs pieejas kā pētniecības metodes kritiķu pārmetumiem, piesaucot arī subjektīvismu analīzes procesā, tomēr ir iespējami (un tiek piedāvāti) sistemātiski analīzes veikšanas soļi. Džemma Pena (*Penn*) grāmatā *Qualitative Researching with Text, Image and Sound* piedāvā sekojošus soļus: **materiāla izvēle** ir atkarīga no pētījuma mērķa un materiāla pieejamības, kā arī no paša materiāla dabas – cik piesātināts ar nozīmēm tas ir. **Denotāciju uzskaitē** ir analīzes

izšķirošais posms, kurā tiek identificēti analīzes elementi. **Augstāku nozīmes līmeņu meklēšanā** atlasītajiem elementiem tiek uzdoti vairāki jautājumi: ko tas nozīmē – kādu asociāciju rada? Kā elementi attiecas viens pret otru (savstarpējās attiecības, kontrasti utt)? Kādas kultūras zināšanas ir nepieciešamas materiāla analīzē? Ja denotācijas līmenī materiāla analīzei nepieciešamas valodas zināšanas, tad konotācijas – dziļākas kultūras zināšanas. **Rezultātu** atspoguļošanā nav pieņemta veida – tie var būt izklāstīti gan tabulu veidā, gan deskriptīvi. Rezultātiem jāatsaucas uz abiem nozīmes līmeņiem, jāidentificē kultūras zināšanas, kas izmantotas analīzes procesā, kā arī jākomēti veidi, kādos elementi attiecas viens pret otru.¹⁰⁰

Attēlu analīzē tika izmantotas Barta piedāvātās sešas konotācijas jeb otrās nozīmes procedūras, kas tiek sīkāk iedalītas divās grupās: pirmās trīs procedūras atklāj fotogrāfijas denotācijas, savukārt otrās trīs – konotācijas.¹⁰¹ Pirmā procedūra ir t.s. **trika efekts** (*trick effect*), kas izmanto fotogrāfijas ticamību kā realitāti atspoguļojošu veidu, taču patiesībā ir samontēts materiāls, sastāvošs vairāk nekā no vienas fotogrāfijas. Otrā ir fotogrāfijā attēloto objektu **fiziskā poza** – žesti, sejas mīmika, u.c. Trešā procedūra ir paši **objekti** fotogrāfijā, kas to veidojot ir izvēlēti.¹⁰² Nākamās trīs procedūras attiecas uz fotogrāfijas veidu un tās kontekstu. Pirmo Barts sauc par **fotoģeniskumu** (*photogenia*), kas denotē fotogrāfijas labo izskatu. Fotoģeniskuma konotētais ziņojums ir pats attēls – apgaismojuma tehnika, ekspozīcija, krāsas un druka.¹⁰³ Otrā procedūra ir **estētiskums**, kuras ietvaros „fotogrāfija aizņemas kodu sistēmu no cita mākslas veida, dodot fotogrāfijai estētisku vai artistisku kvalitāti”¹⁰⁴. Trešā konotācijas procedūra ir **sintakse**. Tā attiecas uz vienas fotogrāfijas izvietojumu blakus citai, tāpat kā vārdu izvietojuma blakus citiem veido valodas sintaksi.¹⁰⁵ Ar attēlu semiotiskās analīzes tabulām ir iespējams iepazīties pielikumā (sk. 4. pielikumu).

Kaut arī Barts runā par fotogrāfiju, izlase iekļauj arī karikatūras. Uzskatu, ka attēlu semiotika, kas ir atvasināta no lingvistiskās semiotikas, var tikt attiecināta gan uz fotogrāfijas, gan karikatūras semiotiku, jo analīzes principi ir nemainīgi.

¹⁰⁰ Bignell, J. (2002). *Media semiotics: An introduction*. P. 244.

¹⁰¹ Turpat. P. 20-21.

¹⁰² Barthes, R. (1977). The photographic message in: *Image-music-text*. London: FonanaPress. P. 22.

¹⁰³ Turpat. P. 23.

¹⁰⁴ Turpat. P. 24.

¹⁰⁵ Turpat. P. 24-25.

5. IDENTIFICĒTO SEKSTŪRISMA UN SEKSINDUSTRIJAS RĀMĒJUMU ANALĪZE

Pētāmā laika periodā latviešu nacionālajā presē pavisam publicēti 59 raksti, kuros galvenā vai viena no galvenajām tēmām ir sekstūrisms, un 63 raksti, kuros galvenā vai viena no galvenajām tēmām ir seksindustrija. Lielākajā daļā publikāciju minēti abi – gan sekstūrisms, gan seksindustrija, tāpēc darba empīriskajā daļā abu parādību rāmējumi tika analizēti vienkopus. Kopumā izlase sastādīja 83 publikācijas. Lielākā daļa publikāciju publicētas dienas laikrakstos *Diena*, *Neatkarīgā Rīta Avīze*, *Rīgas Balss*, *Dienas bizness*.

5.1. Rāmējumu dinamika

2005. gada sākumā tiek publicēts pirmais analītiskais raksts par seksindustriju Latvijā. To publicēja žurnālists Lato Lapsa analītiskajā iknedēļas izdevumā *Nedēļa*. Seksindustrija tiek rāmēta plašā kontekstā, salīdzinot ar citu valstu pieredzi, un diagnosticējot, ka šādas industrijas Latvijā nemaz nav vai ir mazattīstīta, ieskicējot industrijas ekonomiskās konsekvences.

Pēc dažām nedēļām gaidāms nu jau kārtējais un tradicionālais Latvijas seksa industrijas festivāls Erots, kas tikpat tradicionāli ik gadu tiek kritizēts gan par trešās šķiras pornoaktieru un citur nekur, izņemot pašu mājas, nepazīstamu „zvaigžņu” ieaicināšanu, gan par provinciālismu, sliktu gaumi un pat sabiedrības maitāšanu. Taču fakts – tieši šā festivāla dienas ir vienīgās, kad sāk likties, ka seksa industrija Latvijā patiešām pastāv un neaprobežojas tikai ar Čaka ielas vēl pārpalikušajām prostitutām, dažiem seksveikaliem un striptīzbāriem.¹⁰⁶ (medija, diagnostisks, problēmu rāmis) Seksindustrija rāmēta plašā kontekstā, salīdzinot ar citu valstu pieredzi, un diagnosticējot Latvijas situāciju.

Tātad – pasaulē seksindustrija nes miljardus, bet Latvijā, pat saskaitot kopā seksveikalu, preses izdevumu, naktsklubu, striptīzšovu un „profesionālās” prostitūcijas (lai gan mūsu valstī prostitūcija nav aizliegta, tā netiek oficiāli atzīta par profesiju) aplēstos ieņēmumus, vairāk par septiņiem astoņiem miljoniem latu gadā nesanāk.¹⁰⁷ (medija, ekonomiskās konsekvences) Uzsvars uz ekonomiskajām konsekvencēm, kādas rada seksindustrijas darbība.

¹⁰⁶ Lapsa, L. (2005, 20. janv.). Latvijas seksa industrija: vai tiešām iznīkst? *Nedēļa*. 26. lpp.

¹⁰⁷ Turpat.

Aktīva un regulāra seksūrisma jautājuma publicitāte sākās ar 2005. gada maija mēnesi. Tas skaidrojams ar vasaras sezonas iestāšanos, kas ir visaktīvākā tūrisma sezona Latvijā, īpaši Rīgā. 2005. gada 3. ceturksnī (jūnijs - septembris) Latvijā tika sasniegta atzīme gada 2 miljonais tūrists.¹⁰⁸ Paralēli aktīvai starptautiskā tūrisma publicitātei, arī seksūrisms nokļuva mediju dienas kārtībā, kur tika rāmēts kā negatīva parādība un problēma, ar kuru jācīnās, kaut arī tā ir valstij ienesīga, tomēr tēlu graužoša.

*Seksūrisms Rīgā sazēlis brangi kā rudzu druva, un mēs arvien naivi priecājamies – tūristus mēs interesējam, bet mūs interesē viņu nauda. Tā vien šķiet, ka ir divas seksūrisma lielvalstis – Taizeme un Latvija.*¹⁰⁹ (medija, problēmu, diagnostiskais, ekonomiskās konsekvences) Seksūrisma diagnosticē kā problēmu un sniedz tā novērtējumu („sazēlis kā druva”), ko pasniedz salīdzinājumā ar Taizemi, turklāt vēl ironizē par šīs problēmas pozitīvo pusi – Latvijas ieguvumu no tūrisma industrijas ekonomiskā ziņā.

*Neatkarīgā jau rakstīja, ka ārzemju tūristi arvien biežāk par ceļojuma galamērķi izvēlas Latvijas galvaspilsētu, taču visai plašā dažādu naktsklubu, striptīza bāru un masāžas salonu reklamēšanās rada nevēlamu priekšstatu par Rīgu kā „seksa tūrisma” centru, uztrauktas atzinušas Rīgas amatpersonas.*¹¹⁰ (medija, oficiālais rāmis)

*Pretimnākšana seksūristiem vērojama arī Rīgas lidostā un pasažieru ostā, kur no sešām vientulīgām reklāmām trīs aicina iegriezties striptīzklubos.*¹¹¹ (medija, diagnostiskais rāmis) Kā viens no seksūrisma iemesliem tiek minēts erotiska rakstura pakalpojumu reklāma tūristu plaši apmeklētās vietās (stacijā, lidostā), kā arī tūristu visvairāk lasītajos medijos – tūrisma gidos.

Paralēli sabiedrībā un medijos apspriestajiem seksindustrijas un seksūrisma tematiem, 2007. gada jūnijā aktīvu rīcību sāka izrādīt valsts oficiālo iestāžu pārstāvji – Rīgas domes vicemērs Juris Lujāns, satiksmes ministrs Ainārs Šlesers, un Rīgas domes mērs Aivars Aksenoks. Sākotnējās darbības un diskusijas skar erotiska rakstura pakalpojumu reklāmas. Tās diagnosticētas kā uzbāzīgas un prognostiski rāmētas kā Rīgas seksūrisma tēlu kultivējošas, kas savukārt ir nevēlama parādība, kuru jāizskauž.

¹⁰⁸ Latvijas un ārzemju ceļotājus raksturojošie rādītāji. LR Centrālās statistikas pārvalde. (2007). Sk. 2007. 23. maijs: <http://www.csb.gov.lv/csp/content/?cat=3071>.

¹⁰⁹ Dūmiņa, L. (2005, 8. jūl.). Sekss vai kultūra. *Neatkarīgā Rīta Avīze*. 13. lpp.

¹¹⁰ Nestere, L., Zvērs, J. (2005, 27. jūl.) Seksuālo pakalpojumu lielais pieprasījums. *Neatkarīgā Rīta Avīze*. 5. lpp.

¹¹¹ Voika, A., Lapsiņš, M. (2005, 31. maijs). Uz Rīgu pēc seksa. *Rīgas Balss*. 12. lpp.

Rīgas vicemērs Juris Lujāns ierosinājis reklāmas materiālos par Rīgu lielāku uzmanību veltīt kultūras un aktīvās atpūtas iespējām, mazinot iesaistību par Rīgu kā seksa tūrisma metropoli.¹¹² (medija, prognostiskais rāmis) Sekstūrisma rāmē kā problēmu, kas attiecas uz Rīgu un, kuru ar savu darbību vēlas mazināt Rīgas vicemērs.

Aizejošais Rīgas vicemērs Juris Lujāns, kura pārziņā atrodas tūrisma nozare, uz Londonā savākto datu pamata pauda, ka tūristu interese par naktsklubiem, striptīza bāriem un „masāžas saloniem” esot pārāk liela un radot nevēlamu priekšstatu par Rīgu kā „seksa tūrisma” centru.¹¹³ (ārpusmedija, diagnostiskais rāmis) Vēstījuma centrā – sekstūrisma problēmas cēloņu identifikācija.

Satiksmes ministrs Ainārs Šlesers vēlas, lai no lidostas „Rīga” teritorijas tiktu aizvāktas reklāmas, kas propagandē Latviju, kā seksa tūrisma zemi.¹¹⁴ (medija, protesta rāmis) Vēstījuma centrā satiksmes ministra protesta „gājiens” pret seksuālo pakalpojumu reklāmām, kas kultivē sekstūrisma problēmu Latvijā.

Vispār kādēļ par tādu jautājumu kā seksa industrija un tās ietekmes mazināšana sīkstas satiksmes ministrs, nevis viņa partijas biedrs – iekšlietu ministrs Ēriks Jēkabsons un finanšu ministrs Oskars Spurdziņš, kas būtu viņu tiešais pienākums. Valsts aizvien nav formulējusi savu attieksmi pret seksa pakalpojumu jomu.¹¹⁵ (medija, atbildības rāmis) Norāda uz atbildīgajām personām (ministriem) un valsti kopumā seksindustrijas saistībā.

Populāras Latvijā ir kļuvušas bailes par to, cik ir slikti, ka daudzi ārvalstnieki mūsu valsti apmeklē seksa tūrisma nolūkos. Pirmā par šo jomu sabažījās Valsts prezidente Vaira Vīķe - Freiberga, bet satiksmes ministrs Ainārs Šlesers, gluži sportiskā garā pārņemdams stafeti, acīmredzot ir nolēmis pārcirst šo Gorgija mezglu, liekot no Starptautiskās lidostas Rīga aizvākt erotiskas izklaides iestādījumu reklāmas. Lidostas vadība nepārprotami pavēli grasās izpildīt. Neiedziļinoties diskusijās, cik ētiska un morālei atbilstoša ir erotiskas dabas pakalpojumu piedāvājumu reklāma, jāatzīst, ka faktiski viena politiķa vai partijas subjektīvas iegribas vārdā var traucēt likumīgi strādājošu uzņēmumu likumīgas tiesības reklamēt savu

¹¹² Vanzovičs, Sandris. (2005, 1. jūn.). Uz Rīgu sauc sekstūrisms. *Neatkarīgā Rīta Avīze*. 5. lpp.

¹¹³ Kluinis, A. (2005, 9. aug.). Sekstūristi ir minoritāte. *Rīgas Balss*. 5. lpp.

¹¹⁴ Preisa, D. (2005, 6. sept.) Šleseram netiek sekss lielpilsētā. *Dienas bizness*. 6. lpp.

¹¹⁵ Seksofobija. (2005, 6. sept.). *Dienas bizness*. 15. lpp.

*piedāvājumu.*¹¹⁶ (medija, personificēts un politika kā spēle rāmis) Emocionālā un personificētā veidā tiek izklāstīts laikraksta *Dienas bizness* redakcijas viedoklis - ironizējot par notikumu gaitu, sekstūrisms tiek rāmēts kā iemesls politiķu spēlēm.

*Rīgas domes priekšsēdētājs Aivars Aksenoks (JL) nesen atklāti atzina, ka daļa iebraucēju tiešām esot seksa tūristi. Tomēr mēram nešķiet, ka šī problēma būtu asāka nekā citās Eiropas valstu galvaspilsētās.*¹¹⁷ (medija, oficiālais problēmu rāmis) Vēstījums tiek pasniegts oficiālo iestāžu pārstāvja viedokļa ietvarā, kurā sekstūrisms Rīgā apskatīts plašā kontekstā, salīdzinot ar citām Eiropas galvaspilsētām.

2006. gada februārī Rīgas domē (RD) tika izstrādāti saistošie noteikumi „Par izklaides vietu darbību Rīgā” ar mērķi ierobežot striptīzklubu darbību, kas izraisīja plašas diskusijas, jo neatbilda noteikumiem „Par pašvaldībām”. Šie noteikumi liedza pašvaldībām ierobežot kāda konkrēta veida uzņēmējdarbību. Jūlijā RD deputāti akceptēja noteikumus „Par izklaides vietu darbību Rīgā”, kā arī uzdeva Juridiskajai pārvaldei grozīt noteikumus „Par pašvaldībām”, lai tajās būtu paredzētas pašvaldību tiesības ierobežot konkrēta veida uzņēmējdarbību. Šādas RD aktivitātes izraisīja mediju uzmanību ne vien seksindustrijas ierobežošanas kontekstā, bet arī sekstūrisma, to rāmējot kā neierobežotās seksindustrijas sekas vai iemeslu politiķu savstarpējām spēlēm.

*Taču galvenais, ko dome vēlas panākt ar šiem ierobežojumiem? Lai mazinātu Rīgas kā sekstūrisma citadeles tēlu. Šajā gadījumā diez vai ir liela jēga vērsties pret striptīzklubiem, jo ārzemniekiem tie dod tikai papildu izklaides iespējas. Rietumnieki uz šejieni brauc ne jau skatīt „erotiska un pornogrāfiska rakstura priekšnesumus” (tos viņi pašu mājās var skatīt pārpārēm), bet ar saviem biezajiem naudas makiem valdzināt pašmāju bieži vien mazprasīgās meičas.*¹¹⁸ (mediju, diagnostisks problēmu rāmis) Sekstūrisms rāmēts kā pastāvoša Rīgas problēma, vēstījumā tiek meklēti cēloņi un skaidrota to ietekme aktuālās situācijas radīšanā.

*Līdz galam neapzinot situāciju, Rīgas dome cenšas no galvaspilsētas izmēzt visu, kas saistīts ar erotiku [domāts erotiska rakstura izklaides vietas – L.Ļ]. Dome savu rīcību skaidro ar rūpēm par pilsētas tēlu, sabiedrību, uzņēmēji – ar vēlēšanu tuvumu.*¹¹⁹ (medija, konflikta

¹¹⁶ Seksofobija. (2005, 6. sept.). *Dienas bizness*. 15. lpp

¹¹⁷ Āboltiņš, J. (2005, 14. nov.). Vecrīga – m...u māja. *Rīgas Balss*. 2. lpp.

¹¹⁸ Vanzovičs, S. (2006, 14. marts). Domes striptīzs. *Neatkarīgā Rīta Avīze*. 2. lpp.

¹¹⁹ Amoliņa, L. (2006, 16. febr.). „Piesedz” Rīgu. *Dienas bizness*. 6. lpp.

politika kā spēle rāmis) Pretnostatīta valsts oficiālā vara uzņēmējdarbībai, konflikta avots – saistošo noteikumu projekts „Par izklaides vietas darbību Rīgā”.

*Iespējamie ierobežojumi esot pilnīgi nepamatoti, jo balstīti uz domnieku vienpusējām idejām, neņemot vērā ne uzņēmēju, ne sabiedrības viedokli, norāda izklaides vietu pārstāvji.*¹²⁰

(medija, konflikta rāmis) Problēmas rāmis, kas pāraudzis konflikta rāmī starp divām konfliktējošām pusēm – Rīgas pašvaldību un uzņēmējiem, kur katra no pusēm piesauc sabiedrības interesi, tādējādi leģitimizējot katrs savus argumentus.

*Turklāt secināts, ka likuma pieņemšana samazinās ne tikai tādu uzņēmumu skaitu, kas nodarbojas ar erotiska rakstura izklaides organizēšanu, bet arī aizsargās un veicinās sabiedrības tikumību, kā arī tiesiskais regulējums erotiska rakstura izklaides vietu darbībai novērsīs Latvijas kā seksuālā tūrisma valsts tēla kultivēšanu.*¹²¹ *(medija, prognostisks, etnisks rāmis)* Uzsvars uz nepieciešamajām un problēmas pieprasītajām problēmas nākotnes darbībām – sabiedrības vērtību un tikuma aizsardzība un veicināšana -, ko palīdzēs realizēt likums.

2006. gada 5.-21. maijā Latvijā notika Pasaules hokeja čempionāts, kura kontekstā tika rakstīts par seksūrismu. Mediji lietoja epizodiskos rāmjus – konkrētu notikumu pārstāstu veidā, diagnostiskos un problēmu rāmjus, saistot seksūrismu ar lētu izklaidi, lētu alkoholu, skaistām un/vai/jeb (atkarībā no publikācijas) lētām sievietēm un pērkamiem seksa pakalpojumiem.

*Rīgā notikušais pasaules čempionāts hokejā nav īpaši mainījis Rīgas kā seksūrisma pilsētas tēlu. Daudzi ārzemnieki joprojām vēlas Latvijas galvaspilsētā baudīt lēto alkoholu, izmantot intīmpakalpojumus un regulāri kļūst arī par noziedznieku upuriem.*¹²² *(medija, diagnostiskais rāmis)* Vēstījuma centrā problēmas identifikācija un cēloņu meklēšana – lētais alkohols un intīmpakalpojumu piedāvājums.

Vecrīgā satiktie fani uz Dienas jautājumu, vai Rīgā jūtama seksa tūrisma pilsētas gaisotne, pārsvarā atbildēja noliedzoši. „Prostitūtas redzējis neesmu, arī striptīza klubu neizskatās, ka būtu pārāk daudz. Vienīgi pie jums te staigā visādi uzbāzīgi jaunekļi un dala visiem

¹²⁰ Kolosovs, D. (2006, 16. febr.). Vēlas aizliegt striptīzu Vecrīgā. *Diena*. 10. lpp.

¹²¹ Orupe, A. (2006, 9. okt.) Pornogrāfija ir, likuma nav. *Nedēļa*. 17. lpp.

¹²² Āboltiņš, J., Brance, L. (2006, 27. jūn.). Hokejs nav dzēsis seksūrisma zīmogus. *Rīgas Balss*. 2. lpp.

naktsklubu bukletus,” *Dienai sacīja Rauno no Somijas.*¹²³ (medija, epizodiskais rāmis) Sekstūrisma ierāmē ar konkrētu piemēru - hokeja fanus viedokli.

Ervē Brosārs, DDB Worldwide viceprezidents: „*Te mēs nonākam pie nākamās lietas – pie sekstūrisma, par ko Latvijas žurnālisti man uzdeva neskaitāmus jautājumus. Biju pārsteigts, pēc tam nikns, bet vēlāk kļuva skumji. Pārsteigums tas man bija tāpēc, ka nekad iepriekš neko tādu nebiju dzirdējis un Latvija man noteikti neasociējas ar sekstūrisma zemi. Kā profesionālis varu teikt, ka pašlaik jūs šo imidžu savai valstij radāt paši, kultivējat stereotipu no iekšienes. Tas notiek arī visur citur pasaulē un jau gadiem ilgi. Daudz svarīgāk ir rīkoties un kontrolēt. Ir jārada stingrs koncepts, ka pat šādas lietas nespēj to graut.*”¹²⁴ (ārpusmedija, personificēts, problēmu, motivējošs rāmis) Sekstūrisma problēma tiek skaidrota plašākā kontekstā salīdzinot ar situāciju citur pasaulē un tiek aicināts aktīvi rīkoties, lai to novērstu; vēstījums pasniegts personīgā ietvarā.

2006. gada septembrī Ministru kabinets (MK) akceptēja likumprojektu „Par erotikas un pornogrāfijas ierobežošanu”, kurā apvienoti Reģionālās attīstības un pašvaldību lietu ministrijas sagatavotais likumprojekts „Par erotiska rakstura izklaides vietu darbības un pasākumu organizēšanas ierobežojumiem” un Īpašo uzdevumu ministrijas elektroniskās pārvaldes lietās sagatavotie „Erotikas un pornogrāfiska rakstura materiālu aprites noteikumi”, un nosūtīja skatīšanai Saeimas komisijās.

Sekstūrisma jautājuma aktualitāte un rāmējums presē laika posmā no 2005. – 2007. gadam lielā mērā saistāms ar būtisku tūristu skaita palielināšanos 2005. gada vasarā, pasaules hokeja čempionātu Latvijā 2006. gada maijā un sabiedrības ierosināto un politiķu iesākto noteikumu grozīšanu erotiska rakstura reklāmas ierobežošanas jautājumā. Tālākie noteikumu un likumprojekta grozījumi ir mazāk saistāmi ar sekstūrisma aktualitāti medijos – šis temats medijos sāk *dzīvot* patstāvīgu dzīvi.

Sekstūrisma un seksindustrijas rāmējums publikācijās, kas saistītas ar politiķu darbību, noteikumu un likumprojekta grozījumiem, pārsvarā ir oficiāls – visbiežāk paužot RD viedokli Aivara Aksenoka, Jura Lujāna vai Almera Ludvika personās un atsevišķā gadījumā Aināra Šlesera personā. Tiek lietots prognostiskais rāmis - identificējot ieguvumus no noteikumu vai likumprojekta pieņemšanas; protesta vai *politika kā spēle* rāmis – ja publikācijā ietverts arī uzņēmēju, parasti seksindustrijas pārstāvju viedoklis, kuri protestē pret noteikumu

¹²³ Kolosovs, D. (2006, 8. maijs). Vairāk par alu hokeja fanus interesē vēl vairāk alus. *Diena*. 1. lpp.

¹²⁴ Brosārs, E. (2006, maijs). Par valsts tēlu, hokeja čempionātu un sekstūrisma. *Klubs*. 8. lpp.

nepieciešamību, piesaucot gan RD nevarību, gan savstarpējās politiķu spēles. Publikācijas, kas nav paralēlo politisko darbību iniciētas, lielākoties seksūrisma jautājumu pasniedz diagnosticējošā ietvarā – meklējot cēloņus neierobežotajā seksindustrijā un citus iemeslus tās pastāvēšanai. Un konsekvencu ietvarā – identificējot radušās sekas, un problēmu ietvarā – seksūrisma skaidrojot plašā kontekstā salīdzinājumā ar citām Eiropas valstīm.

5.2. Mediju rāmējums: medija, autora, publikācijas veida ietekme

No visas latviešu nacionālās preses par seksūrisma visvairāk ir rakstījuši dienas laikraksti: biznesa izdevums *Dienas business* (12 publikācijas), nacionālie laikraksti *Diena* un *Neatkarīgā Rīta Avīze* (abās 9 publikācijas) un Rīgas laikraksts *Rīgas Balss* (8 publikācijas) (sk. 2. un 3. pielikumu), kas pētāmā laika periodā no ikdienas laikraksta pārtapa par krāsainu iknedēļas izdevumu. Seksūrija savukārt visvairāk rāmēta laikrakstā *Diena* (17 publikācijās), biznesa laikrakstā *Dienas business* (13 publikācijās), dienas laikrakstā *Neatkarīgā Rīta Avīze* (10 publikācijās) un izdevumā *Rīgas Balss* (9 publikācijās). Pārējā prese, kas ir gan nedēļas izdevumi, gan mēneša žurnāli publicējuši no viena līdz četriem rakstiem, kuros rāmēts seksūrisms un seksindustrija.

Pretēji tam, ka abas tēmas tiek uzskatītas kā šķietami vieglā izklaides žanra temati, tās ieņem nozīmīgu vietu latviešu galvenās drukātās preses slejās, kas lielākajā skaitā gadījumu liek secināt par preses sargsuņa funkcijas pildīšanu – tiek sekots līdzī politiskajām peripetijām ap seksūrijas ierobežošanu. Prese pilda arī informatīvo un skaidrojošo funkciju – plašām sabiedrības masām skaidrojot seksūrisma parādības cēloņus, sekas un plašāko kontekstu. To apliecina visu četru izdevumu biežāk lietotie rāmējumi – oficiālais, diagnostiskais un problēmu rāmis.

*Latvijas kā seksa tūrisma valsts popularitāte arvien palielinās lidostā, Latvijas striptīzklubu dažādos topos jau apsteidz Taizemes transvestītu šovu.*¹²⁵ (medija, problēmu rāmis) Seksūrisms tiek skatīts kā iezīme, kas raksturīga Latvijai un arvien pieaug tās popularitāte, kas ir salīdzināta ar Taizemi – apskatīta plašākā kontekstā.

*Vecrīgā, kur pirms dažiem gadiem darbojās tikai pāris striptīzklubu, tagad ir atvērti jau vismaz astoņi striptīzbāri un drīzumā to skaits, iespējams, palielināsies, tā nostiprinot Rīgas kā seksūrisma pilsētas tēlu.*¹²⁶ (medija, diagnostiskais rāmis) Uzsvars tiek likts uz pašreizējo situāciju un tās izveidi pateicoties notikumu attīstībai pēdējos gados.

¹²⁵ Petrāne, L. (2005, 28. sept.). Reklamē Latvijas striptīzklubus. *Neatkarīgā Rīta Avīze*. 5. lpp.

¹²⁶ Kolosovs, D. (2005, 9. dec.). Sarkano lukturu Vecrīgā. *Diena*. 6. lpp.

Pagājušā gadsimta sākumā, kad Rīga vēl nebija tikusi pie sekstūrisma pilsētas slavas un miesas pārdošana notika bordeļos, bija stingra kontrole – sievietes un viņu veselības stāvokli toreiz regulāri uzmanīja policisti, bija izveidots prostitūtu reģistrs, kurā bija iekļauts vairāk nekā 400 sievietes.¹²⁷ (medija, tematiskais rāmis) Sekstūrisma problēma apskatīta plašā vēsturiskā kontekstā.

Jautājumu aktualizējis Rīgas mērs Aivars Aksenoks, paužot bažas, ka daudzie vakaros Vecpilsētas ielās staigājošie plakātu nēsātāji, kas šādā veidā reklamē striptīzbārus un naktsklubus, kā arī klubu reklāmas lapiņu dalītāji, kas daļā gadījumu varētu būt nepilngadīgie, rada iespaidu, ka Rīga ir seksa pakalpojumu piedāvāšanas pilsēta.¹²⁸ (medija, oficiālais, problēmas rāmis) Atsaucoties uz Rīgas mēra viedokli, seksa industrijas darbība tiek traktēta kā problēma, kas ietekmē pilsētas tēlu.

Par mediju rāmējumu liecina arī žurnālists, kas raksta un rāmē publikācijas, un publikācijas veids. Piemēram, laikrakstā *Neatkarīgā Rīta Avīze* par sekstūrisma un seksindustriju raksta un komentē Sandris Vanzovičs, kurš piešķir publikācijām īpašu emocionālu un ironisku rāmi, neatkarīgi no publikācijas veida - ziņas vai komentāra. Tādējādi tiek atspoguļota NRA redakcionālā politika. NRA publikācijas par sekstūrisma un seksindustriju ir ziņas (6), redakcijas komentāri (2) un viens ārpusmedija avota apraksts.

Taču galvenais, ko dome vēlas panākt ar šiem ierobežojumiem? Lai mazinātu Rīgas kā sekstūrisma citadeles tēlu. Šajā gadījumā diez vai ir liela jēga vērsties pret striptīzklubiem, jo ārzemniekiem tie dod tikai papildu izklaides iespējas. Rietumnieki uz šejieni brauc ne jau skatīt „erotiska un pornogrāfiska rakstura priekšnesumus” (tos viņi pašu mājās var skatīt pārprārēm), bet ar saviem biežajiem naudas makiem valdzināt pašmāju bieži vien mazprasīgās meičas.¹²⁹ (mediju, diagnostisks problēmu rāmis) Metaforiskā izteiksmē aprakstīti tūristi un Latvijas sievietes.

Izdevumā *Rīgas Balss* ziņas (5) par sekstūrisma un seksindustriju raksta Jānis Āboltiņš un Laura Brance, savukārt emocionālā un personificētā ietvarā komentē (2) redaktore Antra Gabre.

¹²⁷ Lase, Z. (2006, 2. febr.). Prostitūcija pieaug, kontrole niecīga. *Diena*. 7. lpp.

¹²⁸ Amoliņa, L. (2006, 27. janv.). Grib ierobežot seksa reklāmu Rīgā. *Dienas Bizness*. 6. lpp.

¹²⁹ Vanzovičs, S. (2006, 14. marts). Domes striptīzs. *Neatkarīgā Rīta Avīze*. 2. lpp.

Diennakts tumšākajā laikā vienkārša pastaiga pa vecpilsētu ik vakaru pārvēršas par savdabīgu tēla veidošanu. Un tāpēc nevajag apvainoties, ja ārzemnieki pie mums brauc pēc lētām meičām un lēta šņabja! Ko gan mēs paši darām, lai tūristiem šāds viedoklis nerastos? Puišēļi ar dižpupainu daiļavu plakātiem kaklā itin nevainīgi klimst pa Kaļķu ielu. Tieši pie Rātsnama atrodas kāds naksnīgs iestādījums, kura tuvumā gorās vesels pulciņš iekšsārāvēju un angļiski klūp virsū ikvienam vīrietim, kurš izskatās pēc ārzemnieka, piedāvājot striptīzkluba priekus. Pati garām gāju, redzēju.¹³⁰ (medija, personificēts epizodiskais problēmu rāmis) Caur konkrētu novērojumu personīgā un emocionālā veidā tiek atspoguļots sekstūrisms.

Lai gan savām acīm lasīju ziņu – Rīgas mērs Aivars Aksenoks neuzskata, ka situācija ar izklaides meiču publisko piedāvājumu Rīgā būtu traģiskāka nekā citviet. Jāteic, ka sarkano lukturu citadelē Amsterdamā tā kā Rīgā tomēr nav. Pati biju, redzēju. Rīgā šobrīd ir trakāk.¹³¹ (medija, personificētas problēmu rāmis) Nenosaucot seksindustriju vārdā, žurnāliste rāmē šo parādību lietojot apzīmējumu „izklaides meiču publisko piedāvājumu”, ko salīdzinot ar Amsterdamu novērtē kā traģisku – problēma skatīta plašākā kontekstā, caur parādību salīdzināšanu.

Laikrakstam ***Diena*** nav viena rakstošā žurnālista par sekstūrismu un/vai seksindustriju; to darījuši Zane Lase, Deniss Kolosovs, Guntis Bojārs, Nils Konstantinovs un Evita Goze. Lielākā daļa publikāciju (12 no 17) ir ziņas. Pētāmajā laika posmā *Diena* nepublicē redakcionālo komentāru, kurā rāmētu kādu no tēmām, taču atšķirībā no citiem preses izdevumiem, *Diena* šīm tēmām veltījusi trīs dienu rakstu sēriju ar nosaukumu ”Rīga – bordeļu pilsēta”, kas tika publicēta 2006. gada 7.-9. decembrī. Seksindustrija publikācijās rāmēta kā nozīmīga Latvijas problēma, skaidrojot to gan šauros epizodiskos notikumos, gan plašā, vēsturiskā kontekstā, un diagnosticējot seksindustrijas cēloņus, norādot uz nepieciešami veicamajām darbībām nākotnē:

Lauris uzskata, ka seksuālo pakalpojumu uzņēmējdarbība būtu jālegalizē, ierādot konkrētu vietu Rīgā, kur tas būtu atļauts.¹³² (medija, prognostisks rāmis) Uzsvars uz nepieciešu seksindustrijas legalizāciju, kas atļautu seksa strādniekiem legāli ar to nodarboties, maksāt nodokļus.

¹³⁰ Gabre, A. (2005, 14. nov.). Sarkano lukturu kvartāls. *Rīgas Balss*. 2. lpp.

¹³¹ Turpat.

¹³² Bojārs, G. (2006, 8. dec.). Latvijā draud ieplūst lētākas meitenes no Ukrainas. *Diena*. 4. lpp.

Lai arī kopējie ieņēmumi no prostitūcijas pakalpojumiem Latvijā sniedzas pāri desmit miljoniem, tirgū strādājošie uzņēmēji, kas lavierē un, iespējams, pārkāpj likumu, zeltā nepeldas un ir krīzes priekšā, sarunā ar Dienu stāsta Lauris (vārds mainīts), kurš vēl nesen bijis tuvā saskarsmē ar šo biznesu. Viņš norāda, ka labi saloni prasa lielus ieguldījumus, tajā pašā laikā maksātspēja nav augsta un trūkst meiteņu, jo skaistākās un labākās ir aizbraukušas uz ārzemēm. (..) Pēc teorijas - ir pieprasījums, būs piedāvājums – viņš gan uzskata, ka tukšums aizbraukušo meiteņu vietā nepaliks – ievēdīs no Ukrainas.¹³³ (medija, diagnosticējošs, prognostisks rāmis) Vēstījuma centrā esošās situācijas identifikācija un nākotnes darbības prognozes.

Noslēdzot rakstu sēriju par Rīgas pretrunīgo dabu, proti, tajā pastāvošajiem dažādajiem seksuālā pakalpojuma veidiem, Diena secina, ka uzņēmēji šajā jomā līdz šim bijuši izlēmīgāki un varenāki par politiķiem. Viņus nav spējusi apturēt arī policija. Liela daļa Dienas aptaujāto uzņēmēju, sabiedrības ekspertu pārstāvji un pat atsevišķi politiķi uzskata, ka šajā situācijā būtu vērts seksuālo pakalpojumu uzņēmējdarbību legalizēt, kā tas ir atsevišķās Eiropas valstīs – galvenais arguments – šo jomu vajag kontrolēt, tajā pašā laikā ir politiķi, kas turas pie pārliecības, ka tas nav pieļaujams.¹³⁴ (medija, stratēģiskais, prognostiskais) Vēstījums pasniegts no „ieguvēju – zaudētāju” perspektīvas ap problēmu - seksindustrijas legalizāciju. Tāpat uzsvars likts uz nepieciešamajām nākotnes darbībām.

Biznesa laikraksts *Dienas business* seksūtrismu rāmējis 12 publikācijās (visvairāk salīdzinājumā ar citiem izdevumiem) un seksindustriju 13 publikācijās (otra lielākā publicitāte pēc laikraksta *Diena*). Interesanti, ka tieši biznesa izdevums ir paudis savu redakcionālo viedokli saistībā ar abām tēmām, lasītājiem piedāvājot 4 viedokļa rakstus un tikpat ziņu. DB viedokļa raksti ir anonīmi un kā ilustratīvais materiāls tiem pievienotas karikatūras ar komentāriem, tādējādi ironijas ceļā paspīlgtinot savu viedokli. DB kā biznesa medijs, publikācijās ietver uzņēmēju viedokļus, ko redakcionālajos komentāros aizstāv un rāmē kā savu. Ziņu materiālos dominē oficiālais un diagnostiskais rāmējums. DB ir aktīvi sekojis līdzi „Par izklaides vietu darbību Rīgā” likumprojekta izstrādes procesa, ikreiz publicējot ziņu vai īsziņu (3). DB piedāvā visplašāko klāstu publikāciju veidu par abām tēmām, seksūtrismu rāmējot arī intervijas materiālā ar DDB Worldwide vice prezidentu Ervē Brosāru.

¹³³ Bojārs, G. (2006, 8. dec.). Latvijā draud ieplūst lētākas meitenes no Ukrainas. *Diena*. 4. lpp.

¹³⁴ Bojārs, G. (2006, 9. dec.). Arguments par labu legalizācijai – iespēja seksuālo pakalpojumu biznesu kontrolēt. *Diena*. 5. lpp.

Dažu puritāniski noskaņotu personu sašutums par Rīgas un Latvijas it kā pārtapšanu seksūrisma zemē politiķus, šķiet, pamudinājis meklēt veidus, kā Latviju padarīt par zemi, par kuru ar lepnumu varētu teikt: „Seksa pie mums nav!”¹³⁵ (medija, personificēts rāmis) Emocionālā ietvarā pasniegts oficiāls valdības viedoklis, kas norāda DB pretējo viedokli

Uzņēmēji jau pauduši neapmierinātību ar pašvaldības iniciatīvu ierobežot šo biznesu, uztraucoties, vai tik topošie noteikumi neļaus pašvaldībai patvaļīgi slēgt izklaides vietas, kas tai kādu iemeslu dēļ neiepatiksies. Uzņēmēji ir arī nemierā, ka pašvaldība noteikumus gatavojas pieņemt, neapspriežoties ar viņiem un neapzinot situāciju.¹³⁶ (medija, protesta rāmis) Koncentrējas uz vienas puses neapmierinātību ar otras puses lēmumiem un darbībām.

To, ka šāda Rīgas mēra A. Aksenoka publiskotas idejas [ierobežot erotiska un pornogrāfiska rakstura priekšnesumus Rīgā – L.L.] rod atsaucību citos Rīgas pašvaldības valdošās koalīcijas spēkos, iespējams, varētu skaidrot ar minētās koalīcijas raibo sastāvu un pretrunīgajām interesēm. Varbūt, ka, tuvojoties Saeimas vēlēšanām, kurās vēlmi startēt izteikušas domē pārstāvētās partijas, tagad neko lietderīgu un svarīgu pilsētas tautsaimniecības attīstības labā izlemt nav iespējams.¹³⁷ (medija, politika kā spēle rāmis) Ideja par striptīzklubu ierobežojumiem rāmēta kā ieguvums tām partijām, kas plāno startēt Saeimas vēlēšanās – ieguvuma perspektīva.

Ja detalizētāk paraugās uz iniciatīvu „krusta” karam pret erotiskiem priekšnesumiem, tad tas faktiski nozīmē lielas daļas naktsklubu slēgšanu. It īpaši to, kas turas uz specifisko izklaidi kārajiem tūristiem. Ievērojot 300 metru „striptīza karantīnas” zonu, šādus priekšnesumus varēs rīkot tikai atsevišķās Rīgas nomalēs.¹³⁸ (medija, prognostiskais rāmis) Vēstījums atklāj seksūrisma un seksindustrijas ciešo saikni. Informācija pasniegta prognozējot nākotnes darbību pēc saistošo noteikumu pieņemšanas.

Tā kā mediju rāmējums ir veids, kā piešķirt tēmai/problēmai svarīgumu, tad bez galvenajiem latviešu preses izdevumiem, seksūrisma un seksindustrijas rāmējumu piešķir un lieto citi, pieminēšanas vērti izdevumi: iknedēļas sieviešu žurnāls *Ieva* trīs rakstu sērijā „Sekss & jūgendstils” seksūrisma pasniedz epizodiskā ietvarā caur novērojumiem un intervijās gūto informāciju no tūristiem; iknedēļas dzeltenās preses izdevums *Privātā Dzīve* divu rakstu sērijā

¹³⁵ Erotiski piesegts likums. (2006, 5. sept.). *Dienas bizness*. 14. lpp.

¹³⁶ Amoliņa, L. (2006, 9. marts). Striptīzu dzīve ārā no Vecrīgas. *Dienas bizness*. 9. lpp.

¹³⁷ Seksofobiskā Rīgas dome. (2006, 21. febr.). *Dienas bizness*. 19. lpp.

¹³⁸ Turpat.

ar nosaukumu „Sekss & jūgendstils” seksindustriju rāmē epizodiskā ietvarā – runājot par striptīzklubu biznesu; un iknedēļas analītiskais žurnāls *Republika.lv*, kas veltījis 2007. gada 26. janvāra numuru seksstūrisma un seksindustrijas tēmām, piedāvājot 3 diagnostiski rāmētus aprakstus.

”Redzi, piemēram, Itālija ir diezgan tradicionāla zeme, un meitenēm tur nebūt nav tik brīvi uzskati kā jums šeit. Latvijā turpretī mūs pārsvarā sagaida, draudzīgi smaidot. Un, ja meitene ir tik vienkārši dabūjama, vien izmaksājot pāris kokteiļu diskotēkā, - vai tad vari nosodīt vīriešus, kuri to izmanto?” Frederiko jautā. Frederiko uzskata, ka aktuāla daudzu Latvijas sieviešu problēma ir nepietiekama pašapziņa. Vienlaikus viņš atzīmē mūsu šābrīža nebūt ne spīdošo ekonomisko situāciju. (..) Paulu turpina: *„Tāpēc Latvijas kā seksa tūrisma zemes tēls kļūst tikai spēcīgāks. Tāpēc tikai un vienīgi jūsu rokās ir ko mainīt, ja gribat, lai par jums domā un lai redz citādi – ne tikai kā zemi vieglām, lētām un, jāatzīst, patiešām patīkamām vīriešu izklaidēm!”*¹³⁹ (ārpusmedija, diagnostisks, atbildības, etniskais rāmis) Raksts sastāv no sarunu atšifrējumiem ar Vecrīgā sastaptiem tūristiem, no kuriem viens skaidro seksstūrisma rašanās cēloņus Latvijā, piesaucot latviešu sieviešu morāles un uzvedības principus, savukārt, otrs piesauc sabiedrības atbildību problēmas risināšanā.

Anonīma intervējamā: *”Tas nu ir fakts, ka daudzi ārzemnieki ierodas šeit tikai izklaidēties. Klubi, meitenes... Bet, redzi, neviens tās meitenes ar varu nespiež ar viņiem satīties. Principā mēs to darām, jo pašas gribam, jo mums patīk, jo dabūjam to, ko latviešu džeki nespēj vai neprot piedāvāt! Zinu, zinu, es un man līdzīgās esam vainīgas pie viegli iegūstamo Latvijas sieviešu tēla radīšanas. Sava taisnība tur ir – neklīrējamies, nelaužamies, un labprāt ļaujamies fiziskai tuvībai ar vīrieti, kurš jau pēc dažām dienām mās ardievas, ļoti iespējams, uz visiem laikiem.”*¹⁴⁰ (ārpusmedija, personificēts, etniskais rāmis) Kādas meitenes stāsts personificētā ietvarā par brīvā laika pavadīšanu ar ārzemniekiem, kas atspoguļo viņas un līdzīgu latviešu meiteņu morāles principus, rezultātā to saucot par seksstūrismu.

Henrijs Buks – Vaivads: *”Diemžēl tie, kas šajā biznesā [domāts striptīzklubu bizness – L.Ļ] ienāca pēdējos desmit gados, tā vairs nerīkojas. Striptīzs kā māksla ir nonivelēts – izveidoti mazi klubiņi, kur meitenes dejo kā sanāk, neuztraucoties par kvalitāti, par izrādi. Šie klubi nedomā par nākotni, bet gan par ātru peļņu. Galvenais – dabūt ārzemnieku klubā, noplēst no viņa pamatīgu ieejas maksu, pielikt konsumācijas meiteni un izģērbt šo klientu pliku,*

¹³⁹ Krūmiņa, L. (2006, 15. marts). Uzdzīveskāre jeb viesmednieki Rīgā. Sērija: Sekss & jūgendstils. *Ieva*, Nr. 11, 25. lpp.

¹⁴⁰ Krūmiņa, L. (2006, 29. marts). Saturday night fever – nonstopā. Sērija: Sekss & jūgendstils. *Ieva*, Nr. 13, 31. lpp.

pieprasot pamatīgu rēķinu.”¹⁴¹ (ārpusmedija, ekonomiskās konsekvences rāmis) Vēstījuma centrā ekonomiskais ieguvums biznesa pārstāvjiem.

*Sliecos piekrist vecu vecajai tēzei – prostitūcijas pamatā ir ne tik daudz tikumiski, cik ekonomiski motīvi.*¹⁴² (medija, diagnostisks rāmis) Vēstījuma centrā – materiālā cēloņa identifikācija.

Delmi Alvaress: „*Ir ļaudis, kuri vēlas padarīt Rīgu par Baltijas seksa galvaspilsētu. Viens no iemesliem, kas veicina šo procesu ir zemo cenu aviosabiedrības, kuru pakalpojumus izmanto simtiem britu, meklējot viegli pieejamu un lētu seksu. Taču realitāte, ir citāda, jo Latvijas sievietes savā būtībā ir pret tādu biznesu.*”¹⁴³ (ārpusmedija, diagnostisks rāmis) Vēstījums koncentrējas uz iemesliem, kāpēc sekstūrisma problēma pastāv Latvijā – zemo cenu aviosabiedrību un lētiem seksa pakalpojumiem.

Rezumējot nodaļu par mediju rāmējumiem, jāatzīmē vairākas lietas. Laikraksts *Diena* ir atturīgs sekstūrisma problēmas vērtētājs – nepublicē redakcijas komentārus. Ziņās un aprakstos piesauc sekas uz sabiedrību un atbildīgās personas problēmas risināšanā. Biznesa laikraksts *Dienas business* atbilstoši savas auditorijas interesēm liek uzsvāru uz seksindustrijas ierobežošanas ekonomiskajām konsekvencēm, piedāvājot ārpusmediju avotu viedokļus, kas protestē pret šādas uzņēmējdarbības diskreditēšanu. Laikraksti *Dienas business*, *Neatkarīgā Rīta Avīze* un *Rīgas Balss* pauž savu viedokli par sekstūrisma ironiskos un personificēti rāmētos redakcijas materiālos, kas liecina par redakcionālo politiku. Tēmu atspoguļojums viena konkrēta žurnālista izpildījumā un veida, kādā materiāls pasniegts (vāka fotogrāfijas ar pavadtekstiem, sērijraksti), arī norāda uz rāmējumu un nozīmīgo vietu, kādu preses izdevumā tas ieņem.

5.3. Mediju un ārpusmediju rāmējumi

Latviešu nacionālā prese lieto gan mediju, gan ārpusmediju rāmējumus rakstot par sekstūrisma un seksindustriju. Ārpusmediju rāmējumi izpaužas informācijas avotu citātos un komentāros. Ārpusmediju rāmējumi par abām tēmām ir skaitā mazāk, jo ne visās preses publikācijās izmantots ārpusmedija avota viedoklis. Ārpusmedija avots komentārs vai apraksts publicēts visos četros galvenajos preses izdevumos, taču medija redakcionālais komentārs – visos, izņemot laikrakstā *Diena*.

¹⁴¹ Vaidakovs, J. (2006, 11. apr.). Striptīzklubu bizness - kam tas ir izdevīgi? *Privātā dzīve*, Nr. 15, 14. lpp.

¹⁴² Pastalnieks, A. (2007, 26. janv.). Tāda prieka māja nebūs mūžīga. *Nedēļa*. 14. lpp.

¹⁴³ Alvaress, D. (2007, 26. janv.). Sieviete sabiedrībā. *Nedēļa*. 16. lpp.

Medija un ārpusmedija rāmējumiem ir daudz kopīgā. Tas ir likumsakarīgi, jo žurnālisti rāmējot vēstījumu balstās uz iegūto informāciju, kas ir ārpusmedija avotu sniegta, tādējādi ietekmējoties un veidojot saskaņotu kopējo publikācijas rāmējumu.

Vienlīdz bieži mediju un ārpusmediju vēstījumi par seksstūrismu tiek pasniegti problēmu, diagnostiskā un atbildības ietvarā. Šādu rāmējumu lietojums skaidrojams, pirmkārt, ar seksstūrisma kā jaunas parādības ienākšanu sabiedrības dienas kartībā (kā to skaidrot?), otrkārt, neskaidro seksstūrisma jēdzienu (kas tas īsti ir?), un treškārt, ar seksstūrismu kā neviennozīmīgi vērtētu parādību – tas pastāv, taču cik lielā mērā? Šādu apstākļu ietekmē gan mediji, gan ārpusmediju avoti diagnosticē seksstūrisma rašanās cēloņus un tā izpausmes, kā arī norāda uz atbildīgajām personām/institūcijām, kam par to jāatbild.

Uldis Vītoliņš, Tūrisma Valsts attīstības aģentūras direktors: „Bažas par Rīgu kā seksstūrisma metropoli ir sakāpinātas. (..) Protams, Rīga piesaista ar savu naktsdzīvi, kur sastopama negodīga konkurence, nekvalitatīvi pakalpojumu sniedzēji, kas atstāj šo negatīvo iespaidu.”¹⁴⁴ (ārpusmedija, diagnostiskais rāmis) Seksstūrisma problēmu Rīgā uzskata par pārspīlētu, taču norāda uz iemesliem, kas tādu tēlu rada.

Turklāt daudzo erotiska rakstura izklaides vietu atrašanās Rīgā un to neierobežotā darbība ir atspoguļota dažādos starptautiskos masu medijos, kas veicinājis Latvijas kā erotiskā tūrisma valsts tēla izveidošanos.¹⁴⁵ (medija, diagnostiskais rāmis) Tiek meklēti seksstūrisma tēla cēloņi – seksindustrijas neierobežotajā darbībā un tās plašajā publicitātē starptautiskos masu medijos.

Bet izrādās, ja Latvijas kā populāras „seksta tūrisma” zemes tēlu nespēj mainīt ne Latvijas institūts, ne valdība, tomēr ir uzņēmīgi ļaudis, kas to gatavi darīt. (..) Vēstniecības nolēmušas brīdināt savus tautiešus, ka Rīgā notiek šādas lietas, kas nozīmē, ka vismaz kāda daļa „seksstūristu” varētu apdomāt, vai vērts riskēt.¹⁴⁶ (medija, atbildības rāmis) Vēstījums koncentrējas uz atbildīgo pušu identifikāciju.

Seksstūrisma ārpusmediju rāmējumi pretēji mediju rāmējumiem tiek pasniegti personificētā ietvarā, kamēr mediji lieto epizodisko rāmi, lai stāstītu par atsevišķiem gadījumiem, kuros izpaužas seksstūrisms.

¹⁴⁴ Vītoliņš, U. (2006, 2. janv.). Vai Rīga atbrīvosies no seksstūrisma tēla? *Diena*. 5. lpp.

¹⁴⁵ Pašvaldības kontrolēs erotiku. (2006, 5. sept.). *Latvijas Vēstnesis, pielikums Plus*. 2. lpp.

¹⁴⁶ Antonevičs, M. (2006, 21. dec.). Tēla veidošana. *Latvijas Avīze*. 3. lpp.

Beāte Bērziņa, žurnāla „Ieva” lasītāja: „Nu reiz esmu dusmīga. Jo Rīgai sakāpis galvā. Pirms kāda laika Dāvis savā šovā to pateica neticami skaidri. Ka neesam un nebūsim seksa lielpilsēta, ka esam tāds niecīgs pumpuriņš salīdzinājumā ar citiem. Jo tā notiek visur. Ir tāda meitenes, kas ļaujas lētiem komplimentiem un tūristiem. Un ir tādas, kas vēlas nopelnīt. Visur, sasodīts! Bet mēs nemitīgi bāžam degunā tūristiem divas lietas: pirmkārt, mūsu zeltenes ir visskaistākās pasaulē (..), otrkārt, „jūs te pēc seksa, pēc seksa, pēc seksa atbraucāt”...”¹⁴⁷ (ārpusmedija, personificēts, diagnostisks rāmis) Vēstījums ietverts personiskā un ļoti emocionālā rāmī, skaidrojot cēloņus un norādot uz vainu.

Anonīma intervējamā: ”Tas nu ir fakts, ka daudzi ārzemnieki ierodas šeit tikai izklaidēties. Klubi, meitenes... Bet, redzi, neviens tās meitenes ar varu nespiež ar viņiem satīkties. Principā mēs to darām, jo pašas gribam, jo mums patīk, jo dabūjam to, ko latviešu džeki nespēj vai neprot piedāvāt! Zinu, zinu, es un man līdzīgās esam vainīgas pie viegli iegūstamo Latvijas sieviešu tēla radīšanas. Sava taisnība tur ir – neklīrējamies, nelaužamies, un labprāt ļaujamies fiziskai tuvībai ar vīrieti, kurš jau pēc dažām dienām mās ardievas, ļoti iespējams, uz visiem laikiem.”¹⁴⁸ (ārpusmedija, personificēts rāmis) Kādas meitenes stāsts personificētā ietvarā par brīvā laika pavadīšanu ar ārzemniekiem, kas rezultātā tiek saukts par sekstūrismu.

Gandrīz katram taksistam, kura lielāko klientu daļu veido seksa tūristi, ir iekārtoti arī īpaši pieraksti, kuros fiksēti ne tikai tā saucamiem masāžas saloni, bet arī privātās personas, kuras sniedz intīmpakalpojumus.¹⁴⁹ (medija, epizodiskais rāmis) Sekstūrisma problēma ierāmēta ar konkrētu piemēru – taksistu darbību sekstūrisma kontekstā.

Anonīmo „mākslinieku” akcijā „Rigasexcit” ar zīmējumiem apķēzītās sienas nonākušas policijas uzmanības lokā. Likumsargi pārbauda, vai zīmējumiem ir pornogrāfisks raksturs. Tikmēr apskādēto namu īpašnieki meklē pindzeles, lai tos aizkrāsotu. Mākslinieki Ivars Poikāns un Miervaldis Polis uzskata, ka zīmējumi ir huligānisms, bet multimākslinieks Artis Dzērve uzsver, ka tie ataino realitāti – sekstūrisma problēmu, kuru, viņaprāt, pilsētas vadība risina gausi.¹⁵⁰ (medija, epizodiskais rāmis) Sekstūrisms atspoguļots kā problēma, kura tiek atspoguļota konkrēta gadījuma ietvarā – sociālā akcijā.

¹⁴⁷ Bērziņa, B. (2006, 19. jūl.). Kā no mušas uzpūst sekstūrismu. *Ieva*, Nr. 29, 24. lpp.

¹⁴⁸ Krūmiņa, L. (2006, 29. marts). Saturday night fever – nonstopā. Sērija: Sekss & jūgendstils. *Ieva*, Nr. 13, 31. lpp.

¹⁴⁹ Zvērs, J. (2005, 6. aug.). Taksisti pelna no ārzemju seksa tūristiem. *Neatkarīgā Rīta Avīze*. 4. lpp.

¹⁵⁰ Vikmanis, G. (2005, 5. dec.). „Rigasexcit” autori pornogrāfijas dēļ nokļūst zem lupas. *Vakara Ziņas*. 4. lpp.

Seksindustrijas mediju rāmējumos iezīmējas oficiālā un prognostiskā perspektīva, kas ārpusmediju rāmējumos praktiski neparādās nemaz. Tas skaidrojams ar mediju sargsuņa funkcijas pildīšanu, rakstot par RD aktivitātēm saistošo noteikumu projektā un MK akceptēto likumprojektu. Abi paredz seksindustrijas darbības un reklāmas ierobežošanu. Līdztekus oficiālo institūciju vēstījumu nodošanai, mediji šo ierobežošanas pasākumu pamatā saskata konkrētu politiku vai partiju personīgo izdevīgumu saistībā ar tauvojošajām 9. Saeimas vēlēšanām.

Erotiskos pakalpojumus turpmāk varēs reklamēt tikai šo pakalpojumu sniegšanas vietās, tā ceturtdien nolēma domes drošības un kārtības jautājumu komiteja. (..) Striptīzklubos un līdzīgās iestādēs notiekošās darbības nedrīkstēs būt redzamas ēkas ārpusē.¹⁵¹ (medija, oficiālais rāmis) Informācija sniegta atsaucoties uz valsts institūcijas lēmumu.

Taču galvenais – ko dome vēlas panākt ar šiem ierobežojumiem? (..) Nē, protams, žurnālistiem ir gana jautri klausīties komiteju sēdēs, kā deputāti cenšas likties viens par otru gudrāki un asprātīgāki, spriedelējot par šo visai kutelīgo tēmu, taču diez vai sešdesmit Rīgas gudrākās galvas pieminētos noteikumus izstrādā masu saziņas līdzekļu pārstāvju izklaide. (..) Tāda savdabīga darbības imitācija un domnieku dvēseles striptīzs, kas tikai ļauj priekšvēlēšanu laikā nedaudz pazīmēties preses slejās vai TV ekrānā.¹⁵² (medija, politika kā spēle rāmis) Emocionālā un ironiskā veidā jebkuru erotiska rakstura uzņēmējdarbības ierobežošana pārvērsta par iemeslu politiku savstarpējām ieguvēja – zaudētāja spēlēm („viens par otru gudrāki un asprātīgāki”) ar ieganstu parādīties televīzijā priekšvēlēšanu laikā.

Lai arī ārkārtīgi jēlā stadijā, Pilsētas attīstības komiteja vakar tomēr atbalstīja saistošo noteikumu projektu par izklaides vietu darbību, kas būtībā ierobežo striptīzklubus. Noteikumu projekts gan šķiet tik apstrīdams, ka rodas šaubas, vai pašvaldībai to izdosies aizdabūt līdz reālais akceptēšanai.¹⁵³ (medija, protesta rāmis) Vēstījumā jaušama medija neapmierinātība ar likumprojektu.

Ārpusmedija avoti seksindustrijas sakarā, piesauc atbildīgo personu/institūciju (bez)atbildību, norādot gan uz personīgām (indivīdus skarošām), gan ekonomiskām konsekvencēm, kādas rada seksindustrijas darbība Latvijā.

¹⁵¹ Ierobežos striptīza reklāmu pilsētā. (2006, 3. febr.). *Diena*. 7. lpp.

¹⁵² Vanzovičs, S. (2006, 14. marts). Domes striptīzs. *Neatkarīgā Rīta Avīze*. 2. lpp.

¹⁵³ Vanzovičs, S. (2006, 9. marts). Striptīzklubus grasās izsvēpēt no Vecrīgas. *Neatkarīgā Rīta Avīze*. 5. lpp.

Britu tūrists Braiens: „Šeit ir stereotipi par britu tūristiem, bet Anglijā – par Austrumeiropas valstīm. Daudzi domā, ka ekonomiku te balsta seksa industrija.”¹⁵⁴ (ārpusmedija, ekonomiskās konsekvences rāmis)

Ojārs Kalniņš, Latvijas institūta direktors: „Katrš cilvēks, kurš ceļo, zina, ka lielpilsētās ir tādi klubi, un katrai pilsētai ir tiesības regulēt to, cik uzkrītoši vai neuzkrītoši ir šie klubi. Daļēji šeit ir runa par sabiedrības izvēli.”¹⁵⁵ (ārpusmedija, personiskās konsekvences un atbildības rāmis) Viedoklis pausts, atsaucoties gan uz sabiedrību, kura izdara izvēli atbalstot seksindustriju, gan uz valdību, kuras tiešais pienākums ir industrijas regulācija. Rezultātā sekas atspoguļojas sabiedrībā.

Ainārs Šlesers, LPP, satiksmes ministrs: „Sabiedrībā ir izvērtusies diskusija par to, ka ārvalstu viesi mūsu valsti nereti saista ar iespējam baidīt nakts dzīves priekus un izmantot lētus seksa pakalpojumus. Būs grūti mūsu valsts iedzīvotājiem pierādīt pretējo, ja cilvēkam, kurš tikko izkāpis no lidmašīnas, tiek piedāvāts pilns intīmo pakalpojumu spektrs krāšņās reklāmās Rīgas lidostā.”¹⁵⁶ (ārpusmedija, personīgās konsekvences rāmis) Runāts par seksstūrismu caur seksindustrijas prizmu, tūristu un vietējo iedzīvotāju attiecību prizmu, pēdējo akcentējot īpaši - atsaucoties uz „sabiedrību”, „mūsu valsti” un „mūsu iedzīvotājiem”, „cilvēku”.

Apkopojot mediju un ārpusmediju kopīgi un atšķirīgi lietotos rāmējumus, jāsecina, ka mediji bieži ietekmējas no ārpusmediju avotiem un saskaņo rāmējumus. Abi seksstūrismu uzskata par problēmu, kurai plašākā (problēmu rāmis) vai šaurākā (epizodiskais rāmis) kontekstā mēģina identificēt rašanās cēloņus un izpausmes (diagnostiskais rāmis), vienlaicīgi norādot uz atbildīgajām personām/institūcijām (atbildības rāmis), kuru spēkos ir vai vajadzētu būt (prognostiskais rāmis) iespējai šo problēmu mainīt/novērst. Ārpusmediju vēstījumos raksturīgāki ir personificētie ietvari, mediju – epizodiskie.

Attiecībā uz seksindustriju mediji un ārpusmediju avoti ir vienisprātis par tās problematizāciju Latvijā, kuru vajadzētu legalizēt vai ierobežot, vai izskaust pavisam. Mediju rāmējumos raksturīga oficiālā un prognostiskā perspektīva, kamēr ārpusmediju rāmējumos – atbildības un konsekvencu perspektīva.

¹⁵⁴ Leitāns, I. (2006, 11.dec.). Meitenes – vispirms. *Diena*. 5. lpp.

¹⁵⁵ Kalniņš, O. (2006, 20. febr.). Rīgai nav seksstūrisma tēla. *Dienas bizness*. 23. lpp.

¹⁵⁶ Vanzovičs, S. (2005, 6. sept.). Šleseru satrauc sekss lidostā. *Neatkarīgā Rīta Avīze*. 5. lpp.

5.4. Ārpusmediju rāmējumi

Publikācijās par seks­tūris­mu un seks­indus­tri­ju parādās dažādi ārpus­me­di­ju avoti. Sākot ar anonīmu, vienai vai otram jomai *tu­vu* stāvošu personu, tūris­tu vai Rīgas iedzīvotāju viedokli, beidzot ar ekspertu vai valsts iestāžu pārstāvju viedokļiem.

Publikācijās par seks­tūris­mu visaktīvāk savu viedokli pauž un rāmē valsts institūciju pārstāvji – Juris Lujāns, Aivars Aksenoks, Almers Ludviks (visi RD pārstāvji), Ainars Šlesers, satiksmes ministrs, u.c. Šāda tendence saistāma ar valsts kā regulatora funkciju kā seks­indus­tri­jas, tā seks­tūris­ma darbībā. Visi avoti atzīst seks­tūris­ma kā problēmas pastāvēšanu Latvijā, mainīgs ir tā vērtējums – no ļoti izteiktas problēmas, līdz pārspīlētai. Vēstījumi tiek rāmēti oficiālā, atbildības un personiskās konsekvences rāmī, norādot uz valsts lomu un pienākumu seks­tūris­ma novēršanā, atsaucoties uz sabiedrības interesēm.

Ināra Ostrovska, JL, Saeimas cilvēktiesību un sabiedrisko lietu komisijas Dzimumu līdztiesības apakškomisijas priekšsēdētāja: „*Acīmredzot valstij nav svarīgs ne jautājums par valsts prestižu, ne jauno meiteņu turpmākā dzīve, ne arī reputācija kā Eiropas lētā seks­tūris­ma citadele. Šķiet, ka šīs problēmas risināšanā ir ieinteresēti tikai nevalstiskā sektora pārstāvji, kas nesavtīgi ziedojas un strādā ar cilvēku tirdzniecības upuriem.*”¹⁵⁷ (ārpusmedija, atbildības rāmī) Norāde uz valsts bezatbildību un NVO atbildību.

Ainārs Šlesers, LPP, satiksmes ministrs: „*Nevaram ietekmēt visus iespējamus komunikācijas kanālus, piemēram, dažādus bezmaksas izdevumus, kurus izplata viesnīcās un vecpilsētā un kuru saturs mudina Latviju uztvert kā seksa tūrisma lielvalsti, taču varam kontrolēt mūsu lidostas, ostas, vilcienu un autobusu stacijas.*”¹⁵⁸ (ārpusmedija, personīgās konsekvences, problēmas un atbildības rāmī) Caur vārda „mūs” lietojumu tiek rāmēts ne tikai problēmas risinājums sabiedrības interesēs, bet arī satiksmes ministrs pauž savu dalību un atbildību problēmsituācijas risināšanā.

Gundars Bērziņš, TP, bijušais veselības ministrs: „*Rīga jau kļuvusi par seks­tūris­ma pilsētu un vecpuišu ballīšu paradīzi, tas jau sāk apdraudēt sabiedrības veselību.*”¹⁵⁹ (ārpusmedija, personiskās konsekvences rāmī) Priekšplānā ir sekas uz indivīdiem.

¹⁵⁷ Ostrovska, I. (2005, 26. aug.). Skaistā latviešu prece! *Diena*. 2. lpp.

¹⁵⁸ Vanzovičs, S. (2005, 6. sept.). Šleseru satrauc sekss lidostā. *Neatkarīgā Rīta Avīze*. 5. lpp.

¹⁵⁹ Bojārs, G. (2006, 9. dec.). Arguments par labu legalizācijai – iespēja seksuālo pakalpojumu biznesu kontrolēt. *Diena*. 5. lpp.

No valsts institūciju pārstāvjiem atsevišķi minami Uldis Vītoliņš, Tūrisma attīstības valsts aģentūras direktors, un Ojārs Kalniņš, Latvijas institūta direktors, kas kaut arī ir valsts institūciju pārstāvji (abas minētās iestādes finansē valsts), tomēr pauž citādāku viedokli par seksūtūrisma. Seksūtūrisms tiek rāmēts ļoti plašā kontekstā salīdzinot ar šo problēmu citur pasaulē. Seksūtūrisma problēmas dramatisējums ir mazāks nekā citiem valsts institūciju pārstāvjiem.

Uldis Vītoliņš, Tūrisma attīstības valsts aģentūras direktors: „*Salīdzinoši nesen izvērtās visai asas diskusijas par to, cik kvalitatīvs vai nekvalitatīvs ir tūrists, kurš apmeklē Rīgu – vai viņa interese ir aplūkot mūsu kultūrvēsturiskos objektus, vai arī iedzert alu, izklaidēties. Ir ticis pat pieminēts tāds jēdziens kā „Latvijas seksūtūrisms”. Uzskatu, ka paustās problēmas šajā sakarā ir „uzpūstas”.*”¹⁶⁰ (ārpusmedija, tematisks, personificēts rāmis) Vēstījums pasniegts plašā kontekstā, seksūtūristu pretnostatot tā saucamajam kultūrtūristam.

Uldis Vītoliņš, Tūrisma attīstības valsts aģentūras direktors: „*Jautājums par seksa tūrisma ir smags. Rīga nav nekāda seksa galvaspilsēta, līdz Amsterdamai vai Hamburgai, kas slavenas ar šāda veida piedāvājumu, mums stipri tālu. Sekoju līdzī, kā šī tēma attīstījās, un varu teikt, ka seksūtūrisma pilsētas zīmolu esam izprovocējuši paši. Jūnijā kāds no politiķiem izteicās, ka tā ir problēma, ar ko jācīnās, jo viens no pētījumiem liecina, ka seksūtūrisms Rīgā attīstās. Tas nebija pētījums, bet mūsu 60 lappušu apraksts, kur bija minēts, ka Latvija mēdz būt populāra kā vecpuišu balliņu vieta un seksūtūrisma galamērķis. Tas tika publicēts presē un pēc nedēļas jau bija aktuālākais jautājums.*”¹⁶¹ (ārpusmedija, personificēts, politika kā spēle rāmis) Politiku izdevīgums kā iemesls seksūtūrisma problēmas dramatisēšanā.

Ojārs Kalniņš, Latvijas institūta direktors: „*Atsevišķi politiķi ir pauduši bažas, ka Latvijai izveidojies tēls kā seksūtūrisma zemei. Šāds Latvijas tēls ir tikai to tūristu acīs, kas meklē šādus pakalpojumus, un viņi tos atradīs jebkurā valstī. Runa ir nevis par to, ka Latvija būtu seksūtūrisma zeme, bet gan to, ka pasaulē ir seksa tūristi, un viņi brauc no pilsētas uz pilsētu, pārbaudot kā tur ir ar šādu pakalpojumu sniegšanu. (..) Vairāk tiek runāts par Rīgu kā jaunu vietu, kur vēl ir lēts alkohols un ļoti skaistas sievietes. Turklāt pēdējais apgalvojums nebūt nav saistīts ar seksūtūrisma – nevajag jaukt skaistas sievietes ar sievietēm, kuras profesionāli*

¹⁶⁰ Avotiņš, U. (2005, 7. jūl.). Rīga „izpārdota” jau pavasarī. *Dienas bizness*. 15. lpp.

¹⁶¹ Hauka, E. (2006, 10. febr.). Latvija mācās uzņemt viesus. *Latvijas Vēstnesis*. 3. lpp.

sniedz seksa pakalpojumus.”¹⁶² (ārpusmedija, tematiskais rāmis) Sekstūrisms tiek aplūkots plašā abstraktā kontekstā, mazinot ap sekstūrismu radušos sensāciju.

Henrijs Buks - Vaivads, LU Juridiskās fakultātes pasniedzējs, viens no pirmo striptīzklubu īpašniekiem, un sabiedrisko attiecību speciālists - Ervė Brosārs, *DDB Worldwide* viceprezidents komentē sekstūrismu no profesionālā viedokļa. H. Buka - Vaivada viedoklis par sekstūrismu rāmēts plašā kontekstā, salīdzinot ar citām valstīm, industrijām, un norādot uz atbildību (atbildības rāmis) un latviešu vērtībām (etniskais rāmis). Savukārt E. Brosārs runā par sekstūrismu runā personificētā, problēmu un motivējošā ietvarā, aicinot sabiedrību aktīvi līdzdarboties tēla uzlabošanā. Abi diagnosticē sekstūrisma tēmas pārlietu dramatisāciju.

Henrijs Buks – Vaivads: *”Mūsu meitenes pašas līp viņiem klāt. Pie visa vainojama cilvēku morāle un ekonomiskā situācija valstī. Latvijā nav tik augstas reliģiskās, tikumiskās un ģimeniskās vērtības – nu, gribas meitenēm seksu arī pirms kāzām. Bet kāpēc izvēlēties Latvijas vīriešus, ja netrūkst ārzemnieku? (..) Apmierināti ir abi – i seksu kārais tūrists, i meitene.”*¹⁶³ (ārpusmedija, etniskais, diagnostiskais, atbildības rāmis) Sekstūrisma problēmas pārspilējums pamatots latviešu vērtībās un morālē.

Henrijs Buks – Vaivads: *„Muļķīgi ir apgalvojumi, ka Rīga tiek reklamēta kā sekstūrisma pilsēta. Jebkurā Eiropas galvaspilsētā šādu nakts klubu īpatsvars ir tikpat liels kā Rīgā, ja ne vēl lielāks, un tas nav nekas nosodāms – uz šādiem klubiem neiet cilvēki, kuri nevēlas redzēt tur notiekošo. (..) Daudz kas ir atkarīgs no sabiedrības attieksmes, taču tas, ka mēs paši uzjundām mītu, ka Rīga ir seksa galvaspilsēta, ir muļķīgi.”*¹⁶⁴ (ārpusmedija, problēmas, atbildības un etniskais rāmis) Rīgai piedēvētais sekstūrisms ierāmēts plašākā kontekstā salīdzinājumā ar citām Eiropas pilsētām. Piesaukta Latvijas sabiedrības attieksme, kura ir atbildīga par šo problēmu.

Imants Liepiņš, *Dienas bizness*: *„Draudzība un atsaucība nozīmē to, ka britu vīrieši brauc uz Rīgu, piedzeras un pērk latviešu sievietes. Tas tagad ir mūsu brends...?”*

Ervė Brosārs, *DDB Worldwide* viceprezidents: *„Tas, iespējams, ir latviešu pašu pieņemtais priekšstats. (..) Turklāt, pat ja tas būtu vienīgais, ko par Latviju varētu pateikt, Latvija ar to neizceltos – seksa tūrisms diemžēl ir izplatīts visā pasaulē, un britu vīrieši tāpat brauc pirkt meitenes uz Taizemi, Indiju un visur citur. Patiesībā es ierados Latvijā pirms dienas un nekad*

¹⁶² Kalniņš, O. (2006, 20. febr.). Rīgai nav sekstūrisma tēla. *Dienas bizness*. 23. lpp.

¹⁶³ Vaidakovs, J. (2006, 11. apr.). Striptīzklubu bizness - kam tas ir izdevīgi? *Privātā dzīve*, Nr. 15, 16. lpp.

¹⁶⁴ Buks – Vaivads, H. (2006, 30. aug.). Neņem vērā zaudējumu risku. *Dienas bizness*. 14. lpp.

iepriekš nebiju dzirdēji par Latviju no šāda aspekta.”¹⁶⁵ (ārpusmedija, personificēts, problēmu rāmis) Sekstūrisms tiek vērtēts plašākā sociālā un politiskā kontekstā, salīdzinājumā ar citām valstīm, arī no personīgās pieredzes.

Seksindustrijas ārpusmediju avotu rāmējumu piedāvā: valsts institūciju pārstāvji, kuri piesauc sekas uz indivīdiem, kādas atstāj seksindustrija; Henrijs Buks – Vaivads, kurš norāda uz ekonomiskajām sekām; un seksindustrijas pārstāvji, kas norāda uz nepieciešamajām nākotnē veicamajām darbībām, lai industriju sakārtotu, nevis censtos izskaust.

Juris Dambis, Valsts kultūras pieminekļu aizsardzības inspekcijas vadītājs: *”Nav noslēpums, ka šis bizness darbojas visā pasaulē un šādām iestādēm pilsētas plānojumā ir ierādīts savs atrašanās rajons. Taču personīgi man, atrodoties nozīmīgu kultūrvēsturisku pilsētu centros, nav nācies saskarties ar tik uzmācošu naktsklubu un erotiska rakstura iestāžu piedāvājumu un agresīvu reklāmu, kā tas ir Rīgā. Domāju, ka mūsu problēma meklējama apstākļi, ka esam gan sena kultūras valsts, gan reizē jauna. Jo stingrākas prasības šā jautājuma regulēšanā noteiktu Rīgas dome, jo lielāks būtu visas sabiedrības ieguvums. Cietēju nebūtu daudz.”*¹⁶⁶ (ārpusmedija, personificēts, personiskās konsekvences un atbildības rāmis) Viedoklis pausts personiskā ietvarā lietojot vārdus ”personīgi man” un „mūsu problēma”. Šī problēma tiek skatīta viedokļa paudējs attiecina arī uz sevi. Risinājums, kas ir Rīgas domes atbildība, nestu labumu visai sabiedrībai – priekšplānā ir sekas uz indivīdiem.

Henrijs Buks – Vaivads: *„Arī attiecībā uz erotiska rakstura pasākumiem situācija ir līdzīga – ja mēs nevēlamies, lai šajā jomā zeltu nelegālais bizness, tie būtu nevis jāaizliedz, bet gan jādomā, kā ierobežot šādu pasākumu uzbāzīgo reklāmu. To izdarīt būtu ļoti vienkārši – policija varētu piemērot naudas sodus tiem puīšļiem, kuri garāmgājējiem „bāž sejā” reklāmlapiņas ar aicinājumu apmeklēt kādu klubu.”*¹⁶⁷ (ārpusmedija, diagnostisks, prognostisks rāmis) Uzsvars uz esošās situācijas identifikāciju un nepieciešamajām darbībām problēmas risināšanai nākotnē.

Niks Veics, intīmpreču salonu *Labi* īpašnieka SIA CSSL valdes priekšsēdētājs: *”Pašvaldībām un valdībai ir slikta tradīcija, pirms pieņemt kādu lēmumu, neapzināt situāciju. Nav arī*

¹⁶⁵ Liepiņš, I. (2006, 4. apr.). Ervē Brosārs: Latvijas tēla pamats – ļaudis. *Dienas bizness*. 11. lpp.

¹⁶⁶ Kalniņa, Z. (2006, 16. febr.). Vecrīgas striptīzklubu kā galvaspilsētas tēls. *Latvijas Vēstnesis*. 2. lpp.

¹⁶⁷ Buks – Vaivads, H. (2006, 30. aug.). Neņem vērā zaudējumu risku. *Dienas bizness*. 14. lpp.

pieņemts runāt ar uzņēmējiem”.¹⁶⁸ (ārpusmedija, konflikta rāmis) Konflikta avots – plānotie ierobežojumi. Uzņēmēji norāda uz sevis diskreditēšanu.

Gundars Ūdris, naktskluba Flames īpašnieks: „*Jāpiekrīt tam, ka šī biznesa sfēra ir jāsakārto. Pašreiz jau ļoti tuvu nodibināšanas stadijai ir naktsklubu asociācija, kurā strādās pazīstami juristi, un tās primārais uzdevums arī būs sakārtot notiekošo šajā jomā.*”¹⁶⁹ (ārpusmedija, prognostisks rāmis) Vērsts uz nepieciešamajām darbībām nākotnē industrijas sakārtošanai.

Mediju satura rāmēšana ietver arī informācijas avota jeb ārpusmedija avotu atlasī. Atlases principi ir atkarīgi no žurnālista vai redakcijas nostājas. Seksūrisma un seksindustrijas rāmēšanā parādās diezgan vienveidīga avotu atlase. Valsts institūciju viedokļu paudēji ir nevis vēstījuma komentētāji, bet gan iniciatori (RD pārstāvji, Ainars Šlesers). Par ekspertiem mediji uzskata tūrisma jomas profesionāli Uldi Vītoliņu un valsts tēla veidotāju Ojāru Kalniņu. Laikrakstam *Dienas business* raksturīga biznesam svarīgu tēmu piedāvāšana un seksūrisms nav izņēmums. Seksūrija tiek skatīta seksūrisma kontekstā. Par viedokļa paudēju bieži DB izmanto bijušo šīs industrijas pārstāvi Henriju Buku - Vaivadu. Iemesli šādai izvēlei var būt dažādi – viņa pieredze seksūrijā, specializācija jurisdikcijā, arī simpātijas no laikraksta puses.

Avota ietekme uz rāmējumu notiek vistiešākā nozīmē. Valsts institūciju pārstāvji gan seksūrisma, gan seksūriju rāmē oficiālā, atbildības un personiskās konsekvences ietvaros, tādējādi atspoguļojot savu tiešo pienākumu – atbildības uzņemšanos par sabiedrību, vienlaicīgi dramatizējot seksūrisma problēmu Latvijā. Savukārt industrijas vai citu jomu pārstāvji norāda uz pārlietu seksūrisma problēmas dramatizāciju, koncentrējoties uz tā rašanās cēloņiem un izpausmēm, un nepieciešamajām darbībām nākotnē situācijas uzlabošanai.

5.5. Rāmējumu konstrukcijas

Izanalizējot identificēto seksūrisma un seksūrijas rāmējumu dinamiku, mediju lietotos rāmējumus un medija veida, publikāciju veida un pasniegšanas veida ietekmi uz tiem, ārpusmedija rāmējumus, varu spriest par to konstrukcijām.

¹⁶⁸ Amoliņa, L. (2006, 16. febr.). „Piesedz” Rīgu. *Dienas business*. 6. lpp.

¹⁶⁹ Ūdris, G. (2006, 12. maijs). Biznesu izstumj no Rīgas. *Dienas business*. 14. lpp.

5.5.1. Sekstūrisms

Problēmu rāmis. Sekstūrisms rāmēts kā problēma, nevēlama parādība, kas piemīt Rīgai un/vai Latvijai. Sekstūrisms par problēmu tiek uzskatīts, jo tas ietekmē Rīgas un/vai Latvijas tēlu tūristu acīs. Sekstūrisma problēma tiek rāmēta daudzveidīgā kontekstā – salīdzinājumā ar citām valstīm (visbiežāk Taizemi), pretnostatījumā kultūras tūrismam.

Interneta mājas lapa sex-tourism.org, kas piedāvā informāciju par sekstūrismu, kur tas pastāv un kā tiek iedalīts, salīdzina valstis, grupējot tās sliktākajās un labākajās vietās sekstūrisma. Divdesmit labāko galamērķu skaitā Latvija ierindota 17. vietā.¹⁷⁰ Latvijas un citu valstu apraksts pieejams pielikumā (sk. 4. pielikumu).

Diagnostiskais rāmis. Netiek diskutēts par to vai Rīgā un/vai Latvijā sekstūrisms pastāv vai nē, tiek diskutēts par to vai sekstūrisms ir ļoti liela problēma vai vidēja. Tā novērtēta no seku pozīcijām, par iemesliem minot: neierobežoto seksindustrijas darbību un tās uzbāzīgo reklāmu, valsts slikto ekonomisko stāvokli, skaistās un/vai/jeb lētās Latvijas sievietes, lēto aviosabiedrību darbību, aktīvo izklaides industriju, lētu alkoholu, legālo prostitūciju. Sekstūrisma problēmu veicina sabiedrība, politiķi un starptautiskie mediji.

Prognostiskais rāmis. Nepieciešamās sekstūrisma problēmas pieprasītās darbības nākotnē ir sekstūrisma tēla novēršana ar: seksindustrijas reklāmas ierobežošanu, neierobežotu seksindustriju, bet legalizētu, Latvijas sieviešu morāles un vērtību maiņu, uzmanības koncentrēšanu uz kultūras un aktīvās atpūtas iespēju piedāvājumu tūristiem. Nepieciešamās darbības lielākoties rāmētas populistisku izteikumu vajadzības formā.

Atbildības rāmis. Atbildība par sekstūrismu jāuzņemas valdībai, pašvaldībai, seksindustrijas pārstāvjiem, sabiedrībai un konkrēti skaistajām un/vai/jeb lētajām Latvijas sievietēm.

Oficiālais rāmis. Rāmējums saistībā ar valsts institūciju darbību seksindustrijas ierobežošanā – RD saistošie noteikumi izveide seksuālo pakalpojumu reklāmas ierobežošanai, likumprojekts izklaides vietu darbības ierobežošanai. Oficiālais viedoklis – sekstūrisms pastāv, taču statistisku pierādījumu tam nav.

Ekonomiskās konsekvences rāmis. Priekšplānā sekstūrisma pozitīvās ekonomiskās konsekvences uz Latvijas tautsaimniecību, kas tajā pat laikā tiek pretnostatītas Latvijas reputācijai un vērtībām, uzdodot retorisko jautājumu – vai negatīvs tēls ir cena, ko Latvija ir gatava maksāt par ekonomisku ieguvumu no sekstūrisma.

Personiskās konsekvences rāmis. Sabiedrības intereses un labsajūta kā arguments sekstūrisma izskaušanai.

¹⁷⁰ 20 best destinations for sex tourism: Sex tourism. Retrieved May 25, 2007 from <http://sex-tourism.org/best.html>.

Politika kā spēle rāmis. Sekstūrisms kā iemesls politiskajām spēlītēm no ieguvēju – zaudētāju perspektīvas, kas aktualizējas 9. Saeimas priekšvēlēšanu laikā. Sabiedrības intereses tiek piesauktas gan no politiķu, gan uzņēmēju pusēm, kas ir konfliktējošas attiecībā uz seksindustrijas ierobežošanas ideju.

Etniskais rāmis. Latvijas sieviešu zemā līmeņa morāle un vērtības, kā sekstūrisma veicinošs apstāklis, kas jāmaina.

5.5.2. Seksindustrija

Problēmu rāmis. Seksindustrija tiek rāmēta kā nevēlama uzņēmējdarbības joma, kas veicina sekstūrisma tēla veidošanos Rīgai un/vai Latvijai. Seksindustrija tiek pretstatīta azartspēļu industrijai.

Diagnostiskais rāmis. Cēloņu identifikācija: pērkamo meiteņu lielais piedāvājums, nesakārtotā industrija, sliktā valsts ekonomiskā situācija.

Prognostiskais rāmis. Vērsts uz industrijas sakārtošanu: divi scenāriji – caur seksindustrijas darbības ierobežošanu; caur seksindustrijas legalizēšanu, kas ļaus seksa strādniekiem strādāt oficiāli un maksāt nodokļus valstij.

Oficiālais rāmis. Oficiālā perspektīva – ierobežot seksindustrijas darbību un reklāmu.

Atbildības rāmis. Atbildība par sekstūrisma problēmu jāuzņemas valdībai, pašvaldībai, seksindustrijas pārstāvjiem, sabiedrībai un skaistajām un/vai/jeb lētajām Latvijas sievietēm.

Politika kā spēle rāmis. Seksindustrijas ierobežošana kā politiķu izspēlēts triks pirms 9. Saeimas vēlēšanām ar mērķiem uzlabot reputāciju, nonākt mediju uzmanības lokā, piesaistīt vēlētājus.

Ekonomiskās konsekvences rāmis. Pozitīvas ekonomiskās konsekvences uz Latvijas tautsaimniecību, kas turpinās augt.

5.6. Attēla izmantošana rāmējumā

Pusei publikāciju (41 no 83) pievienots ilustratīvais materiāls – kopumā 66 fotogrāfiju vienības un 5 karikatūras publikācijās par sekstūrisma un seksindustriju. Par fotogrāfijas vienību tika uzskatīts viss ilustratīvais materiāls, ja tas atrodas vienkopus – ir divu vai vairāku fotogrāfiju montāža vai sintakse. Analizējamo attēlu (fotogrāfijas un karikatūras) izlase iekļāva tikai ilustratīvos attēlus – tādus, kas pievienoti tekstam, lai to ilustrētu. Rakstu autoru fotoportreti vai intervēto personu fotogrāfijas analizē netika iekļautas. Daļai publikāciju pievienotas divas vai vairāk fotogrāfijas. Analizētie attēli tika iedalīti divās kategorijās: pirmā, kurā attēls ilustrē rakstu vai kādu raksta aspektu un piedalās tā identificētajā rāmējumā; otra, kurā attēls ilustrē rakstu vai raksta aspektu, bet ietekmē/maina tā identificēto rāmējumu.

Vairāk kā puse publikāciju, kurām pievienoti attēli (27 no 41), ietilpst pirmajā kategorijā. Attēli visbiežāk ilustrē galveno raksta tēmu kopumā, nemainot rāmējumu. Dažkārt attēli ir tik abstrakti un daudzu tēmas aspektu iekļaujoši, ka to nozīme saprotama tikai ar pavadteksta palīdzību. Piemēram, Georga Rubeņa publikācijai laikrakstā *Diena* „Rīga – seksa tūrisma lielpilsēta?” (30.07.2005.) (sk. 4. pielikumu, 1. tabulu) par sekstūristu īpatsvaru visu tūristu vidū, kas ierodas Latvijā, pievienotā fotogrāfija attēlo lielu daudzumu cilvēkus kustībā ar Brīvības pieminekli fonā, diennakts tumšajā laikā. Ar pavadtekstu „*Pilsētas centrs vakaros pilns ar ārvalstu tūristiem, kas neslēpj, ka ieradušies Rīgā seksuālu pakalpojumu meklējumos*” raksta autors piedāvā fotogrāfijas interpretācijas rāmi, sniedzot papildus zināšanas, – atrašanās vietu kā pilsētas centru, tumšo diennakts laiku kā vakaru un cilvēkus fotogrāfijā kā sekstūristus. Pēc līdzīga principa pievienota fotogrāfija laikraksta *Dienas business* rakstam „Striptīzu dzīve ārā no Vecrīgas” (Lāsma Amoliņa, 09.03.2006.) (skat. 4. pielikumu, 2. tabulu). Raksts informē par ieceri ar likumprojektu „Par izklaides vietu darbību Rīgā” ierobežot striptīzlubu darbību, to ilustrējot ar fotogrāfiju, kurā uz debesu fona attēlots striptīzkluba *Flames* izkārtne un logo, kā arī Rīgas domes ēkas tornis, tādējādi uzverot abu institūciju konfliktējošās puses (konflikta rāmis). To pastiprina attēloto objektu duālisms – striptīzkluba kā seksindustrijas pārstāvja izkārtne melna, tumša (negatīvais varonis konfliktā), kamēr Rīgas domes ēka – gaiša, tīra (labais varonis konfliktā). Pavadteksts: „*Viens no striptīzklubiem, kam pieņemot domes saistošos noteikumus, būs jāslēdz savs business vai jārod kāds cits darbības profils, ir Flames netālu no Rātsnama Vecrīgā.*” ne tikai piedāvā attēla interpretācijas rāmi, bet atspoguļo identificēto seksindustrijas konflikta rāmējumu. Diagnostiski rāmētais sekstūrisma kā problēmas jautājums laikraksta *Rīgas Balss* žurnālistu Jāņa Āboltiņa un Lauras Brances rakstā „Hokejs nav dzēsis sekstūrisma zīmogus” (26.06.2007.) pievienotajā publikācijā ilustrē vienu raksta tēmas aspektu – tūristu un seksindustrijas attiecības caur abu pušu starpniekiem – taksometru šoferiem (sk. 4. pielikumu, 3. tabulu). Publikācijai pievienotais attēls attēlo vairākus striptīzklubu reklāmas materiālus, kas novietoti pie automašīnas priekšējā stikla, caur kuru fonā redzama Vecrīgas panorāma. Tādējādi ietverot visus publikācijas atslēgasvārdus: taksometru šoferi, kā industrijaspārstāvji, kas apkalpo seksūristus, striptīzklubu reklāmas materiāli, kā seksindustrijas aktori, un Vecrīga – kā vide, kurā šīs attiecības pastāv. Pavadteksts: „*Taksometru vadītāji bieži pamanās no tūristiem „noplēst” krietni lielāku maksu par braucienu un piedāvā arī iegriezties kādā striptīzbārā. Un to nu Rīgā netrūkst!*”

Tomēr populārākais sekstūrisma un seksindustrijas ilustrēšanas veids ir sievietes ķermeņa, visbiežāk atsevišķu ķermeņa daļu – kāju, dibena, krūšu – izcelšana, tādējādi abu tēmu rāmēšanā akcentējot sievietes kā seksuālo pakalpojumu sniedzējas, nevis tā ņēmēja

(klienta, sekstūrista) aspektu, vai pakalpojuma materiālo dabu.. Sekstūrisms un seksindustrija iegūst izteikti sievišķīgas un seksuāli eksplīcītas izteiksmes formu. Par, piemēru, var minēt Zanes Lases publikācijai laikrakstā *Diena* (02.02.2006.) (sk. 4. pielikumu, 4. tabulu) „Prostitūcija pieaug, kontrole necīga” pievienoto attēlu, kurā ir zīmējuma un fotogrāfijas kompilējums ar pavadtekstiem. Zīmējums un fotogrāfijas ar pavadtekstiem atspoguļo seksindustrijas (konkrēti prostitūcijas) darbību plašākā vēsturiskā kontekstā – zīmējumā ilustrējot prostitūciju Latvijas pirmās brīvvalsts laikā, savukārt ar fotogrāfijas izgriezumu ilustrējot un diagnosticējot esošo situāciju. Tādējādi attēls kopumā piedalās kopējā publikācijā identificētā rāmējumā. Delmi Alvaresa, spāņu fotogrāfa apraksts „Sieviete sabiedrībā” un fotogrāfijas nedēļas izdevumā *Republika.lv* (26.01.2007.) aplūko seksindustrijas aizkulises no striptīzdejojotāju perspektīvas (sk. 4. pielikumu, 5. tabulu). Sešas fotogrāfijas atspoguļo dejojotāju priekšnesumus – seksīgas pozas, neona gaismu apspīdēti, veļā ģērbtus, atkailinātus un iedegušus ķermeņus, un septiņas lielākas un mazākas fotogrāfijas ar dejojotājiem ikdienas apģērbā, sagatavošanās procesa laikā pirms uzstāšanās, tādējādi ilustrējot aprakstā identificēto galveno domu un protesta rāmējumu – dažādā seksa strādnieču dzīve seksindustrijas ietvaros un ārpus tās – ar moto *sievietes pret seksa darbu*.

Šajā kategorijā izdalāmi atsevišķi ir redakciju komentāri ar karikatūrām. Tādi kopskaitā ir pieci – četri laikraksta *DB* tradicionālie redakcijas komentāri ar karikatūrām un viens laikraksta *NRA* redakcijas komentārs. Visos gadījumos karikatūras kā ilustratīvie materiāli un rāmējumi atspoguļo vienu un to pašu redakcionālo politiku – kritisku, vērtējošu, abiem laikrakstiem ļoti ironisku. Piemēram, Sandra Vanzoviča komentāram laikrakstā *NRA* ar nosaukumu „Domes striptīzs” (14.03.2006.) pievienotā karikatūra atspoguļo komentārā kritiski apspriestā stripīzklubu ierobežošanas likumprojekta sekas – diskreditēto izklaides sfēru, it kā radot svētuma areālu ap RD, bet uzdzīves areālu tālāk no tās un visapkārt tai (sk. 4. pielikumu, 6. tabulu). Tiek ironizēts par RD priekšlikumu noteikt 300m aizsargjoslu ap pašvaldības un valsts iestādēm, kurā nedrīkstēs atrasties seksuāla rakstura izklaides vietas. Karikatūrā šīs zonas ilustrētas ar augstu koka sētu ap Rīgas domi, kuras iekšpusē gaisā lido eņģeli, bet aiz tās – sēdošs cilvēks ar pudeli un cigareti simbolizē izklaidi, visatļautību, negatīvu vidi. Līdzīgi laikraksts *DB* komentārā „Seksofobiskā Rīgas dome” (21.02.2006.) ironizē par RD ieceri ierobežot seksindustrijas darbību (sk. 4. pielikumu, 7. tabulu). Karikatūrā attēlots RD mērs Aivaru Aksenoku pie sarkofāga, kurā guļ mūmija (ar uzrakstu uz tās „Rīgas mūmija”), un pie kuras stāvēt Aivars Aksenoks domā: „Lūk, tādai jāizskatās īstai sievietei noseģusi visas erogēnās zonas!”. Tādējādi laikraksts pauž savu viedokli par viņuprāt nepamatoto un pārspīlēto priekšstatu par Rīgas kā pilsētas pārlieku lielo seksualizāciju, kas

tiek izmantots savstarpējās politiķu spēlēs par reputāciju, varu un vēlēšanu balsīm (prognostiskais, *politika kā spēle* rāmis).

Otrās kategorijas fotogrāfijām, kas pievienotas rakstiem par seksūrismu un seksindustriju, raksturīga erotiska piesātinātība, spēcīga seksuāla ekspozīcija, tādējādi ietekmējot raksta rāmējumu un rāmējot visu publikāciju sensacionalitātes un eksplīcītuma ietvarā. Žurnālista Lato Lapsas aprakstā „Latvijas seksa industrija: vai tiešām iznīkst?” žurnālā *Nedēļa* (20.01.2005.) pievienotā fotogrāfija zili baltos toņos parāda sievietes dibenu supertuvplānā, kas piesegts ar sievietes plauktām. Lai arī šāda fotogrāfija konotē tuvumu un dziļu ieskatu seksa industrijas „virtuvē”, par ko ir viss raksts, tās eksplīcītā seksualitāte iespaido raksta ekonomiskās konsekvences un problēmu rāmējumu, padarot to sensacionālāku un erotiski piesātinātāku (sk. 4. pielikumu, 8. tabulu). Līdzīgi nedēļas izdevuma *RB* redaktore Antras Gabres raksta „Erotikas un pornogrāfijas vajāšana” (25.01.2007.) pievienotā fotogrāfija, kas attēlo puskaulu sievieti, tērptu vien saplēstās melnās zeķbiksēs, melnās augsta papēža kurpēs un kakla saitē, un guļot uz vēdera uz skatuves un laizot metāla stieni, ietekmē raksta konflikta un oficiālo rāmējumu tā seksualitātes un vulgaritātes dēļ (sk. 4. pielikumu, 9. tabulu). Rakstā oficiālā ietvarā tika skaidrota Erotikas un pornogrāfijas ierobežošanas likumprojekta definīcijas.

Veids, kādā preses izdevumi ietekmē rakstu rāmējumus, ir seksuāli piesātinātas vai stereotipiskas fotogrāfijas izvietošana izdevuma pirmajā lapā, tādējādi piesaistot lielāku potenciālo lasītāju skaitu, intriģējot par izdevuma saturu. Turklāt šāds paņēmiens nav raksturīgs dzeltenās preses izdevumiem, kā tas varētu šķist, bet gan iknedēļas izdevumam *RB* (četros gadījumos) un analītiskajiem nedēļas izdevumi *Nedēļa* un *Republika.lv* (katram pa vienam gadījumam). Turklāt izdevumi *Rīgas Balss* un *Republika.lv* apspēlē mītisko „skaisto latviešu sieviešu” pieņēmumu seksūrismā un seksindustrijā, arī tajos gadījumos, kad rakstos par tām nekas nav minēts. Piemēram, nedēļas izdevuma *Rīgas Balss* (31.05.2005) vāka fotogrāfija ar iedegušām un slaidām sievietes kājām īsos, vasarīgos svārkos un kurpītēs, kurai fonā Vecrīgas panorāma un Doma baznīcas tornis pa vidu starp kājām, asociējas ar mītu par skaistajām Rīgas/Latvijas sievietēm, taču pavadteksts vēsta: „*Uz Rīgu pēc seksa. Paveroties Eiropas Savienības robežām, manāmi ir pieaudzis ārzemju viesu skaits Rīgā. Varētu jau domāt, ka Rīgas skaistākās vietas ir tas, kas apbur tūristus, bet vai galvenais iemesls tomēr nav pieejamais intīmpakalpojumu klāsts?*” (sk. 4. pielikumu, 10. tabulu) attiecinot attēlu uz galvenajiem raksta aspektiem – tūristiem un seksuālo pakalpojumu reklāmām tūrisma gidos, kas pieejami daudzviet Vecrīgā, kopumā rakstu pasniedzot diagnostiskā un materiālā rāmējumā. Žurnāla *Republika.lv* (26.01.2007.) vāka noformējums ar pavadtekstu „Lettland

Sexland” un fotogrāfijā attēloto jauno, skaisto un juteklisko sievieti ar izceltu atkailinātu krūti un kāju ar sarkanbaltsarkano zeķi kājās spēlējas ar latviešu sieviešu mītiskā skaistuma kvalitātēm tās pārvēršot par erotiskām kvalitātēm, kas savukārt tiek saistītas ar seksuālisma problēmu Latvijā (sk. 4. pielikumu, 11. tabulu).

Ir skaidrs, ka publikācijai pievienotie attēli nekad netiek izvēlēti nejauši. Attēlu izvēle liecina par rāmējumu, taču jautājums pastāv – kādu rāmējumu? Vai attēls, lai tā būtu fotogrāfija vai karikatūra, iekļaujas rakstā lietotajā rāmējumā, vai tomēr tas, kā vizuāli ietekmīgākais publikācijas elements, publikāciju kopumā rāmē pavisam citā ietvarā? Attēlu analīze apliecināja, ka pastāv abi veidi, lielākoties pievienotajiem attēliem ilustrējot rakstu un tajā identificēto rāmējumu. Publikācijām par seksuālismu un seksindustriju pievienotie attēli vai nu koncentrējas tikai uz vienu tēmas aspektu, visbiežāk, sievieti kā seksuālā pakalpojuma sniedzēju vai kā seksuālisma tēla veidotāju, vai arī ietverot pēc iespējas vairāk aspektus – Vecrīgu kā vidi, kurā pastāv seksindustrija vai seksuālais, sievieti kā abu aktoru, striptīzklubu reklāmas materiāli kā seksindustrijas agresīvās dabas konotētājus utt. Gandrīz visi attēli ir seksuāli piesātināti – citi vairāk citi mazāk. Tas panākts pārsvarā ar sievietes atkailināta ķermeņa vai tā daļām, visbiežāk krūšu, dibena vai kāju, izcelšanu. Karikatūrās par seksindustriju un seksuālismu lietots ironijas rāmis, ironizējot par abu parādību problematizāciju un pārspīlējumu. Izdevumu pirmajās lapās raksturīgas uz stereotipiem par skaistajām latviešu sievietēm balstītas fotogrāfijas sensacionalitātes un seksualitātes ietvarā, pasniedzot to kā Latvijā pastāvošā seksuālisma tēla cēloni.

SECINĀJUMI

Darba gaitā sasniegts pētījuma mērķis – izpētīti latviešu nacionālās preses lietotie seksūrisma un seksindustrijas rāmējumi –, atbildot uz izvirzītajiem pētnieciskajiem jautājumiem par rāmējumu dinamiku, mediju rāmējumiem, ārpusmediju rāmējumiem, un to savstarpējām atšķirībām, rāmējumu konstrukcijām un attēla izmantošanu publikāciju rāmējumā. Secinājumi strukturēti atbilstoši pētniecisko jautājumu un analīzes secīgumam.

Dinamika. Laiks, kādā seksūrisma un seksindustrijas tēmas ir publicētas, liecina par to aktualitātes palielināšanos un pakāpenisku nokļūšanu preses uzmanības lokā. Ja sākotnēji rāmējumi tika lietoti attiecīgi tam, kas iniciējis publikāciju – pieaugošā tūrisma plūsma, seksindustrijas darbības ierobežošana, pasaules hokeja čempionāts Rīgā –, tad vēlāk laika un tēmas aktualitātes saikne nav tik izteikta. Publikācijās, kas saistītas ar Rīgas domes darbību seksindustrijas ierobežošanā, likumsakarīgi lietots oficiālais un prognostiskais rāmējums, jo tas atspoguļo valsts institūcijas atbildību industrijas regulācijā. Ārpusmediju avotu rāmējumos šī darbība rāmēta kā iemesls t.s. *politiskajām spēlēm*.

Mediju rāmējums. Seksūrisma un seksindustrijas tēmas divu gadu laikā kļuvušas par regulāri atspoguļotām un rāmētām parādībām Latvijas sabiedrībā, piešķirot tām nozīmīgumu gan ar publikāciju skaitu (laikrakstu *Diena*, *Neatkarīgā Rīta Avīze*, *Dienas business* un nedēļas izdevuma *Rīgas Balss* gadījumā), gan pasniegšanas veidu īpaši izveidotās rakstu sērijās (laikraksta *Diena*, žurnālu *Ieva*, *Privātā Dzīve* un *Republika.lv* gadījumā), gan materiāla veidu, kādā rāmējums par vienu vai abām tēmām iekļauts – ziņa kā oficiāla un problēmu rāmja materiāls, apraksts – epizodiska, diagnostiska un prognostiska rāmējuma materiāls, un redakcijas komentārs kā personificēta, emocionāla, arī diagnostiska un prognostiska, bet kas svarīgi - atbildības un protesta rāmējuma materiāls.

Mediju un ārpusmediju rāmējumiem ir daudz kopīgā. Tas ir likumsakarīgi, jo bieži vien žurnālisti ietekmējas vai pieskaņo problēmas vērtējumu izmantotajiem informācijas avotiem. Abi seksūrisma uzskata par problēmu, kurai cenšas diagnosticēt iemeslus un izpausmes, vienlaicīgi norādot uz atbildīgajām personām un darbībām, kas būtu veicamas. Ārpusmediju vēstījumos raksturīga atsauce uz personisko pieredzi, savukārt mediju – atsauce uz konkrētiem piemēriem. Līdzīgi tiek rāmēta seksindustrija – mediju rāmējumos oficiālā un prognostiskā perspektīvā, ārpusmediju – piesaucot atbildīgās puses un norādot uz seksindustrijas ierobežošanas konsekvencēm.

Ārpusmediju rāmējumi. Sekstūrisma un seksindustrijas rāmēšanā parādās diezgan vienveidīga avotu atlase. Tā iespējams skaidrojama ar sekstūrisma kā jaunu tēmu mediju dienaskārtībā, kuras skaidrošanai nav apzināts viedokļa paudēju un ekspertu loks. Valsts institūciju pārstāvji gan sekstūrisma, gan seksindustriju rāmē oficiālā, atbildības un personiskās konsekvences ietvarā – uzņemoties atbildību par sabiedrību un vienlaicīgi dramatisējot sekstūrisma problēmu Latvijā. Savukārt industrijas vai citu jomu pārstāvji norāda uz pārlietu lielo sekstūrisma problēmas dramatisāciju, un koncentrējas uz tā rašanās cēloņiem un izpausmēm.

Sekstūrisma konstrukcija. Visvairāk tiek lietots problēmu rāmējums, tiek salīdzināta situācija Latvijā ar ārvalstīm. Par sekstūrisma problematisāciju netiek diskutēts, tas tiek pieņemts kā pastāvoša problēma Latvijā, kas ietekmē valsts tēlu un ar kuru ir jācīnās. Sekstūrisma vieta plašākā sociālā kontekstā tiek pretnostatīta t.s. *kultūrtūrisma*, kas ir labākais un vēlamākais tūrisma veids. Vienīgais ieguvums, kas tiek saskatīts sekstūrisma, ir valsts materiālais ieguvums, taču tajā pat laikā retoriski tiek apcerēta šī ieguvuma vērtība – vai valsts tēls tā ir cena, ko Latvija ir gatava maksāt.

Seksindustrijas konstrukcija. Seksindustrija tiek rāmēta, kā nevēlama uzņēmējdarbības joma, kura veicina sekstūrisma tēla izveidošanos. Diskusijas notiek ap tās aizliegšanu, vai tieši pretēji – legalizāciju un stingrāku regulāciju. Šāda diskusija norāda uz seksindustrijas kā uzņēmējdarbības jomas izmantošanu manipulatīviem mērķiem – gan viena, gan otra puse pamato savu viedokli piesaucot sabiedrības intereses seksindustrijas ierobežošanā.

Publikācijām pievienotie **attēli rāmējumā** izpaužas kā vizuālais izcēlums. Prese attēlus un pavadtekstus lieto kā raksta ilustratīvo materiālu, nemainot tā rāmējumu. Tas izpaužas ar daudznozīmīgas fotogrāfijas, kuru paskaidro zināšanām bagāts pavadteksts, pievienošanu ziņas materiālam vai aprakstam; un ironiskas karikatūras pievienošanu tikpat ironiski rāmētam redakcijas komentāram. Presei ir tendence padarīt rakstus sensacionālākus un seksuāli piesātinātākus ar attēla, kurā eksponēta seksualitāte, jutekliskums, izvēli un atsevišķos gadījumos tā izvietojumu izdevuma pirmajā lappusē. Tādējādi preses izdevums intriģē lasītāju ar izklaidējošu, iespējams sensacionālu saturu, taču liek lasītājam vilties, rakstu rāmējot problēmu, oficiālā vai diagnostiskā rāmējumā.

Sekstūrisma un seksindustrijas rāmējumu analīze ļāva novērtēt mediju loģiku šo abu tēmu atspoguļošanā. Sekstūrisms ir jauna un vēl neapjausta problēma Latvijā. To pierāda gan

mediju problēmu, diagnostiski un prognostiski veidotie sekstūrisma ietvari un šaurais izmantoto informācijas avotu loks. Uzskatu, ka šis darbs varētu palīdzēt veidot mediju kompetenci sekstūrisma un seksindustrijas tēmu atspoguļošanā. Publikāciju pētniecība sekstūrisma un seksindustrijas laukā ir turpināma, variējot ar dažādām analīzes metodēm, piemēram, retorisko analīzi.

IZMANTOTO INFORMĀCIJAS AVOTU SARAKSTS

1. Barthes, R. (1977). *Image-Music-Text*. London: Fontana Press.
2. Baudrillard, J. (1998). *The consumer society: Myths & structures*. London: SAGE Publications.
3. Bauer, M. W., Gaskell G. (eds.) (2000). *Qualitative researching with text, image and sound: A practical handbook*. London: SAGE Publications.
4. Berger, A. A. (2000). *Media and communication research method: An introduction to qualitative and quantitative approaches*. London: SAGE Publications.
5. Berger, A. A. (1998). *Seeing is believing: An introduction to visual communication*. Mountain View, California: Mayfield Publishing Company.
6. Bertrand, I., Hughes, P. (2005). *Media research methods*. Basingstoke: Palgrave.
7. Bignell, J. (2002). *Media semiotics: An introduction*. 2nd ed. Manchester: Manchester University Press.
8. Bindman, J. (1997). *Redefining prostitution as sex work on the international agenda. Walnut*. Retrieved April 1, 2007 from <http://www.walnet.org/csis/papers/redefining.html>.
9. Bocoock, R. (1993). *Consumption*. London: Routledge.
10. Boorstin, D. J. (1992). *The image: A guide to pseudo-events in America*. New York: Vintage Books.
11. Brewer, P. R., Graf, J., Willnat, L. (2003). Priming or framing. Media influence on attitudes toward foreign countries. *Gazette: The International Journal for Communication Studies*, 65(6):493-508.
12. Chandler, D. *Semiotics for Beginners*. Retrieved April 16, 2007 from <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/S4B/sem01.html>.
13. Chow-White, P. A. (2006). Race, gender and sex on the net: Semantic networks of selling and storytelling sex tourism. *Media, Culture & Society*, Vol 28(6): 883-905.
14. Crompton, J. (1979). *Motivations for pleasure vacation. University of Connecticut*. Retrieved April 1, 2007 from <http://www.sp.uconn.edu/~yian/CROMPTON.htm>.
15. Domke, D., Perlmutter, D., Spratt, M. (2002). The primes of our times? An examination of the 'power' of visual images. *Journalism*, Vol. 3(2): 131-159.
16. Edgar, A., Sedgwick, P. (eds.). (1999). *Key concepts in cultural theory*. London, New York: Routledge.
17. Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43 (4) 51-58 p.
18. European Parliament. (2000). *Trafficking in women*. Brussels, European Parliament.

19. Gallagher, R. (2005). *Shifting markets, shifting risks: HIV/AIDS prevention and the geographies of male and transgender tourist-orientated sex work in Phuket, Thailand. Permanent Archive of Sexualities, Genders, and Rights in Asia*. Retrieved April 10, 2007 from <http://bangkok2005.anu.edu.au/papers/Gallagher.pdf>.
20. Gamson, W. A., Croteau, D., Hoynes, W., Sasson, T. (1992). Media images and the social construction of reality. *Annual Review of Sociology*, Vol. 18, 373-393 p.
21. Gerhards, J. (1995). Framing dimensions and framing strategies: Contrasting ideal- and real-type frames. *Social Science Information*, 34 (2) 225 – 248 p.
22. Goffman, E. (1986). *Frame analysis. An essay on the organization of experience*. Boston: Northeastern University Press.
23. Hall, C. M., Page J. S. (1999). *The geography of tourism and recreation: environment, place and space*. London: Routledge.
24. Johnson-Cartee, K. (2005). *News narratives and news framing: Constructing political reality*. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers, Inc.
25. Kress, G., Leeuwen, T. (2006). *Reading images: The grammar of visual design*. 2nd ed. London: Routledge.
26. Kūle, M. (2007, 23. febr.). Eiropas vērtības mūsdienā Latvijā. *Kultūras Diena*.
27. Kōnig, T. *Frame Analysis: A Primer. Loughborough University: Department of Social Studies*. Retrieved March 27, 2007 from http://www.lboro.ac.uk/research/mmethods/resources/links/frames_primer.html.
28. Lasmane, S. (2006). Labklājības mērķis ikdienas apkaimē. Grām.: Lasmane, Skaidrīte (proj.vad.) *Agora 5: Patērniecība Latvijā: tendences un alternatīvas*. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds.
29. Ļisicina, L. (2006). *Striptīzklubi – Vecrīgas tēla elementi: Kurša darbs*. Rīga: LU SZF Komunikācijas nodaļa.
30. Mayring, P. (2000). *Qualitative Content Analysis. Online-Gateway for Qualitative Research*. Retrieved April 20, 2007 from <http://www.qualitative-research.net/fqs-texte/2-00/2-00mayring-e.htm#g1>.
31. Miles, S. (2000). *Consumerism as a way of life*. London: SAGE Publications.
32. Mowlana, H. (1998). *Global information and world communication*. 2nd ed. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications.
33. O'Connell Davidson, J. (2001). The sex tourist, The Expatriate, His Ex-Wife and Her „Other“: The Politics of Loss, Difference and Desire. *Sexualities*, Vol 4(1): 5-24.
34. Ryan, C., Hall, C. M. (2001). *Sex tourism. Marginal people and liminalities*. UK: Routledge.

35. Sanchez Taylor, J. (2001) Dollars are a girl's best friend? Female tourists' sexual behaviour in the caribbean. *Sociology*, Vol 35(3): 749-764.
36. Schuck, A. R. T., De Vreese, Claes H. (2006). Between risk and opportunity. News framing and its effects on public support for EU enlargement. *European Journal of Communication*, Vol 21(1): 5-32.
37. Schwer, K. (2002). *Medien – Framing: Prozesse, Inhalte, Wirkungen*. Institut für Kommunikationswissenschaft, Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung, Dozent: Dr. Wolfgang Schweiger
38. Simmel, G. (1997). *Simmel on culture: Selected writings*. London: SAGE Publications.
39. Stepčenko, A. (2006). Iepirkšanās transformācija piedzīvojumā. Grām.: Lasmane, Skaidrīte (proj.vad.) *Agora 5: Patēriecība Latvijā: tendences un alternatīvas*. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds.
40. Thomas G., Bauer, Ph. D., McKercher, B. (eds.) (2003). *Sex tourism: Journeys of romance, love, and lust*. New York, London, Oxford: Haworth Hospitality Press.
41. Titscher, S., Meyer, M., Wodak, R., Vetter, E. (2000). *Methods of text and discourse analysis*. London: SAGE Publications.
42. Transcrime. (2005). *National legislation on prostitution and the trafficking in the women and children*. Brussels, European Parliament, Policy Department C - Citizens' rights and Constitutional Affairs.
43. Zelče, V., Sprugaine, V. (2005). *Marginālās jeb 1376. fonds*. Rīga: Latvijas Valsts arhīvu ģenerāldirekcija: Latvijas Valsts vēstures arhīvs.
44. Zhang, Y. (2006). *Content analysis (qualitative, thematic)*. *School of Information and Library Science*. Retrieved April 16, 2007 from <http://www.ils.unc.edu/~yanz/Content%20analysis.pdf>.
45. Барт, П. (2001). *S/Z*. Москва: УРСС.
46. Сосюр, Ф. (1999). *Курс общей лингвистики*. Москва: Логос.
47. Cockayne, A. (2002). *Prostitution and Sexual Exploitation in The European Union: Bachelors work*. Exeter: University of Exeter Departement of Politics.

Avoti

1. Āboltiņš, J. (2005, 14. nov.). Vecrīga – m...u māja. *Rīgas Balss*. 2.-3. lpp.
2. Āboliņš, I. (2006, maijs). Latvijas porno stiķi un niķi. *Klubs*. 90. lpp.
3. Āboltiņš, J. (2006, 11. maijs). Gatavo triecienu striptīzklubiem. *Rīgas Balss*. 5. lpp.
4. Āboltiņš, J., Brance, L. (2006, 27. jūn.). Hokejs nav dzēsis sekstūrisma zīmoģu. *Rīgas Balss*. 1.-3.lpp.

5. Āboltiņš, J., Brance, L. (2006, 5. jūl.). Rīga atbrīvosies no plikumiem. *Rīgas Balss*. 3. lpp.
6. Alvaress, D. (2007, 26. janv.). Sieviete sabiedrībā. *Nedēļa*. 16.-17. lpp.
7. Amoliņa, L. (2006, 27. janv.). Grib ierobežot seksa reklāmu Rīgā. *Dienas Bizness*. 6. lpp.
8. Amoliņa, L. (2006, 14. febr.). Paveras cīņu vieta. *Dienas Bizness*. 10. lpp.
9. Amoliņa, L. (2006, 16. febr.). „Piesedz” Rīgu. *Dienas bizness*. 6. lpp.
10. Amoliņa, L. (2006, 9. marts). Striptīzu dzīs ārā no Vecrīgas. *Dienas bizness*. 9. lpp.
11. Antonevičs, M. (2006, 21. dec.). Tēla veidošana. *Latvijas Avīze*. 3. lpp.
12. Avotiņš, U. (2005, 7. jūl.). Rīga „izpārdota” jau pavasarī. *Dienas bizness*. 15. lpp.
13. Bērziņa, B. (2006, 19. jūl.). Kā no mušas uzpūst sekstūrismu. *Ieva*, Nr. 29, 24.-25. lpp.
14. Bojārs, G. (2006, 8. dec.). Latvijā draud ieplūst lētākas meitenes no Ukrainas. *Diena*. 4. lpp.
15. Bojārs, G. (2006, 9. dec.). Arguments par labu legalizācijai – iespēja seksuālo pakalpojumu biznesu kontrolēt. *Diena*. 5. lpp.
16. Brance, L., Boze, A. (2006, 17. jūl.). „Marķīze de Sada” neļaujot gulēt. *Rīgas Balss*. 2.-3. lpp.
17. Brosārs, E. (2006, maijs). Par valsts tēlu, hokeja čempionātu un sekstūrismu. *Klubs*. 8. lpp.
18. Buks - Vaivads, H. (2006, 30. aug.). Neņem vērā zaudējumu risku. *Dienas bizness*. 14. lpp.
19. Cālīte, A. (2005, 4. jūn.). Naktsklubu un bordeļu galvaspilsēta. *Latvijas Avīze*. 3. lpp.
20. Dūmiņa, L. (2005, 8. jūl.). Sekss vai kultūra. *Neatkarīgā Rīta Avīze*. 13. lpp.
21. Dzērve, L. (2006, 15. dec.). Kalvītis un Aksenoks atbildību par seksuālo pakalpojumu biznesu Rīgā veļ viens uz otru. *Diena*. 7. lpp.
22. Erotiski piesegts likums. (2006, 5. sept.). *Dienas bizness*. 14. lpp.
23. Fridrihsone, M. (2006, 5. sept.). Ķeras pie erotikas apkarošanas. *Dienas bizness*. 5. lpp.
24. Gabre, A. (2005, 14. nov.). Sarkano lukturu kvartāls. *Rīgas Balss*. 2. lpp.
25. Gabre, A. (2006, 27. jūn.). Mums pupiņi sudrabeti... *Rīgas Balss*. 2. lpp.
26. Gabre, A. (2007, 25. janv.). Erotikas un pornogrāfijas vajāšana. *Rīgas Balss*. 3. lpp.
27. Galmišegs, H. (2006, 1. nov.). Prostitūcija Rīgā. Eiropas Bangkoka. *Neatkarīgā Rīta Avīze*. 2. lpp.
28. Girgensons, K. (2007, 26. janv.). Miesisko deju un skaistuma upuri. *Nedēļa*. 18.-19. lpp.
29. Goze, E. (2006, 9. marts). Varētu slēgt striptīzklubus. *Diena*. 7. lpp.
30. Goze, E. (2006, 7. dec.). Tagad to sauc par masāžu. Sērija: Rīga – bordeļu pilsēta. *Diena*. 3. lpp.
31. Hauka, E. (2006, 10. febr.). Latvija mācās uzņemt viesus. *Latvijas Vēstnesis*. 3. lpp.

32. Ivanovs, I. (2006, 27. marts). Ejam zviedru pēdās? *Rītdiena*. 2. lpp.
33. Ierobežos striptīza reklāmu pilsētā. (2006, 3. febr.). *Diena*. 7. lpp.
34. Jurgelāne, L. (2006, 27. janv.). Pliknis skatlogā. *Rīgas Balss*. 1., 5. lpp.
35. Kalniņa, Z. (2006, 16. febr.). Vecrīgas striptīzklubu kā galvaspilsētas tēls. *Latvijas Vēstnesis*. 2. lpp.
36. Kalniņš, O. (2006, 20. febr.). Rīgai nav sekstūrisma tēla. *Dienas bizness*. 23. lpp.
37. Kluinis, A. (2005, 9. aug.). Sekstūristi ir minoritāte. *Rīgas Balss*. 5. lpp.
38. Kolosovs, D. (2005, 9. dec.). Sarkano lukturu Vecrīga. *Diena*. 6. lpp.
39. Kolosovs, D. (2006, 15. febr.). Rīgas piesaka karu striptīza klubiem. *Diena*. 6. lpp.
40. Kolosovs, D. (2006, 16. febr.). Vēlas aizliegt striptīzu Vecrīgā. *Diena*. 10. lpp.
41. Kolosovs, D. (2006, 8. maijs). Vairāk par alu hokeja fanus interesē vēl vairāk alus. *Diena*. 1. lpp.
42. Konstantinovs, N. (2006, 7. dec.). Policijas operācija Emma ļāva tikt pie tēzes, ka erotiskā masāža ir prostitūcija. Sērija: Rīga – bordeļu pilsēta. *Diena*. 3. lpp.
43. Krūmiņa, L. (2006, 15. marts). Uzdzīveskāre jeb viesmednieki Rīgā. Sērija: Sekss & jūgendstils. *Ieva*, Nr. 11, 23., 25. lpp.
44. Krūmiņa, L. (2006, 22. marts). Rīga: HOT! Sērija: Sekss & jūgendstils. *Ieva*, Nr. 12, 32.-33. lpp.
45. Krūmiņa, L. (2006, 29. marts). Saturday night fever – nonstopā. Sērija: Sekss & jūgendstils. *Ieva*, Nr. 13, 28.-29., 31. lpp.
46. Lapsa, L. (2005, 20. janv.). Latvijas seksa industrija: vai tiešām iznīkst? *Nedēļa*. 1., 26.-30. lpp.
47. Lase, Z. (2006, 2. febr.). Prostitūcija pieaug, kontroleniecīga. *Diena*. 1., 7. lpp.
48. Lase, Z. (2006, 5.jūn.). Dzīve sarkano lukturu ielenkumā. *Diena*. 5. lpp.
49. Lase, Z. (2006, 14. jūn.). Ministrs neļauj aizliegt striptīza klubus Vecrīgā. *Diena*. 1. lpp.
50. *Latvijas un ārzemju ceļotājus raksturojošie rādītāji. LR Centrālās statistikas pārvalde.* (2007). Sk. 2007. 23. maijs: <http://www.csb.gov.lv/csp/content/?cat=3071>.
51. Leitāns, I. (2006, 11.dec.). Meitenes – vispirms. *Diena*. 5. lpp.
52. Liepiņš, I. (2006, 4. apr.). Ervē Brosārs: Latvijas tēla pamats – ļaudis. *Dienas bizness*. 10.-11.lpp.
53. Nestere, L., Zvērs, J. (2005, 27. jūl.). Seksuālo pakalpojumu lielais pieprasījums. *Neatkarīgā Rīta Avīze*. 1., 5. lpp.
- Voika, A., Lapsiņš, M. (2005, 31. maijs). Uz Rīgu pēc seksa. *Rīgas Balss*. 1., 12. lpp.
54. Ogle, J. (2006, 23. sept.). Erotiku un pornogrāfiju ierobežos pēc interpretācijas. *Neatkarīgā Rīta Avīze*. 4. lpp.

55. Orupe, A. (2006, 9. okt.) Pornogrāfija ir, likuma nav. *Nedēļa*. 16.-17. lpp.
56. Ostrovska, I. (2005, 26. aug.). Skaistā latviešu prece! *Diena*. 2. lpp.
57. Pastalnieks, A. (2007, 26. janv.). Tāda prieka māja nebūs mūžīga. *Nedēļa*. 14.-15. lpp.
58. Pašvaldības kontrolēs erotiku. (2006, 5. sept.). *Latvijas Vēstnesis, pielikums Plus*. 2. lpp.
59. Perversais valsts tēls. (2006, 21. apr.). *Dienas bizness*. 18. lpp.
60. Petrāne, L. (2005, 28. sept.). Reklamē Latvijas striptīzklubus. *Neatkarīgā Rīta Avīze*. 5. lpp.
61. Pole, I., Šleiers, J. (2006, jūlijs). Vīrietis, nauda un striptīzs. *Klubs*. 60.-64. lpp.
62. Preisa, D. (2005, 6. sept.). Šleseram netiek sekss lielpilsētā. *Dienas bizness*. 6. lpp.
63. Radovis, V. (2005, 7. sept.). Šlesera uztraukums par seksa pakalpojumu reklāmu izrādījies pārspīlēts. *Neatkarīgā Rīta Avīze*. 1., 5. lpp.
64. Rīgā pastāvošie prostitūcijas veidi. (2006, 7. dec.). Sērija: Rīga – bordeļu pilsēta. *Diena*. 3. lpp.
65. Rubenis, G. (2005, 30. jūl.). Rīga – seksa tūrisma lielpilsēta? *Diena*. 5. lpp.
66. Seksofobija. (2005, 6. sept.). *Dienas bizness*. 15. lpp.
67. Seksofobiskā Rīgas dome. (2006, 21. febr.). *Dienas bizness*. 19. lpp. Vanzovičs, Sandris. (2005, 1. jūn.). Uz Rīgu sauc sekstūrisms. *Neatkarīgā Rīta Avīze*. 5. lpp.
68. Spakovska, R. (2006, 29. aug.). Regulēs erotisko izklaidi. *Dienas bizness*. 6. lpp.
69. Spakovska, R. (2006, 6. sept.) Iegrožos erotisko izklaidi. *Dienas bizness*. 5. lpp.
70. Ūdris, G. (2006, 12. maijs). Biznesu izstumj no Rīgas. *Dienas bizness*. 14. lpp.
71. Vaidakovs, J. (2006, 11. apr.). Striptīzklubu bizness - kam tas ir izdevīgi? *Privātā dzīve*, Nr. 15, 14.-16.lpp.
72. Valkovska, L. (2006, 9. sept.). Seksa tūrisms uzglūn arī Rīgas bērniem. *Diena*. 7. lpp.
73. Vanzovičs, S. (2005, 6. sept.). Šleseru satrauc sekss lidostā. *Neatkarīgā Rīta Avīze*. 5. lpp.
74. Vanzovičs, S. (2005, 28.sept.). Rosina sodīt prostitūtu klientus. *Neatkarīgā Rīta Avīze*. 1., 5. lpp.
75. Vanzovičs, S. (2006, 16. febr.). Definēs erotiku, ierobežos striptīzu. *Neatkarīgā Rīta Avīze*. 5. lpp.
76. Vanzovičs, S. (2006, 9. marts). Striptīzklubus grasās izsvēpēt no Vecrīgas. *Neatkarīgā Rīta Avīze*. 5. lpp.
77. Vanzovičs, S. (2006, 14. marts). Domes striptīzs. *Neatkarīgā Rīta Avīze*. 2. lpp.
78. Vanzovičs, S. (2006, 5. jūl.). Erotiku piebremzē, striptīzs joprojām zeļ. *Neatkarīgā Rīta Avīze*. 5. lpp.
79. Vikmanis, Ģ. (2005, 5. dec.). „Rigasexcity” autori pornogrāfijas dēļ nokļūst zem lupas. *Vakara Ziņas*. 4. lpp.

80. Vītoliņš, U. (2006, 2. janv.). Vai Rīga atbrīvosies no seksūtūrisma tēla? *Diena*. 5. lpp.
81. Voika, A., Atlāce, Z. (2006, 18. jūl.) Tūristiem nedraudzīgā Rīga. *Rīgas Balss*. 2.-3. lpp.
82. Zvērs, J. (2005, 6. aug.). Taksisti pelna no ārzemju seksa tūristiem. *Neatkarīgā Rīta Avīze*. 1., 4. lpp.

PIELIKUMI

Katjas Šveras apkopotā rāmējumu tipoloģija

Rāmējuma dimensijas:

- **Medija rāmējums** - vēstījuma centrālais tematiskais izkārtojums, notikumi kādā īpašā veidā ir kontekstuāli nostādīti viens pret otru, tādējādi klasificējot vēstījumu un darot to saprotamu.
- **Ārpusmediju jeb „pievadītais” rāmējums** (*Input frame*)- informācijas apstrādes shēma, kuru veido indivīdi, kas ievieto vēstījumu kognitīvā kontekstā un tādējādi dara to saprotamu. Pievadītos rāmējumus veido politiķi, interešu grupas, žurnālisti u.c.

Identificētie rāmji (tipoloģijas):

- ∞ **Tematiskie - epizodiskie**
 - Tematiskais: sabiedrību interesējošas tēmas tiek izskaidrotas plašā, abstraktā kontekstā.
 - Epizodiskais: sabiedrību interesējošas tēmas tiek ierāmētas ar konkrētiem piemēriem un specifiskiem rezultātiem.
- ∞ **Stratēģiskie - problēmu**
 - Stratēģiskais: uzsvars uz portretēšanas stratēģijām; perspektīva „visu vai neko”, ieguvums pret zaudējumu.
 - Problēmu: uzsvars uz kopskatu, darbību salīdzināšanu, darbību sekas tiek tematizētas lielākā politiskā, sociālā u.c. kontekstā.
- ∞ **Diagnostiskie - prognostiskie - motivējošie**
 - Diagnostiskais: uzsvars uz situāciju un tās skaidri izteiktajām sekām – problēmas identifikāciju un novērtējumu, kā arī cēloņu meklēšanu un „vainas norādīšanu”.
 - Prognostiskais: uzsvars uz nepieciešamām, problēmas pieprasītām nākotnes darbībām.
 - Motivācijas: aicinājums darboties un aktīvi piesaistīt recipientus.
- ∞ **Etniskie - materiālie**
 - Etniskais: vēstījumi tiek attēloti no etniskā viedokļa un vērtības (vērtības/morāles rāmis).
 - Materiālais: ieguvumi un zaudējumi – priekšplānā ir problēmas materiālie un ekonomiskie aspekti.
- ∞ **Konsekvenses:**
 - Ekonomiskās konsekvenses: vēstījumi tiek attēloti pēc to saimnieciskajām konsekvencēm uz indivīdiem, grupām vai institūcijām.
 - Personiskās konsekvenses: priekšplānā ir sekas uz indivīdiem (Cilvēku intereses rāmis).
- ∞ **Konflikta:** vēstījuma centrālais sākumpunkts ir konflikti starp indivīdiem, grupām vai institūcijām.

- ∞ **Personificēts (cilvēku intereses):** notikumi tiek personalizēti, un vēstījumi tiek attēloti personīgā un emocionālā ietvarā.
- ∞ **Atbildības:** vēstījumi tiek attēloti tā, ka atbildība par nacionālu problēmu cēloņiem un risinājumu tiek attiecināta uz konkrētiem indivīdiem, grupām vai institūcijām.
- ∞ **Oficiālais:** notikumi tiek aplūkoti no oficiālās perspektīvas. Šis rāmis lielākoties netiek skaidri izteikts un piemērojas argumentācijas līnijām un katra veida opozīcijas pieejai.
- ∞ **Protesta:** vēstījumi par sociālo kustību protestiem koncentrējas uz pašiem protestiem, tādējādi atstājot novārtā šo darbību ideju un iemeslus.
- ∞ **Rāmis *Politika kā spēle*:** politiskās darbības tiek attēlotas no uzvarētāja un zaudētāja perspektīvas.

Identificētie sekstūrisma rāmējumi

Nr.	Datums	Medijs	Izdevuma veids	Materiāla veids	Virsraksts	Rāmējuma veids		Attēls
1.	20.01.05.	Nedēļa/ Lato Lapsa	Nedēļas analītisks žurnāls	Apraksts	Latvijas seksa industrija: vai tiešām iznīkst?	Ārpusmedija	Ekonomiskās konsekvences	Vāka foto + 2
2.	31.05.05.	Rīgas Balss/ Agnese Voika, Māris Lapsiņš, speciāli RB	Dienas laikraksts	Apraksts	Uz Rīgu pēc seksa	Ārpusmedija	Materiālais, diagnostisks	Vāka foto + 1
3.	01.06.05.	NRA/ Sandris Vanzovičs	Dienas laikraksts	Ziņa	Uz Rīgu sauc sekstūrisms	Medija/ Ārpusmedija	Prognostiskais/ Atbildības	***
4.	04.06.05.	Latvijas Avīze/ Aija Čālīte	Dienas laikraksts	Red. komentārs	Naktsklubu un bordeļu pilsēta	Medija	Prognostiskais	***
5.	07.07.05.	Dienas Bizness/ Uldis Avotiņš, TAVA direktors	Biznesa laikraksts	Komentārs	Rīga „izpārdota” jau pavasarī	Ārpusmedija	Tematisks, personificēts	***
6.	08.07.05.	NRA/ Līvija Dūmiņa	Dienas laikraksts	Red. komentārs	Sekss vai kultūra	Medija	Problēmu, diagnostisks, ekonomiskās konsekvences	***
7.	27.07.05.	NRA/ Līga Nestere, Jānis Zvērs	Dienas laikraksts	Ziņa	Seksuālo pakalpojumu piedāvājumu diktē lielais pieprasījums	Medija	Oficiālais	***
8.	30.07.05.	Diena/ Georgs Rubenis, speciāli Dienai	Dienas laikraksts	Ziņa	Rīga – seksa tūrisma lielpilsēta?	Medija/ ārpusmedija	Personiskās konsekvences, atbildības/ oficiālais	1 foto
9.	06.08.05.	NRA/ Jānis Zvērs	Dienas laikraksts	Ziņa	Taksisti pelna uz ārzemju seksa tūristiem	Medija	Epizodiskais	***
10.	09.08.05.	Rīgas Balss/ Arnis Klūinis	Dienas laikraksts	Ziņa	Sekstūristi ir minoritāte	Ārpusmedija	Prognostiskais, diagnostiskais	1 foto
11.	26.08.05.	Diena/ Ināra Ostrovska, Saeimas Civēktiesību un sab.lietu komisijas Dzimumu līdztiesības apakškomitejas pr-tāja.	Dienas laikraksts	Komentārs	Skaistā latviešu prece!	Ārpusmedija	Personiskās konsekvences, atbildības, etniskais	***
12.	06.09.05.	Dienas Bizness/ Dace	Biznesa	Īsziņa	Šleseram netiek sekss	Medija	Protesta	***

		Preisa	laikraksts		lielpilsētā			
13.	06.09.05.	Dienas Bizness/ DB	Biznesa laikraksts	Red. komentārs	Seksofobija	Medija	Personificēts, <i>politika kā spēle</i>	1 karikatūra
14.	06.09.05.	NRA/ Sandris Vanzovičs	Dienas laikraksts	Ziņa	Šleseru satrauc sekss lidostā	Ārpusmedija	Personiskās konsekvences, atbildības, problēmas	***
15.	07.09.05.	NRA/ Viesturs Radovics	Dienas laikraksts	Ziņa	Šlesera uztraukums par seksa pakalpojumu reklāmu izrādīties pārspīlēts	Ārpusmedija	Personificēts	2 foto
16.	28.09.05.	NRA/ Lelde Petrāne	Dienas laikraksts	Ziņa	Reklamē Latvijas striptīzklubus	Medija	Problēmu	1 foto
17.	14.11.05.	Rīgas Balss/ Antra Gabre	Dienas laikraksts	Red. komentārs	Sarkano lukturu kvartāls	Medija	Personificēts, epizodisks	***
18.	14.11.05.	Rīgas Balss/ Jānis Āboltiņš	Dienas laikraksts	Ziņa	Vecrīga – m...u māja	Medija	Oficiālais, problēmu	4 foto
19.	05.12.05.	Vakara ziņas (avīze)/ Ģirts Vikmanis	Dzeltenās preses izdevums	Ziņa	„Rigasexcity” autori pornogrāfijas dēļ nokļūst zem lupas	Medija	Epizodiskais, atbildības	1 foto
20.	09.12.05.	Diena/ Deniss Kolosovs	Dienas laikraksts	Ziņa	Sarkano lukturu Vecrīga	Medija	Diagnostisks	Vāka foto + 1 foto
21.	27.01.06.	Latvija Avīze/ ***	Dienas laikraksts	Vāka foto un paraksts	Mākslinieki pret sekstūrisma Rīgu	Medija	Protesta, atbildības	Vāka foto
22.	27.01.06.	Rīgas Balss/ Liene Jurgelāne	Dienas laikraksts	Ziņa	Pliknis skatlogā	Medija	Protesta, atbildības	Vāka foto + 1 foto
23.	02.02.06.	Diena/ Zane Lase	Dienas laikraksts	Ziņa	Prostitūcija pieaug, kontrole niecīga	Medija	Tematiskais	Vāka foto + 1 foto
24.	10.02.06.	Latvijas Vēstnesis, pielikums Plus/ Evija Hauka	Oficiozs	Intervija	Latvija mācās uzņemt viesus	Ārpusmedija	Personificēts, diagnostisks, <i>politika kā spēle</i>	***
25.	14.02.06.	Dienas Bizness/ Lāsma Amoliņa	Biznesa laikraksts	Ziņa	Paveras cīņu vieta	Medija	Oficiālais, <i>politika kā spēle</i>	1 foto
26.	20.02.06.	Dienas Bizness/ Ojārs Kalniņš, LI direktors	Biznesa laikraksts	Komentārs	Rīgai nav sekstūrisma tēla	Ārpusmedija	Tematiskais, diagnostiskais	***
27.	21.02.06.	Dienas Bizness/ DB	Biznesa laikraksts	Red. komentārs	Seksofobiskā Rīgas Dome	Medija	Prognostiskais	1 karikatūra
28.	14.03.06.	NRA/ Sandris Vanzovičs	Dienas laikraksts	Red. komentārs	Domes striptīzs	Medija	Problēmu, diagnostisks	1 karikatūra

29.	15.03.06.	Ieva/ Linda Krūmiņa	Sieviešu nedēļas žurnāls	Apraksts	Sērija: Sekss & jūgendstils Uzdzīveskāre jeb viesmednieki Rīgā	Ārpusmedija	Diagnostisks, atbildības, etnisks	1 foto
30.	22.03.06.	Ieva/ Linda Krūmiņa	Sieviešu nedēļas žurnāls	Apraksts	Sērija: Sekss & jūgendstils Rīga: HOT!	Medija	Epizodisks	1 foto
31.	27.03.06.	Rītdiena/ Igors Ivanovs	Bezmaksas avīze	Red. komentārs	Ejam zviedru pēdās?	Ārpusmedija	Prognostiskais	***
32.	29.03.06.	Ieva/ Linda Krūmiņa	Sieviešu nedēļas žurnāls	Apraksts	Sērija: Sekss & jūgendstils Saturday night fever - nonstopā	Ārpusmedija	Personificēts, etniskais	1 foto
33.	04.04.06.	Dienas Bizness /Imants Liepiņš	Biznesa laikraksts	Intervija	Ervē Brosārs: Latvijas tēla pamats – ļaudis	Ārpusmedija	Personificēts, problēmu	1 foto
34.	11.04.06.	Privātā Dzīve/ Juris Vaidakovs	Dzeltenās preses izdevums	Intervija	Striptīzklubu bizness – kam tas ir izdevīgi?	Ārpusmedija	Atbildības, diagnostisks, etniskais	3 foto
35.	18.04.06.	Privātā Dzīve/ Ārija Lipska	Dzeltenās preses izdevums	Apraksts	Striptīzklubos visi mazliet melo	Medija	Epizodisks	2 foto
36.	21.04.06.	Dienas Bizness/ DB	Biznesa laikraksts	Red. komentārs	Perversais valsts tēls	Medija	Problēmu	1 karikatūra
37.	08.05.06.	Diena/ Deniss Kolosovs	Dienas laikraksts	Ziņa	Vairāk par alu fanus interesē vienīgi vēl vairāk alus	Medija	Epizodisks	1 foto
38.	11.05.06.	Rīgas Balss/ Jānis Āboltiņš	Dienas laikraksts	Ziņa	Gatavo triecienu striptīzklubiem	Medija	Atbildības, prognostisks	Vāka foto + 2 foto
39.	maijs	Klubs/ Ervē Brosārs, DDB Worldwide priekš.vietn.	Žurnāls vīriešiem	Komentārs	Par valsts tēlu, hokeja čempionātu un sektūrismu	Ārpusmedija	Personificēts, problēmu, motivējošs	***
40.	27.06.06.	Rīgas Balss/ Antra Gabre	Dienas laikraksts	Red. komentārs	Mums pupiņi sudrabeti...	Medija	Tematiskais	***
41.	27.06.06.	Rīgas Balss/ Jānis Āboltiņš, Laura Brance	Dienas laikraksts	Ziņa	Hokejs nav dzēsis sektūrisma zīmogu	Medija/ Ārpusmedija	Diagnostiskais/ problēmu	Vāka foto + 2 foto
42.	Jūlijs, 2006	Klubs/ Ilze Pole, Juris Šleiers	Žurnāls vīriešiem	Intervija	Vīrietis, nauda un striptīzs	Ārpusmedija	Diagnostisks, problēmu	***
43.	19.07.06.	Ieva/ Beāte Bērziņa	Nedēļas	Komentārs	Kā no mušas uzpūst	Ārpusmedija	Personificēts, diagnostisks	1 foto

			žurnāls sievietēm		sekstūrismu			
44.	29.08.06.	Dienas Bizness/ Rudīte Spakovska	Biznesa laikraksts	Ziņa	Regulēs erotisko izklaidi	Medija	Diagnostisks	***
45.	30.09.06.	Dienas Bizness/ Henrijs Buks – Vaivads, LU Juridiskās fakultātes lektors	Biznesa laikraksts	Komentārs	Neņem vērā zaudējumu risku	Ārpusmedija	Problēmu, atbildības un etniskais	***
46.	05.09.06.	Dienas Bizness/ M. Fridrihsone	Biznesa laikraksts	Ziņa	Ķēras pie erotikas apkaršanas	Medija	Oficiālais	***
47.	05.09.06.	Dienas Bizness/ DB	Biznesa laikraksts	Red. komentārs	Erotiski piesegts likums	Medija	Personificēts	1 karikatūra
48.	05.09.06.	Latvijas Vēstnesis, pielikums Plus/ ***	Oficiozs	Ziņa	Pašvaldības kontrolēs erotiku	Medija	Diagnostisks	***
49.	09.09.06.	Diena/ Līga Valkovska	Dienas laikraksts	Ziņa	Seksa tūrisms uzglūn arī Rīgas bērniem	Ārpusmedija	Epizodiskais	***
50.	09.10.06.	Nedēļa/ Aisma Orupe	Analītisks nedēļas žurnāls	Apraksts	Pornogrāfija ir, likuma nav	Medija	Prognostisks	1 foto
51.	01.11.06.	NRA/ Hanness Gamilšēgs, <i>Frankfurter Rundschau</i>	Dienas laikraksts	Apraksts	Prostitūcija Rīgā. Eiropas Bangkoka	Ārpusmedija	Diagnostisks	1 foto
52.	16.11.06.	Pasaules Atbalss/ Hanness Gamilšēgs <i>Frankfurter Rundschau</i>	Nedēļas laikraksts	Apraksts	Eiropas Bangkoka	Ārpusmedija	Diagnostisks	2 foto
53.	09.12.06.	Diena/ Guntis Bojārs	Dienas laikraksts	Ziņa	Sērija: Rīga – robežu pilsēta. Virsraksts: Arguments par labu legalizācijai – iespēja seksuālo pakalpojumu biznesu kontrolēt	Ārpusmedija	Personiskās konsekvences, diagnostisks	***
54.	11.12.06.	Diena/ Ivo Leitāns	Dienas laikraksts	Ziņa	Meitenes - vispirms	Ārpusmedija	Diagnostisks	***
55.	21.12.06.	Latvijas Avīze/ Māris Antonevičs	Dienas laikraksts	Komentārs	Tēla veidošana	Medija	Atbildības	***
56.	02.01.07.	Diena/ Uldis Vītoliņš,	Dienas	Komentārs	Prognozes 2007.	Ārpusmedija	Diagnostisks	***

		TAVA direktors	laikraksts		gadam: Virsraksts: Vai Rīga atbrīvosies no sekstūrisma tēla?			
57.	26.01.07.	Republika.lv/ Aivars Pastalnieks	Nedēļas analītisks žurnāls	Apraksts	Tāda prieka māja nebūs mūžīga	Medija	Diagnostisks	Vāka foto + 1 foto
58.	26.01.07.	Republika.lv/ Delmi Alvaress, Spānija	Nedēļas analītisks žurnāls	Fotosesija un apraksts	Sieviete sabiedrībā	Ārpusmedija	Diagnostisks, protesta	Vairākas foto
59.	26.01.07.	Republika.lv/ Kristofs Girgensons	Nedēļas analītisks žurnāls	Apraksts	Miesisko deju un skaistuma upuri	Medija	Epizodisks	1 foto

Identificētie seksindustrijas rāmējumi

Nr.	Datums	Medijs	Izdevuma veids	Materiāla veids	Virsraksts	Rāmējuma veids		Attēls
1.	20.01.05.	Nedēļa/ Lato Lapsa	Nedēļas analītisks žurnāls	Apraksts	Latvijas seksa industrija: vai tiešām iznīkst?	Medija	Diagnostiskais, problēmu, ekonomiskās konsekvences, materiālais	Vāka foto + 2
2.	31.05.05.	Rīgas Balss/ Agnese Voika, Māris Lapsiņš, speciāli RB	Dienas laikraksts	Apraksts	Uz Rīgu pēc seksa	Ārpusmedija	Diagnostiskais, materiālais	Vāka foto + 1
3.	04.06.05.	Latvijas Avīze/ Aija Cālīte	Dienas laikraksts	Red. komentārs	Naktsklubu un bordeļu pilsēta	Medija	Problēmu	***
4.	27.07.05.	NRA/ Līga Nestere, Jānis Zvērs	Dienas laikraksts	Ziņa	Seksuālo pakalpojumu piedāvājumu diktē lielais pieprasījums	Medija	Problēmu	***
5.	30.07.05.	Diena/ Georgs Rubenis, speciāli Dienai	Dienas laikraksts	Ziņa	Rīga – seksa tūrisma lielpilsēta?	Ārpusmedija	Stratēģiskais	1 foto
6.	09.08.05.	Rīgas Balss/ Arnis Kluinis	Dienas laikraksts	Ziņa	Sektūristi ir minoritāte	Ārpusmedija	Problēmu	1 foto
7.	06.09.05.	Dienas Bizness/ DB	Biznesa laikraksts	Red. komentārs	Seksofobija	Medija	Atbildības	1 karikatūra
8.	06.09.05.	NRA/ Sandris Vanzovičs	Dienas laikraksts	Ziņa	Šleseru satrauc sekss lidostā	Ārpusmedija	Personiskās konsekvences	***
9.	14.09.05.	Dienas Bizness/ Dace Preisa	Biznesa laikraksts	Īsziņa	Lidosta grib lauzt līgumu ar Dolls	Medija	Oficiālais	***
10.	28.09.05.	NRA/ Sandris Vanzovičs	Dienas laikraksts	Ziņa	Rosina sodīt prostitūtu klientus	Ārpusmedija	Oficiālais, prognostiskais	***
11.	28.09.05.	NRA/ Lelde Petrāne	Dienas laikraksts	Ziņa	Reklamē Latvijas striptīzklubus	Medija	Personificētais	1 foto
12.	14.11.05.	Rīgas Balss/ Antra Gabre	Dienas laikraksts	Red. komentārs	Sarkano lukturu kvartāls	Medija	Personificēts, problēmu	***
13.	14.11.05.	Rīgas Balss/ Jānis Āboltiņš	Dienas laikraksts	Ziņa	Vecrīga – m...u māja	Medija	Problēmu, atbildības	4 foto
14.	27.01.06.	Dienas Bizness/ Lāsma Amoliņa	Biznesa laikraksts	Īsziņa	Grib ierobežot seksa reklāmu Rīgā	Medija	Oficiālais, problēmas	***
15.	02.02.06.	Diena/ Zane Lase	Dienas	Ziņa	Prostitūcija pieaug,	Medija	Diagnostisks	Vāka foto +

			laikraksts		kontrolē necīga			1 foto
16.	03.02.06.	Diena/ ***	Dienas laikraksts	Īsziņa	Ierobežos striptīza reklāmu pilsētā	Medija	Oficiālais	***
17.	15.02.06.	Diena/ Deniss Kolosovs	Dienas laikraksts	Ziņa	Rīga piesaka karu striptīza klubiem	Medija	Oficiālais	***
18.	16.02.06.	NRA/ Sandris Vanzovičs	Dienas laikraksts	Ziņa	Definēs erotiku, ierobežos striptīzu	Medija	Oficiālais	***
19.	16.02.06.	Dienas Bizness/ Lāsma Amoliņa	Biznesa laikraksts	Ziņa	„Piesedz” Rīgu	Medija/ Ārpusmedija	Konflikta, politika kā spēle/ konflikta	***
20.	16.02.06.	Diena/ Deniss Kolosovs	Dienas laikraksts	Ziņa	Vēlas aizliegt striptīzu Vecrīgā	Medija	Konflikta	***
21.	16.02.06.	Latvijas Vēstnesis, pielikums Plus/ Zaida Kalniņa	Oficiozs	Red. komentārs	Vecrīgas striptīzklubi kā galvaspilsētas tēls	Ārpusmedija	Personificēts, personiskās konsekvences, atbildības	***
22.	20.02.06.	Dienas Bizness/ Ojārs Kalniņš, LI direktors	Biznesa laikraksts	Komentārs	Rīgai nav sekstūrisma tēla	Ārpusmedija	Personiskās konsekvences, atbildības, <i>politika kā spēle</i>	Autora foto
23.	21.02.06.	Dienas Bizness/ DB	Biznesa laikraksts	Red. komentārs	Seksofobiskā Rīgas Dome	Medija	Prognostiskais, <i>politika kā spēle</i>	1 karikatūra
24.	09.03.06.	Dienas Bizness/ Lāsma Amoliņa	Biznesa laikraksts	Ziņa	Striptīzu dzīs ārā no Vecrīgas	Medija	Protesta	1 foto
25.	09.03.06.	Diena/ Evita Goze	Dienas laikraksts	Ziņa	Varētu slēgt striptīzklubus	Medija	Oficiālais	***
26.	09.03.06.	NRA/ Sandris Vanzovičs	Dienas laikraksts	Ziņa	Striptīzklubus grasās izsvēpēt no Vecrīgas	Medija	Protesta	***
27.	14.03.06.	NRA/ Sandris Vanzovičs	Dienas laikraksts	Red. komentārs	Domes striptīzs	Medija	Atbildības, <i>politika kā spēle</i>	1 karikatūra
28.	22.03.06.	Ieva/ Linda Krūmiņa	Sieviešu nedēļas žurnāls	Apraksts	Sērija: Sekss & jūgendstils Rīga: HOT!	Medija	Epizodisks	1 foto
29.	27.03.06.	Rītdiena/ Igors Ivanovs	Bezmaksas avīze	Red. komentārs	Ejam zviedru pēdās?	Medija	Protesta, motivējošs, <i>politika kā spēle</i>	***
30.	11.04.06.	Privātā Dzīve/ Juris Vaidakovs	Dzeltenās preses izdevums	Intervija	Striptīzklubu bizness – kam tas ir izdevīgi?	Ārpusmedija	Ekonomiskās konsekvences, atbildības	3 foto
31.	maijs	Klubs/ Ivars Āboltiņš	Vīriešu žurnāls	Apraksts	Latvijas porno stiķi un niķi	Medija	Diagnostisks, prognostisks	2 foto
32.	12.05.06.	Dienas Bizness/ Gundars	Biznesa	Komentārs	Biznesu izstumj no	Ārpusmedija	Prognostisks	***

		Ūdris, Naktsklubu Flames un Temple īpašnieks	laikraksts		Rīgas			
33.	05.06.06.	Diena/ Zane Lase	Dienas laikraksts	Ziņa	Dzīve sarkano lukturu ielenkumā	Medija	Epizodisks, problēmu	1 foto
34.	14.06.06.	Diena/ Zane Lase	Dienas laikraksts	Ziņa	Ministrs neļauj aizliegt striptīza klubus Vecrīgā	Medija	Oficiālais	***
35.	Jūlijs, 2006	Klubs/ Ilze Pole, Juris Šleiers	Žurnāls vīriešiem	Intervija	Vīrietis, nauda un striptīzs	Ārpusmedija	Stratēģiskais	***
36.	05.07.06.	Rīgas Balss/ Laura Brance	Dienas laikraksts	Ziņa	Rīga atbrīvosies no plikumiem	Medija	Oficiālais	1 foto
37.	05.07.06.	NRA/ Sandris Vanzovičs	Dienas laikraksts	Ziņa	Erotiku piebremzē, striptīzs joprojām zeļ	Medija	Oficiālais	***
38.	17.07.06.	Rīgas Balss/ Laura Brance, Anita Boze	Dienas laikraksts	Ziņa	„Marķīze de Sada” neļaujot gulēt	Medija	Epizodiskais, stratēģiskais	1 foto
39.	18.07.06.	Rīgas Balss/ Agnese Voika, Zane Atlāce	Dienas laikraksts	Ziņa	Tūristiem nedraudzīgā Rīga	Ārpusmedija	Epizodiskais, stratēģiskais	2 foto
40.	29.08.06	Dienas Bizness/ Rudīte Spakovska	Biznesa laikraksts	Ziņa	Regulēs erotisko izklaidi	Medija	Oficiāls	1 foto
41.	30.09.06.	Dienas Bizness/ Henrijs Buks – Vaivads, LU Juridiskās fakultātes lektors	Biznesa laikraksts	Komentārs	Neņem vērā zaudējumu risku	Ārpusmedija	Diagnostisks, Prognostisks	***
42.	05.09.06.	Dienas Bizness/ M. Fridrihsone	Biznesa laikraksts	Ziņa	Ķeras pie erotikas apkaršanas	Medija	Oficiāls	***
43.	05.09.06.	Dienas Bizness/ DB	Biznesa laikraksts	Red. komentārs	Erotiski piesegts likums	Medija	Oficiāls	1 karikatūra
44.	05.09.06.	Latvijas Vēstnesis, pielikums Plus/ ***	Oficiozs	Ziņa	Pašvaldības kontrolēs erotiku	Medija	Oficiāls	***
45.	06.09.06.	Dienas Bizness/ Rudīte Spakovska	Biznesa laikraksts	Īsziņa	Iegrožos erotisko izklaidi	Medija	Oficiāls	***
46.	06.09.06.	Rīgas Balss/ LETA	Dienas laikraksts	Īsziņa	Atbalsta pornogrāfijas un erotikas ierobežošanu	Medija	Oficiāls	***

47.	23.09.06.	NRA/ Jānis Ogle	Dienas laikraksts	Ziņa	Erotiku un pornogrāfiju ierobežos pēc interpretācijas	Medija	Oficiāls	***
48.	09.10.06.	Nedēļa/ Aisma Orupe	Analītisks nedēļas žurnāls	Apraksts	Pornogrāfija ir, likuma nav	Medija	Prognostisks, etnisks	1 foto
49.	01.11.06.	NRA/ Hanness Gamilšēgs, <i>Frankfurter Rundschau</i>	Dienas laikraksts	Apraksts	Prostitūcija Rīgā. Eiropas Bangkoka.	Ārpusmedija	Atbildības	1 foto
50.	16.11.06.	Pasaules Atbalss/ Hanness Gamilšēgs <i>Frankfurter Rundschau</i>	Nedēļas laikraksts	Apraksts	Eiropas Bangkoka.	Ārpusmedija	Atbildības	2 foto
51.	07.12.06.	Diena/ Evita Goze	Dienas laikraksts	Apraksts	Sērija: Rīga - bordeļu pilsēta. Virsraksts: Tagad to sauc par masāžu	Medija	Epizodisks	1 foto
52.	07.12.06.	Diena/ ***	Dienas laikraksts	Apraksts	Sērija: Rīga - bordeļu pilsēta. Virsraksts: Rīgā pastāvošie prostitūcijas veidi	Medija	Tematiskais	3 foto
53.	07.12.06.	Diena/ Nils Konstantinovs	Dienas laikraksts	Ziņa	Sērija: Rīga - bordeļu pilsēta. Virsraksts: Policijas operācija Emma ļāva tikt pie tēzes, ka erotiskā masāža ir prostitūcija	Medija	Diagnostisks	***
54.	08.12.06.	Diena/ Nils Konstantinovs	Dienas laikraksts	Ziņa	Sērija: Rīga - bordeļu pilsēta. Gadī iet, lēmumu nav	Medija	Oficiāls	***

55.	08.12.06.	Diena/ Nils Konstantinovs	Dienas laikraksts	Ziņa	Sērija: Rīga – bordeļu pilsēta Prostitūcijas jomā Eiropas valstīs vienotas receptes nav	Medija	Problēmu	1 foto
56.	08.12.06.	Diena/ Guntis Bojārs	Dienas laikraksts	Ziņa	Sērija: Rīga – bordeļu pilsēta. Latvijā draud ieplūst lētākas meitenes no Ukrainas	Medija	Diagnosticējošs, prognostisks	***
57.	09.12.06.	Diena/ Guntis Bojārs	Dienas laikraksts	Ziņa	Sērija: Rīga – bordeļu pilsēta. Virsraksts: Arguments par labu legalizācijai – iespēja seksuālo pakalpojumu biznesu kontrolēt	Medija/ Ārpusmedija	Stratēģiskais, prognostiskais/ Prognostiskais, stratēģiskais	***
58.	11.12.06.	Diena/ Ivo Leitāns	Dienas laikraksts	Apraksts	Meitenes - vispirms	Ārpusmedija	Ekonomiskās konsekvences	***
59.	15.12.06.	Diena/ Laura Dzērve	Dienas laikraksts	Ziņa	Kalvītis un Aksenoks atbildību par seksuālo pakalpojumu biznesu Rīgā veļ viens uz otru	Medija	Atbildības, <i>politika kā spēle</i>	***
60.	25.01.07.	Rīgas Balss/ Antra Gabre	Nedēļas žurnāls	Ziņa	Erotikas un pornogrāfijas vajāšana	Medija	Konflikta, oficiāls	1 foto
61.	26.01.07.	Republika.lv/ Aivars Pastalnieks	Nedēļas analītisks žurnāls	Apraksts	Tāda prieka māja nebūs mūžīga	Medija	Diagnostisks	Vāka foto + 1 foto
62.	26.01.07.	Republika.lv/ Delmi Alvaress, Spānija	Nedēļas analītisks žurnāls	Fotosesija un apraksts	Sieviete sabiedrībā	Ārpusmedija	Diagnostisks, protesta	Vairākas foto
63.	26.01.07.	Republika.lv/ Kristofs Girgensons	Nedēļas analītisks žurnāls	Apraksts	Miesisko deju un skaistuma upuri	Medija	Epizodisks	1 foto

Divdesmit labākie sekstūrisma galamērķi¹⁷¹

20 Best Destinations for Sex Tourism

Asia

In the late 70th tourists expanded to Southeast Asia. Thailand, Cambodia, Philippines, Shangri-la, Bali - they became popular because of low price of different services including sex. Search for you "love" in Boracay gogo bars or in Bali brothel - sex in boracay as well as in other cities of Asia is cheap and enjoyable. Best hookers can be meet everywhere in Asia, best brothels here and where, it's just the right destination for any sexpat.

There are rainy seasons in Asia, but they are not dangerous and annoying. They are quite refreshing, so it's hard to say when it's the best time to go Bali or Cambodia. It's equally hard to decide which Asian destination is best. It's up to you!

Asian sweethearts aren't against of having sex with couple or female, so it's a paradise for swingers and lesbians. There are lot of guys working in sex industry, too, so gay travelers can spend a time with interest, also. So it's really the best sexual tourism destination.

Brothels, massage parlors, go-go bars, pool bars and beaches flooded with girls ready to serve for a minimum price, that's why Thailand, Cambodia, Philippines, Shangri-la, Bali are the best countries for sex and prostitution. Be aware: some of beautiful Thai ladies can be male, transvestite (katoey).

Thailand:

Low cost of living and meals, safety, general convience and plenty of girls - what else can a man want? Meet your beauty at the bar, playing pool, or in the club, dancing on the stage as go-go dancer. They all look for clients, and mamasan will gladly help to choose the best match. Often one needs to pay a bar fine to take a girl out of bar. Some bars have rooms for a short-time rent.

You can take a girl for a short time - for a few hours, or long time - for a night. First you need to pay barfine - except you'd like to take a girl for short-time only. Barfine in Bangkok, Phuket, Pattaya and other popular places isn't high, less than \$15. Short-time prices start from 500 Baht (\$13), long time from 1000 Baht. Girl gladly suggest you to spend all your vacation together - the price is average, and services can be extremely good. Don't forget to tip her after short-time rest!

Beer bars.

All hostesses try to find customers, calling them at streets, look bored. Prices are not high. Go-go bars are another thing, girls look better than in beer bars, but they ask for more money and look for better clients.

There also "blowjob bars" which is curious to visit and get care while drinking.

Ladyboys (kathoey) often look amazing and feminine, men easily mistake them with girls. Ladyboys often are dangerous - they can steal money at street and especially from a hotel room.

Take some time (while you are sober) to learn how to tell them apart from regular women. Things to look for are: how they walk, their height, their adams apple, a larger head, larger hands, a mustache or beard starting to show, a squeaky type of voice.

Bringing a guest into your hotel, make sure that reception wrote down his/her id number. Some aspects of prostitution in Thailand are illegal, but enforcement is lax (the

¹⁷¹ 20 best destinations for sex tourism: *Sex tourism*. Retrieved May 25, 2007 from <http://sex-tourism.org/best.html>.

loitering/soliciting fine is 200 baht) and brothels are spreaded widely. It's not illegal to pay for sex or to pay a "bar fine".

Best place for sex in Thailand:

Best brothels in Thailand are located in well-developed tourist places. Body massage (bath massage) can be found in Bangkok, Pattaya. Phuket.

Bangkok: Patpong, lower Sukhumvit Road area including Nana plaza, Soi Cowboy.

Pattaya: Beach Road, 2nd Road, Walking Street, Boyz town (for gays and women). On the central beach you will find freelancers, 2nd Road and Beach Road are flooded with beer bars, Walking Street - with go-go bars and pussy shows. Massage parlors are located on 2nd Road: Sabai Land, Sabai Room, and Sabai Dee. Pattaya brothels

Phuket: Patong Beach and Bangla Road full of sex clubs, check them out. In other tourist areas look for "body massage" signs. It's incredibly hard to find a prostitute on small island like Koh Larn, so take a girl with you if you're going to visit islands.

Cambodia

If you're in Pattaya, come and visit Cambodia that is not far away. You can find here something special, up to \$50/night.

Taiwan, South Korea, Vietnam

These countries are also very inviting for different kind of tourists and gladly offer sex service for cheap.

Philippines

Massage parlors, brothels (casas) sell sex at affordable prices. Clubs and bars are comfortable to have a lady's drink and spend time in VIP room. Escort Service is available - girl would accompany men in trip all the time, including nights. This service is popular in Puerto Galera, Palawan and Boracay.

Find the best places for Manila hookers and have good time. Forget of them and look for new on your next visit - girls move from one gogo bar in Manila to another one quickly. By the way, barfine in Philipines is only \$10-20, depending on time you'd like to spend with your new girlfriend. Manila is quite expensive comparing with other destinations in Asia, and if you looking for cheap sex vacation, go to Angeles city, where philippina cuties in some gentlemen's club will treat you as husband. You can get blowjob from Angeles city hooker very cheap, it cost less than 200-300 pesos, sex is 400-500 pesos.

The Caribbean and Latin America

The Caribbean are most known as the best destination for female sex tourism, but it has something to seduce men.

Cuba

Girls on Cuba are friendly and contact with foreigners easily, though know English not very well. Go out and see how many of Cuban beauties want to spend time with you. Prostitution is a family business, so mother or brother will sell a girl for hour or night and invite such guest to have fun in their own house while rest of the family will sleep or do their own things. So why check best cubian brothels if you can try a cubian pussy almost anywhere?

Jamaica

Lot of beauties look for clients in the night. They ask if you want them (just say yes). Be ready to pay \$50.

Brazil

For long time Brazil was known as leader of the region in sex tourism sphere, but now Costa Rica, Guatemala, and Honduras can compete with it. Variety of pretty girl for any taste. Prostitution is officially prohibited, but there are bath-houses and clubs of help there you will be provided with sex service, as they as operate as brothels. Also, remember that Latin girls are open-minded and friendly, so no wonder if someone will like you just because of your handsomeness ;)

Dominican Republic

This country has landscapes incredible in it's beauty, but lonely guys from around the world come here not only for that. They seach for easy love for little money.

At discos there are lot of prostitutes looking for men, some of them can speak English and German well. At some main streets prostitutes open hunt for guys, touching and embarrassing them. These also can be pickpockets.

It's hard not to notice those women, but there are also massage parlors, strip clubs and brothels in the country. You can hire a girl from strip club, paying an exit fee previously. Bringing a girl to the hotel is acceptable if she has an ID.

The Netherlands

Popular national destinations for sex tourists include The Netherlands, Amsterdam and Rotterdam. Red Light Districs, prostitutes of different races, Amsterdam best brothels, prices aren't low, but along with light drugs it's all for good.

No sexual taboos exist in the Netherlands.

Eastern Europe

Since the collapse of the Iron Curtain, Russia, Hungary, Ukraine, Bulgaria, Poland and the Czech Republic have also become popular destinations for sex tourism.

In Czech Republic most of sex workers are foreign girls from neighbour countries. They come out at evening and flood popular tourist places. Prices start at \$20 per hour. You also can visit a brothel, which are very nice and clean, girls can speak English. One can call them best brothels in Eastern Europe.

Popular Prague clubs:

Venuse, Lotos, Butterfly, Gentlemen's Club, Million Dollars, Kleopatra.

Hungarian is known for it's porn movies, and girls in paper ads look just like porn stars. Call them. Also visit sex-cinema which is popular in Hungary.

Ukraine and Russia are popular destinations for romantic tours, where men look not only for sex but firstly for wives. However, disonest guys use that opportunities for sex tourism (almost free). Prostitutes take not less than \$50 per hour, \$100 per night. Sex tourists from Turkey seeking cheap sex and prostitutes have good time at Ukrainian resorts like Crimea and Yalta.

Latvia

Fresh-looking girls walk the streets at evening, helping tourists to find popular public places and discos. They gladly accompany European tourists and make love for a small reward. Special catalogues with girls' info and contact telephone are distributed in Riga. After all, any night bar or striptease club have info where to find a girl for one-night stand. Prostitution is legal, so there are many brothels in big cities like Riga, women are obliged to go through health-check regularly.

Poland

Girls are beautiful and offer good service. Prices aren't as low as you may desire.

Austria

Prostitution in Austria is legal and girls can obtain this work from 14 y.o. Specialized magazines with hookers' photo and info and sex guides are issued and sold, the same info are being printed in ordinary press and magazines.

Related subjects: best brothels in Brazil, Thailand, best European country for prostitution, best escort service for low fees for men, prostitution in jalta, ukraine brothels

Attēli identificētajos seks­tūrisma un seksindustrijas rāmējumos

Nr.	Apzīmēšan as līmeņi	Denotācija	Konotācija	Rāmejuma veids	Attēls rāmējumā
1.	30.07.05.	Diena/ Georgs Rubenis	Rīga – seksa tūrisma lielpilsēta?		
	Trika efekts	-	-	Stratēģiskais , personiskās konsekvence s, atbildības, oficiālais	Pavadteksts sniedz pavisam citu attēla interpretācijas rāmi. Kopā ar to teksta rāmējumu neietekmē.
	Fiziskā poza	Daudz stāvošu un ejošu cilvēku	Cilvēku plūsma		
	Objekti/ vide	Brīvības piemineklis, laternas, izkārtne	Vecrīga tumšajā diennakts laikā		
	Fotogēnisku ms	Tumšs apgaismojums, izplūdušas cilvēku līnijas	Naksnīgums, darbība, kustība, aktivitāte		
	Estētika	Spožās laternas tumsā, izgaismotā iela	Romantiskums, noslēpumainība		
	Sintakse	-	-		
	Pavadteksts	Pilsētas centrs vakaros pilns ar ārvalstu tūristiem, kas neslēpj, ka ieradusies Rīgā seksuālu pakalpojumu meklējumos.			



Nr.	Apzīmēšanas līmeņi	Denotācija	Konotācija	Rāmejuma veids	Attēls rāmējumā
3.	27.06.06.	Rīgas Balss/ Jānis Āboltiņš, Laura Brance	Hokejs nav dzēsis sekstūrisma zīmogu		
	Trika efekts	-	-	Diagnostiskais/ problēmu	Pavadteksts sniedz attēla interpretācijas rāmi. Kopā ar to teksta rāmējumu neietekmē.
	Fiziskā poza	-	-		
	Objekti/ vide	Striptīzklubu reklāmas materiāli pie mašīnas priekšējā stikla, caur stiklu redzama Vecrīgas panorāma	Daudzveidīga striptīzklubu pakalpojumu pieejamība Rīgā		
	Fotogēnisms	Dabisks apgaismojums, tuvplāns un Vecrīgas fons	Dabiskums, realitāte, striptīzklubu piedāvājuma dominance Rīgā		
	Estētika	Striptīzklubu reklāmas un Vecrīgas fons	Abu konfliktējošā līdzspastāvēšana		
	Sintakse	-	-		
	Pavadteksts	Taksometru vadītāji bieži pamanās no tūristiem „noplēst” krietni lielāku maksu par braucienu un piedāvā arī iegriezties kādā striptīzbārā. Un to nu Rīgā netrūkst!			

Hokejs nav dzēsis sekstūrisma zīmogu

Jānis Āboltiņš, mā. 7062418
Laura Brance, mā. 7062412

Rīgā notikušais pasaules čempionāts hokejā nav īpaši mainījis Rīgas kā sekstūrisma pilsētas tēlu. Daudzi ārzemnieki joprojām vēlas Latvijas galvaspilsētā baudīt lēto alkoholu, izmantot intīmpakalpojumus un regulāri kļūst arī par noziedznieku upuriem.

Eirovīzija deva vairāk

Latvijas Viesniņu un restorānu asociācijas (LVRA) prezidents Jānis Jenzis RB atzīst, ka pasaules čempionātam hokejā bijusi piedēvēta pārāk liela nozīme tūristu piesaistē un joprojām daudzi ārzemnieki ierodas Rīgā, lai par lētu naudu varētu ierēbt un pārgulēt ar pārķamu sievieti. Seksa pakalpojumu cenu izpēti gan viņš nav veicis, taču alkohols Latvijas galvaspilsētā joprojām ir ievērojami lētāks nekā citās Eiropas pilsētās, un ir zināma tūristu kategorija, kuru tas piesaista. «Visi ir atkarīgi no cilvēkiem. Latvijas tēla veidošana ir laikietilpīga un darbietilpīga,» viņš paskaidro. Kā galveno kultūras iestādi, kas piesaista ārzemniekus, J. Jenzis minēja Nacionālo operu, daļa iebraucēju izvēloties arī ceļot pa Latvijas laukiem un baudīt dabu. Hokeja čempionāts tūristu pieplūdumu īpaši nav mainījis, un daudz vairāk cilvēku piesaistījis pirms pāris gadiem notikušais Eurovizijas dziesmu konkurss. «Es saprotu, ka Latvijai hokejs ir īpaši, bet pasaules čempionāti kādā sporta veidā notiek nepārtraukti. Ja man vaicātu, kur šogad notiek čempionāts ūdenspolo vai rokasbumbā, es to nepateiktu,» atzīst speciālists.



Taksometru vadītāji bieži pamanās no tūristiem „noplēst” krietni lielāku maksu par braucienu un piedāvā arī iegriezties kādā striptīzbārā. Un to nu Rīgā netrūkst!

Cenas atkal nokritušās

Viņaprāt, sacensību laikā aktuālējās vairākas problēmas, kas Latvijas un Rīgas tēla veidotājiem un tūristu uzņēmējiem būtu steidzami jārisina. Galvenā no tām ir sagatavošanās vērienīgam starptautiskam pasākumam un atbilstošas mērķetinga un reklāmas kampaņas veidošana. «Tas, ka notiek liels starptautisks pasākums, nedod garantiju, ka būs arī liela tūristu plūsma. Par to ir jāinformē,» saka J. Jenzis. Čempionāta laikā atklājies arī tas, ka nav kārtības Rīgas taksometru saimniecībā, kur daudzi šoferi centušies iedzīvoties uz iebraucēju rēķina. Tāpat novērots, ka naktsklubos nepietiekami tiek gādāts par drošību.

J. Jenzis nepiekrīt viedoklim, ka cenas Rīgas restorānos un krogos, kā arī viesnīcās būtu palikušas augstākas arī pēc čempionāta. Arī Vāci-

jā, kur patlaban norisinās pasaules čempionāts futbolā, cenas augušas līdzīgi. Taču Rīgā pēc sacensībām tās atkal pazeminājušās. «Tirgus ļoti labi sakārto cenas,» saka LVRA prezidents. Viņš piebilst, ka pret sekstūrisma un tūristiem – dzērājiem – cīnīties ir bezoerīgi – to pierāda pasaules prakse. Valsts iestādēm un Rīgas domei vajadzētu sakārtot šo biznesu, lai pušelj ar «flaieriem» uzkrītoši nesauktu iekšā striptīzklubos katru, kas izskatās pēc ārzemnieka.

Sekstūristi – mazākumā?

Tūrisma attīstības valsts aģentūras direktors Uldis Vitolīņš RB teic, ka šobrīd vēl ir pārāgrī spriest par to, cik lieli mērā čempionāts ietekmēs Rīgas tēla veidošanu. «Viena no lielākajām reklāmām ir «no mu-

tes mutē». Ir svarīgi, ko Rīgā pahijūšie cilvēki pastāsta draugiem un mājniekiem,» viņš paskaidro. Speciālists piebilst, ka hokeja čempionāts pierādījis – Rīga nemaz nav tik lēta, kā daži iztēlojas. Piemēram, viesniņu cenas čempionāta laikā pietuvinājušās dārgākajām Eiropas pilsētām. Arī U. Vitolīņš atzīst, ka daļu tūristu joprojām piesaista alkohols, kas Rīgā ir ievērojami lētāks nekā citur, un arī seksa pakalpojumi. Tomēr ar mērķi piedzerties vai izprietāties ar meitenēm braucot salīdzinoši maz tūristu skaits. «Sekstūrisma problēma ir pārāk uzpūsta. Vārbut šī tūristu daļa ir redzamāki, jo uzturas Vecrīgā, pie izklāides vietām. Tam jāzīet cauri visām jaunām un atraktīvām pilsētām, kurās nakts dzīve varbūt ir lētāka. Tā ir bijis gan Prāgā, gan Budapeštā. Arī alkohols ir problēma visur.

3. lpp.

Nr.	Apzīmēšanas līmeņi	Denotācija	Konotācija	Rāmejuma veids	Attēls rāmējumā
4.	02.02.2006.	Diena/ Zane Lase	Prostitūcija pieaug, kontrole niecīga		
	Trika efekts	Melnbalts zīmējums un krāsaina fotogrāfija	Pretstatu salīdzinājums – agrāk un tagad	Diagnostisks tematisks	Pavadteksts sniedz padziļinātas zināšanas par attēlā attēloto, attēls ar pavadtekstu piedalās seksindustrijas diagnostiskajā un tematiskajā (plašāks vēsturisks konteksts) rāmējumā.
	Fiziskā poza	Zīmējumā attēlota gultā atgūlusies sieviete, saliektām kājām atbalstījusies pret gultas malu, ar vienu roku pieskārusies dekoltē zonai; akcents uz atsegtām kājām un krūtīm. Fotogrāfijas izgriezums, kurā attēlots uz vēderu guļošas sievietes dibens un kājas saliekta ceļos, viena pacelta gaisā.	Erotiskas pozas gultā, zīmējumā – intimitāte, fotogrāfijā – pozēta seksualitāte		
	Objekti/ vide	Zīmējumā – gulta, gultas veļa, stāvlampa, sievietei viegla kleita, zeķes un kurpes. Fotogrāfijā – melnas zeķes, zeķturi un kurpes. Alus kausa zīmējums	Zeķes – seksualitātes simbols. Melnas zeķes – erotika. Melnas, smalkas kurpes – izsmalcinātība. Zīmējuma vide – guļamistaba, intimitāte. Fotogrāfijas vide – abstrakta		
	Fotogēniskums	Zīmējums gaišs, fotogrāfija – abstrakta, rāsu piesātināta	Zīmējumā vieglums, gaišums, fotogrāfijā – izteiktums, iespaidīgums		
	Estētika	Zīmējums vs. fotogrāfija	Izsmalcinātība, jutekliskums vs. eksplicīta seksualitāte		
	Sintakse	-	-		
	Pavadteksts	Zīmējumam: „Toreiz. Latvijas pirmās brīvvalsts laikā bija reģistrs – skaidri varēja zināt, cik prostitūtu ir, cik veselas un kur viņas meklēt. Ja prostitūta paziņoja, ka pārtrauc nodarbi, policija vēl kādu laiku uzmanīja, vai viņa arodu neturpina nelegāli.” Fotogrāfijai: „Tagad. Nekādas prostitūtu uzskaites nav, medicīniskās grāmatīņas ir tikai formalitāte, pakalpojumus visbiežāk piedāvā, slēpjoties aiz eskorta servisa nosaukumiem. Policija apturēt plaukstošo biznesu pagaidām nespēj.”			

Nr.	Apzīmēšanas līmeņi	Denotācija	Konotācija	Rāmeņuma veids	Attēls rāmējumā
5.	26.01.07.	Republika.lv/ Delmi Alvaress	Sieviete sabiedrībā (fotosesija un apraksts)		
	Trika efekts	-	-	Diagnostiskais/ protesta	Pavadteksts sniedz plašāku informāciju par fotogrāfijās attēloto, atbalsta diagnostisko un protesta rāmi.
	Fiziskā poza	Vairākas sievietes dažādās pozās dejo, sēž, stāv	Darbība, aktivitātes, dzīvīgums		
	Objekti/ vide	Skatuve, metāla stienis, neona gaismas, tumšs fons. Spoguļi, drēbes, kosmētikas līdzekļi u.c.	Divas telpas – klubs un aizkulisēs		
	Fotogēniskums	Tumšs, piesātinātu krāsu apgaismojums. Gaišs, dienasgaismas apgaismojums.	Intimitāte, noslēpumainība. Realitāte.		
	Estētika	Atkalinātie ķermeņi uz skatuves, veļā, un apģērbtie, nemāksloto pozu ķermeņi - aizkulisēs	Erotika un realitāte, uzspēlētība un dabiskums		
	Sintakse	7 fotogrāfijas ar sievietēm dejojot, 8 fotogrāfijas ar aizkulišu dzīvi	Paralēlās, līdzāspastāvošās realitātes		
	Pavadteksts	Starp kluba <i>Dolls</i> meitenēm ir gan precētās, gan neprecētās. Ir arī māmiņas ar vairākiem bērniem... Viņas katru vakaru uzstājas visdažādākajiem ļaudīm – jauniem pāriem, kāzniekiem, tūristiem, ceļotājiem, kuri atbraukuši, lai speciāli baudītu priekšnesumu. Šī dokumentālā fotosesija klubā <i>Dolls</i> tika uzsākta 2003. gadā, tas bija projekts Latvijas sievietes sabiedrībā.			



Nr.	Apzīmēšanas līmeņi	Denotācija	Konotācija	Rāmejuma veids	Attēls rāmējumā
6.	14.03.2006.	Neatkarīgā Rīta Avīze/ Sandris Vanzovičs	Domes striptīzs		
	Trika efekts	-	-	Diagnostiskais/ problēmu, atbildības, politika kā spēle	Karikatūra kā publikācijas diagnostiskā un problēmu rāmja izcēlums.
	Fiziskā poza	Divi spārnoti, lidojoši tēli. Viens sēdošs tēls ārpus sētas ap ēku – pīpē un tur rokā pudeli	Svētums, šķīstums un engēlisks miers ap Rīgas domi. Ārpus tās – uzdzīve.		
	Objekti/ vide	Ēka ar virsrakstu <i>Rīgas dome</i> , ap to sēta	Rīgas domes nošķirtība no apkārtējā		
	Fotogēniskums	-	-		
	Estētika	Krāsains, vienkāršs	Komiskums, ironija, bērnišķība		
	Sintakse	-	-		
	Pavadteksts	Rīgas dome			

komunikācija. Trešā vāts – drīzāk macija, ir sekundārs, svarīgāk ir – vai me. Var nosaukt vismaz vienu valdi- jiem – nesēn *Man-Tea* īpašnieka, uz-

stajos. noša- sot šīs, ka – val- stru- fīts ar celts. kļiem ames riku- godi- tiem eram gada i gan u asi- gļits aists n ka- kaut kāds dēju- i hit- ni iz- met- treib- ts esi gsvā- tās. igas, mju i tra- aid- ū tā- zda- , ne- pā- na il ir de- lības i nu kā- ņiem sija vasa- e pa- s, vā- kaut- dēja

Rīgas domnieki noteikumus izstrādā mediju pārstāvju izklaidei

Domes striptīzs

Sandris VANZOVĪČS, tāl. 7062450

Ik pa laikam Rīgas domniekiem uznāk vēlme kaut ko ierobežot vai aizliegt. Šāda vēlme it kā nebūtu nosodāma, ja vien neliela nianse – šie ierobežojumi parasti tiek izstrādāti kā ar kāju un reti sa- sniedz paredzētos mērķus.

Atliek vien atminēties pēdējos gados Rīgas pašvaldības apcirknos tapušos ierobežojumu priekšlikumus, lai nāktos aizdomāties, vai tiešām tautas kalpiem nav nekā jēdzīgāks darāms. Aizliegums drašēt pa ielām ar atvērtu alus pudeli un nolie-gums sēdēt pilsētas centra parku rāklēnēs, ideja par īpašņu uzlikšanu smēķēšanai, vērsšanās pret mobilo tālrunu izmantošanu sabiedriskajā transportā, zem namu logiem kaucošo auto signalizāciju saukšana pie kārtības, azartspēļu patriekšana uz viesnīcām utt. Ja nedaudz papildētos, droši vien atmiņā nāktu arī citas pašvaldības murgainas idejas, taču, šķiet, būs jau gana arī ar šīm. Nu domnieki visā nopietnībā ķērušies pie striptīzklubu darbības smacēšanas.

No nosauktās – var jau būt, ka nav slikti nedaudz *piegriezt skābekli* Vecrīgā pieaugošajai striptīzklubu invīzijai, taču kā tas izdarāms? Lai tikai definētu šādu lietu, domniekiem nāktos smagi papildēties. Kas ir erotiska vai pornogrāfiska rakstu-



Ilustrācija: Dima V. 2006.

ra priekšnesumi un kurš tos izvērtēs, kā ar speciāliem noteikumiem rēglamentēt «nosegtu vai nenosegtu pilnīgu vai daļēju dzimumorgānu demonstrēšanu», cik erotiski vai pat pornogrāfiski skaitīsies «priekšnesumi, kuros tiek izmantoti gliesti, skūpti u.tml. darbības»? Ja pēc se-

nešiem ilgiem pūlīpiem tiešām izdosis radīt šādu superdefinīciju un uzvelt uz kakla kādai domes amatpersonai iedzījināties visos šajos erotiskajos priekšnesumos un izvērtēt, ar ko nosodāms striptīzs atšķiras no maksimāli skaistas izģērbšanās, gan šie noteikumi izrādīsies pretu-

nā ar kādiem citiem normatīvajiem aktiem, kas reglamentē uzņēmējdarbību, un atbildīgā ministrija uzdos domei tos atcelt. Un viss darbs būs veidā, līdzīgi kā tas pierādījās bēdīgi slavenajā cīņā ar azartspēlēm.

Tāču galvenais – ko dome vēlas panākt ar šiem ierobežojumiem? Lai mazinātu Rīgas kā sektūrisma cieta-deles tēlu. Šajā gadījumā diez vai ir liela jēga vērsties pret striptīzklubiem, jo ārzemniekiem tie dod tikai papildu izklaides iespējas. Rietumnieki uz šejieni brauc ne jau skatīt «erotiska vai pornogrāfiska rakstura priekšnesumus» (tos viņi pašu mījas var skatīt pārpārēm), bet ar saviem biežajiem naudas makiem valdzināt pašmāju *bieži vien mazpeasiģis meičas*. Savukārt zeltu parības pret ārzemju tūristiem padarīt augstākas nebūs iespējams ne ar kādiem no augšas noteiktiem *ukaziem*.

Līdz ar to – kam tas viss? Nē, protams, žurnālistiem ir gana jautri klausīties komiteju sēdēs, kā deputāti cenšas likties viens par otru gudrāki un asprātīgāki, sprīdelejojot par šo visai kutelīgo tēmu, taču diez vai sešdesmit Rīgas gudrākās galvas piemēnētos noteikumus izstrādā masu saziņas līdzekļu pārstāvju izklaidei. Taču cita jēga no šiem ierobežojumiem tiešām nav manāma. Tāda savdabīga – **03.03.2007** – priekšvēlēšanu laika nedaudz *pasūtmies* preses slējis vai TV ekrānā. ■

Ba arī

Viktors A

Diskusijā Svētā Pē vai Rīga vien jau sākot ar dzot ar premjer nekļūst.

Sabie LELB mats. N kas note ganstu, j cībā nod ratuleve l vēcīgāka, Nav ekot rādītu l uzturēt tenciāl plata ba zīpā ba kārtot dzamā l fiju izst ri uzurp Ja kā gument tos aizst jis gaisā, nīcāi pa paraugu tā jau knē casurums, pačurāt, l Pačurājā The sandis

Nr.	Apzīmēšanas līmeņi	Denotācija	Konotācija	Rāmežuma veids	Attēls rāmežumā
8.	20.01.05.	Nedēļa/ Lato Lapsa	Latvijas sekss industrija: vai tiešām iznīkst?		
	Trika efekts	-	-	Ekonomiskās konsekvences, diagnostiskais problēmu, materiālais	Iespaidīga fotogrāfija, kas ilustrē raksta analītiskumu caur problēmas tuvu izpēti (attēla supertuvplāns), taču ar seksuālo eksplicitumu maina raksta rāmežumu.
	Fiziskā poza	Kails sievietes dibens, kas piesegts, aizskarts ar rokām	Sevis aizskaršana – savas vērtības ekspozīcija		
	Objekti/ vide	-	-		
	Fotogēniskums	Supertuvplāns, zilbalta fotogrāfija	Tuvums, dziļāks ieskats, pietuvinātības efekts		
	Estētika	Kailums, aizskaršana	Eksplicīta seksualitāte		
	Sintakse	-	-		
	Pavadteksts	-	-		



Nr.	Apzīmēšanas līmeņi	Denotācija	Konotācija	Rāmejuma veids	Attēls rāmējumā
9.	25.01.07.	Rīgas Balss/ Antra Gabre	Erotikas un pornogrāfijas vajāšana		
	Trika efekts	-	-	Konflikta, oficiāls	Attēls ilustrē rakstā minētu aspektu, pavadteksts sniedz padziļinātās zināšanas attēla konotācijā, taču erotiskā, pat vulgārā rakstura dēļ, ietekmē un maina oficiālo rāmējumu
	Fiziskā poza	Uz vēdera guļoša, blonda sieviete pilnā augumā, kas laiza metāla stieni	Erotiska poza		
	Objekti/ vide	Saplēstas melnas zeķbikses, melnas kurpes uz papēžiem, kakla saite ap kaklu, metāla stienis, fonā – cilvēki, kas vēro.	Striptīza priekšnesums		
	Fotogēniskums	Vidējs plāns, tumšs apgaismojums fonā	Tuvums, izteiksmīgums		
	Estētika	Atkailināta sievietes augšdaļa, zeķbikses, laizīšana, saplēstas stieņa	Izaicinājums, vulgaritāte		
	Sintakse	-	-		
	Pavadteksts	Šis priekšnesums saskaņā ar Rīgas domes jau pērnvasar formulēto definīciju ir uzskatāms par erotisku.			

KAS IR EROTISKA RAKSTURA PAKALPOJUMS?
Rīgas dome definējusi: "Iztīrīšanas pakalpojums, kas ir saistīts ar cilvēka ķermeņa atkailināšanu, piemēram, striptīza, erotiskā masāžas, kā arī programmu pakalpojumi, kas vērsti uz seksuāli subrodinātāmu izraisīšanu."

KAS IR EROTISKA VAI PORNOGRĀFISKA PRIEKŠNESUMI?
Pārvērtības noteikumu apraksts: "Iztīrīšana, kas saistīta ar nosēgtu vai nosēgtu ķermeņa daļu vietu demonstrēšanu, kā arī priekšnesumi, kurus izmanto gļietas, slēptas un samērā dabiskas darbības, neievērojot priekšnesuma mākslīgās robežas vai vērtības."

KĀDS IR EROTIKAS UN PORNOGRĀFIJAS IEROBEŽOŠANAS LĪKUMPROJEKTA MĒRĶIS?
Noteikt erotiska vai pornogrāfiska materiāla apertes ierobežojumus, aizsargāt cilvēku no nevainīgu satiksmes ar pornogrāfiskiem materiāliem, nepieļaut bērnu iesaistīšanu erotiskā un pornogrāfiskā materiāla aprē, kā arī noteikt ierobežojumus erotiska rakstura izklaides vietu darbībā un pasākumu organizācijā.

EROTIKAS UN PORNOGRĀFIJAS VAJĀŠANA

Šis PRIEKŠNESUMS saskaņā ar Rīgas domes jau pērnvasar formulēto definīciju ir uzskatāms par erotisku.

25.01.2007.

RĪGAS KODS

Zem legālo nosaukumu nomāktāis nelegālo seksuālo pakalpojumu biznesa pagaidām vēl priecēs visus, kuri no tā gūst kādu labumu. Jebkāds: nauda vai baudi, jo Ministru prezidence Algars Kalvītis (TP) tikai šo piemēriem bija apņēmies sākt kidat ministriju rīcības plānus. Tas nozīmē, ka kaut kad nonāktu arī līdz Iekšlietu ministrijai un tad arī sāktos pārrunas, kā kontrolēt, piemēram, erotiskās masāžas salonos.

Atīrēnietis nekas. Par to liecina līdzīgā pieredze Rīgā. Nemānās ap lūdu it kā nevainīgu lietu kā erotiska izvērtība per cūkāsno starp vārdi un jēdzieni. Rīgas politiķi vismaz dažos gadījumos vārdus izmanto un tad sāka darīt, lai konstatētu, ka... neko nevar padarīt. Pārgājusi gada sākumā pašvaldība iedomājās, ka, pirmkārt, Veicīgā, otrkārt, pašvaldība un valstī piederīgais ēdās, traukāt, 300 metru attālumā no ēkām, kurās atrodas izglītības iestādes, un, ceturkārt, daudzdzīvokļu māju nodokļa strāves izklaides vietās, kurās tiek demonstrēti erotiska vai pornogrāfiska rakstura priekšnesumi. Tika izstrādāta pat domes saistošo noteikumu projekts. Uzņēmējdarbības koordinācijas centram tika uzdots precīzēt to vietu sarakstu, uz kurām attiecināms saistošo noteikumu darbība. Šajā dienā RB neievēroja Uzņēmējdarbības koordinācijas centra atzāt kādu darbības, kuri zina par šāda saraksta pastāvēšanu.

Kad Rīgas mērs Aivars Aksenoks (JL) rosināja striptīza un pornogrāfisko priekšnesumu aizliegt Veicīgās klubos,

deputātu vidū sākās diskusija, kas ir pornogrāfija, kas – erotika. Turklāt viņi nebija vienprātīgi par to, cik tālu un ko kādās ierobežotā jautājumā rakstulā, striptīzklubiem un citām izklaides vietām. Vārdēdnot domes labie plāni ierobežot erotiska rakstura izklaides vietās atdāris pret reģionālās attīstības un pašvaldību lietu ministru Māris Kučinskis (TP) pērnvasar izstrādāto vērtu ar norādī, ka pašvaldība nav tiesīga ierobežot uzņēmējdarbību. "Mēs acinām izstrādāt likumā grozījumus, kas pašvaldībai deleģētu tiesības noteikt atsevišķās teritorijās kādus ierobežojumus," vārsā nolīca Ā. Aksenoks. Jā, ministrija un domes pārstāvji kopējā darba grupā sēdē sprieda par nepieciešamību paredzēt pašvaldībām tiesības regulēt izklaides vietu darbību. Sacinā izstrādāt Erotikas un pornogrāfijas ierobežojumu likumprojektu. Galvprojekta domes vienāz vārā jomā virzītu ir gausi: pieņemti grozījumi pašvaldības noteikumos par erotisko pakalpojumu reklāmas ierobežojumu Rīgā. Tas nozīmē, ka erotiska rakstura pakalpojumu reklāma ir aizliegta ārpus erotiska rakstura pakalpojumu sniegšanas vietām; ādas klubos atļauta norādīt tikai tā osaukuma, turklāt jānosvaidina, ka tieši seklusē noteikojais nav rodams no ārpusē; erotiska rakstura pakalpojumu sniedzotājiem uzņēmējiem savu iestāžu iekārtās un fasādes apgaismošanā hāis liegts izmantot gaismas specifikātas, piemēram, mirgojošās gaismas, gaismas vādas un tamborāģis.

Kamēr noteikē hī pērnānās, tikmēr: piemēram, erotiskās masāžas saloni turpina darboties. Seksuālo pakalpojumu uzņēmējdarbība aizskūpesies sūz visnotājīgākām iekārtām. Erotiskās masāžas salons pakalpojuma Apatkā līesa trakējāsi kā seksuālais, līdz ar to uzņēmējais var apbārdēt sūtenēriem. Tas –

Notiek arī tā

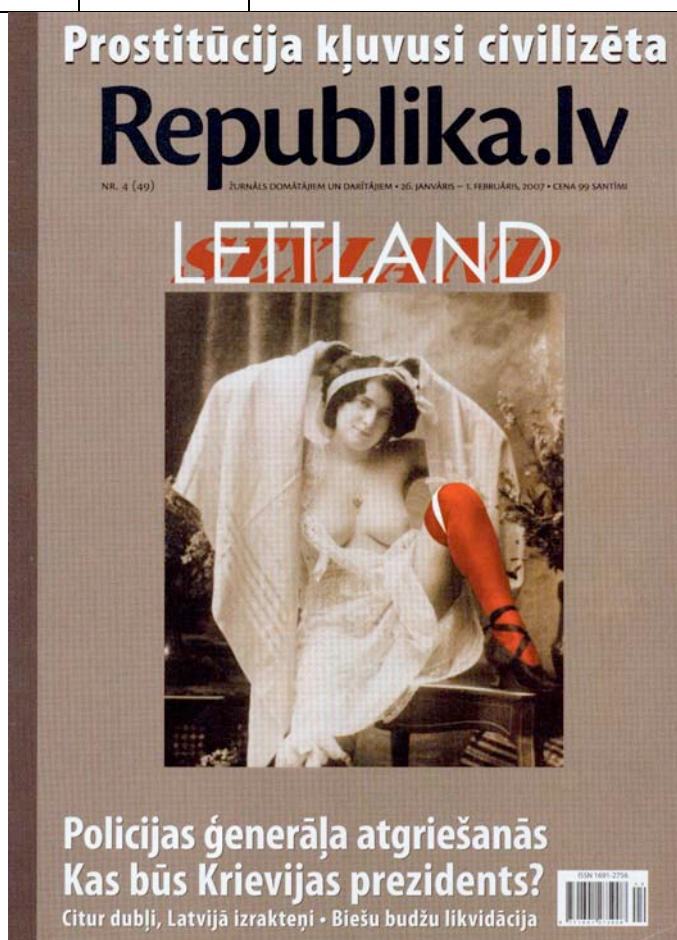
Amsterdāmā (Nīderlandē) hāis visām pašaudes prostitūcijas veidā piemēroklis rākas sūnos iespēdais sievietē stāvēs uz durvīs sūlēkļa un vērsēs debēs.

No vienas puses. No otras – veselības situācija hājos salosos notiek kontrolē, lai hāi hājos salosos piedāvā. Cerams, par hāim –caurumiem hākos premjers runās ar ministriem. Arī Rīgas dome nolūpsies hā gada sākumā "operēt mēru" prostitūcijas sūlē. Jotānā. Kādi tie hāis un kād tas notiks? Gausim!

Nr.	Apzīmēšanas līmeņi	Denotācija	Konotācija	Rāmejuma veids	Attēls rāmējumā
10.	31.05.05.	Rīgas Balss/ Agnese Voika, Māris Lapsiņš, speciāli RB	Uz Rīgu pēc seksa Vāka foto		
	Trika efekts	-	-	Diagnostiskais materiālais	Attēls ir neatkarīgs no pavadteksta - attēls ilustrē to pastarpināti - pievienojot vēl vienu sekundāra diagnostiskā izpausmi - „skaistās Rīgas sievietes”.
	Fiziskā poza	Stāvošas sievietes kājas plecu platuma pozā. Kājas slaidas, iedegušas, kailas	Atvērtība, jaunība, vasarīgums		
	Objekti/ vide	Vecrīgas panorāma aiz sievietes, Doma baznīcas tornis sievietei starp kājām. Sarkanās kurpes un svārki	Rīga kā skaisto, labi izskatīgo un pieejamo sieviešu pilsētu		
	Fotogēniskums	Tuvplāns, krāsaina fotogrāfija, gaišs fons	Tuvums, dabiskums, iespaidīgums		
	Estētika	Atkailinātas, slaidas kājas sarkanos apavos un sarkanos svārkos	Izaicinājums		
	Sintakse	-	-		
	Pavadteksts	Uz Rīgu pēc seksa. Paveroties Eiropas Savienības robežām, manāmi ir pieaudzis ārzemju viesu skaits Rīgā. Varētu jau domāt, ka Rīgas skaistākās vietas ir tas, kas apbur tūristus, bet vai galvenais iemesls tomēr nav pieejamais intīmpakalpojumu klāsts?			



Nr.	Apzīmēšanas līmeņi	Denotācija	Konotācija	Rāmejuma veids	Attēls rāmējumā
4.	26.01.07.	Republika.lv	Lettland - Sexland Vāka foto		
	Trika efekts	-	-		Fotogrāfija un pavadteksts apspēlē skaisto Latvijas sieviešu tēmu, kas ir pamatā arī seksstūrisma problēmai Latvijā.
	Fiziskā poza	Sēdoša sieviete uz galda, ceļi ielikta un pacelta kāja un atbalstīta pret galda malu. Rokas paceltas augšup pie galvas un kārtu matus.	Jauna sieviete pavedinošā pozā		
	Objekti/ vide	Balta, viegla un gaisīga kleita mugurā, kas atsedz sievietes kāju un krūtis. Balta šalle uz pleciem, Sarkanbaltsarkana zeķe kājā un melna kurpe. Fonā sienas gleznojums	Veclaicīgums, intīma gaisotne, uzsvērts etniskais elements ar sarkanbaltsarkano zeķi kājās.		
	Fotogēniskums	Pelēkbrūni toņi, viens spilgts elements - zeķe	Senatnīgums, kuram izceļot vienu objektu (zeķi) mainās nozīme		
	Estētika	Atkailinātas krūtis un kājas, intīma gaisotne	Jutekliskums		
	Sintakse	-	-		
	Pavadteksts	Lettland - Sexland			



Bakalaura darbs “**Sekstūrisma un seksindustrijas rāmējums latviešu nacionālās preses publikācijās (2005 – 2007)**” izstrādāts Latvijas Universitātes Sociālo zinātņu fakultātē.

Ar savu parakstu apliecinu, ka pētījums veikts patstāvīgi, izmantoti tikai tajā norādītie informācijas avoti un iesniegtā darba elektroniskā kopija atbilst izdrukai.

Autore: Linda Ļisicina

Rekomendēju darbu aizstāvēšanai
Vadītājs: asociētais profesors Dr. hist. Ojārs Skudra

Recenzents: asociētais profesors, Dr. art. Ābrams Kleckins

Darbs iesniegts Komunikāciju studiju nodaļā 04.06.2007.
Metodiķe: Zane Šadre

Darbs aizstāvēts bakalaura gala pārbaudījumu komisijas sēdē

Komisijas sekretāre: