



*Eggende - vækkende - dækkende*

*Giv los - Giv Lov - Det lønner sig!*

*Kommunikation i praksis - Projekt*

*Anita Graugaard - 4. juni 2012*

## Indhold

Problemstillingen.....	4
Problemformulering.....	4
Afgrænsning .....	4
Metode.....	4
Det tekst eksterne problem .....	5
Modtagerne af de informationer "Tidens Kvinder" kan formidle, er .....	5
Disse målgrupper er relevante modtagere af budskabet.....	5
Det Retoriske Kompas .....	6
Modtagerne.....	6
Afsender .....	6
Formål.....	6
Emne.....	6
Medium.....	7
Genre.....	7
Forløb .....	8
Fremstillingsform.....	9
Kontekst .....	9
Summering af analyse af bladet som helhed .....	10
Analyse af artiklen "Sig noget frækt" fra Tidens Kvinder gennem AIDA modellen.....	11
Attention .....	11
Interest.....	11
Desire .....	12
Action.....	12
Summering af "Sig noget frækt" .....	12
Analyse af artiklen "Skriv dig til sex og søde mænd" fra magasinet "Tidens Kvinder".....	12
Aktualitet.....	12
Identifikation.....	13
Sensation: .....	13
Konflikt.....	13
Væsentlighed.....	13
Summering af Skriv dig til sex.....	13
Analyse af artiklen "Hyldest til PIKKEN" fra magasinet "Tidens Kvinder" .....	14
Information .....	14
Identifikation.....	14
Fascination.....	15

Summering af "Hyldest til Pikken" .....	15
Konklusion på projekt.....	15
Litteraturliste: .....	16
Bilagsliste: .....	17

## Problemstillingen

Jeg har valgt bladet "Tidens Kvinder" som udgangspunkt for min opgave, da jeg mener det behandler et interessant og nærværende, dog stadig for mange prækært, emne, på en sober og smagsfuld måde, tilsat let provokation, humor samt lødighed. Det er mit ønske at slå en sag for menneskers seksualitet uden skelen til, hvad der er godt eller dårligt undtagen for en selv og partner og denne indstilling er "Tidens Kvinder" et godt talerør for.

## Problemformulering

Gennem en analyse af magasinet "Tidens Kvinder" ønsker jeg at undersøge, om kvinders lyst kan stimuleres gennem litteratur samtidig med at accept af egen seksualitet kan forøges gennem artikler om erotik og viden om sex.

## Afgrænsning

Jeg vil ikke behandle emnet om at kvinder kan føle sig presset til at drive deres seksualitet længere ud end de er trygge ved, da min vinkel netop er at udfordre trygheden, samt at det bliver for omfattende at beskrive i denne opgave.

Jeg nævner bladets hjemmeside men vælger af pladshensyn ikke at analysere den nærmere.

## Metode

Jeg vil gennem 3 tekster give et indtryk af variationerne i bladets artikler. Udvalget er gjort gennem 12 blade indsamlet over et par år og kriteriet for valget af tekst har været "Kommunikation i praksis".

Jeg vil analysere magasinet som helhed gennem følgende modeller:

1. "Tekst eksterne problem" (Kilde: Kap. 1 s.15-20 Borup, Helle/Skov, Hanne og Kommunikation i praksis Lektion 2 slide 27-32)
2. "Det retoriske Kompas" (Kilde: Troværdighed – Tal godt for dig! Lemée, Pernille S. og Lund, Anne Katrine s. 13.)

og nedenstående modeller vil blive gennemgået i 3 separate artikler fra bladet

"AIDA modellen" (Wissing:Virksomhedsanalyse, Systime Academic 2005)

"En god historie" (Kilde: Kommunikation i praksis lektion 3 s. 9. slide 1)

"De fem Nyhedskriterier" (Kilde: Kommunikation i praksis lektion 3 s. 9. slide 2)

### **Det tekst eksterne problem**

(Kilde: Kap. 1 s.15-20 Helle Borup/Hanne Skov: Som man råber i skoven og Kommunikation i praksis Lektion 2 slide 27-32)

Definition af det tekst eksterne problem er: "hvad er problemet" og hvorfor bør det løses – hvordan kan det løses. Problemet skal formuleres kort og præcist og der skal vurderes, hvilke områder der kan/skal ændres, eventuelt alle 3 områder:

- Viden
- Holdning
- Adfærd

Det tekst eksterne problem er: Kvinder skal lære at anerkende egen lyst for at få mere og bedre sex implicit derved større glæde og tilfredshed i livet for dem selv og eventuelle partner.

### **Modtagerne af de informationer "Tidens Kvinder" kan formidle, er**

- kvinder som selv vælger at købe bladet og derfor er interesserede og åbne for sensuelle tekster både til information og inspiration til at føle lyst
- kvinder som køber bladet som oplæg til dialog i hjemmet om ændring i sexlivet
- eller kvinder, hvis partner køber bladet – både som oplæg til samtaler om samlivet med partneren men også til information og inspiration til at føle lyst

### **Disse målgrupper er relevante modtagere af budskabet**

Budskabet er mere og bedre sex som formidles gennem artikler, der er sobert skrevet og med smagsfulde billeder, så bladet ikke virker pornografisk, men sensuelt og som derved bedre kan formidle budskab om glæde og skønhed ved sex end mere hardcore pornografi, som virker uægte og vulgært på kvinder. Jeg mener, at bladet rammer målgruppen godt gennem sprogbrug, billedmateriale samt relevante emnevalg og derfor vil dette kunne åbne lysten til dialog om bedre sex og gerne ændre bare nogle menneskers sexliv til det bedre og dermed ændre deres holdning fra forbeholdenhed til imødekommenhed overfor sex.

Sprogbrug, billedmateriale og relevante emnevalg øger interessen og forståelsen for budskabet, samt lysten til at læse og lære om et, for nogle prekært, emne betyder, at der kommunikeres på modtagerens betingelser og sandsynligheden for accept af informationerne er gode, og dermed at adfærd ændres.

Kritik er, at artiklerne kommer til at gentages for selvom der kommer nyt stof, vil tidligere brugt stof være relevant for nye læsere og bliver derfor gentaget, dog i ny formulering. Indholdet kan

heller ikke være særlig dybdegående – det tillader pladsen ikke, men for ismernes (de specielle lysters) vedkommende, er bladet en informationskilde som en begyndelse og alle kan jo selv søge videre efter mere information, såfremt dette ønskes, så viden øges.

### **Det Retoriske Kompas**

(Kilde: Troværdighed – Tal godt for dig! Pernille S. Lemée og Anne Katrine Lund s. 13.)

### **Modtagerne**

Mennesker med interesse for egen og andres seksualitet. Forhåndsviden er meget forskellig i målgruppen, men formålet med udgivelse af bladet er at højne viden om, lysten til og modet på egen seksualitet. Indstillingen må være positiv til bladet, når det købes, ellers ville forbrugeren købe noget andet.

### **Afsender**

Bladet "Tidens Kvinder" er skrevet af kvinder med interesse og viden om sex – både gennem egne erfaringer samt teori plus journalistisk baggrund. Denne baggrund giver et troværdigt og seriøst indtryk, som samtidig giver plads for humor og kant. Artikler og kommentarer virker generelt ægte, ærlige og nærværende.

### **Formål**

Formålet er naturligvis primært at sælge et blad for at opnå profit, og dette gøres kun ved at ramme et eksisterende behov, som er et ønske om mere information om sex og naturligvis det pirrende/ophidsende i at læse om emnet sex.

### **Emne**

Sex i alle afskygninger. Der er erotiske noveller skrevet til at få lyst og blive seksuelt ophidset – reklamer/artikler/vejledninger for sex legetøj, som kan købes i webshop – informative artikler om alle afskygninger af sex samt forslag til erotisk musik og litteratur. Det er meget smagsfuldt illustreret ved billedmateriale efter den feminine smag – gennem skyggefulde portrætter ses alt, som dog ikke er klasket lige i øjnene. Der er både kvinder og mænd i billedmaterialet og nogle er ikke modeller men almindelige (smukke) mennesker. Artikler er skrevet i varierende stil, mange gange i fortæller form, hvor journalisten tager udgangspunkt i egne erfaringer, fordi hun f. eks. har prøvet at være i swinger club og oplevet stemningen. Dette giver en overbevisende og troværdigt indtryk af de informationer hun formidler, især når artiklen indeholder konkrete anvisninger på fornemmelsen af f.eks. at have 2 elskere eller at være 10 nøgne mennesker sammen i et spabad.

## Medium

Det er et magasin i stilfuld design med kraftige sider i glittet papir med mange billeder.

”Tidens Kvinder” har også en hjemmeside [www.tidenskvinder.dk](http://www.tidenskvinder.dk), hvilket er en webshop for

køb af sex legetøj og naturligvis reklame for bladet. Deres ”Tickets, Trains and Toilets” ses på indsatte dumpscreen af hjemmesiden. Det er den grå fane med link til Erotik, Erotiske film, Erotiske noveller, Udsalg, Set i Tidens Kvinder, Redaktionen anbefaler og Shopmagasin. Magasinet har tillige en ”like gruppe” på Facebook.

## Genre

Den er dobbelt, da det er et erotisk dameblad – og den gængse opfattelse af erotik eller porno er, at dette er en meget maskulin interesse. Denne antagelse er heldigvis på retur, måske netop gennem dette medie. Formålet i genren erotik er, at pirre købernes lyst og begær, og dameblade er til underholdning og information, som tiltaler kvinder. Blandingen af de 2 genrer erotik og dameblad følges fint ad gennem gode artikler, frække (ikke vulgære) noveller og lækre billeder, som tiltaler kvinder. Den traditionelle rolle til en modtager af porno/erotik er den gamle (mandlige) gris, som bliver liderlig af at se billeder af nøgne, unge, implicit uskyldige, piger. Tidens Kvinder (afsenderen) er en ny genre, nemlig et erotisk dameblad, hvilket er underholdning med relevante artikler om sex på en måde kvinder kan forholde sig til. Derfor fremstilles erotikken her med pæne billeder af nøgne mænd – også i en voksen alder, hvilket

punkterer den fordomsfulde gammeldags indstilling til at beundre pornografiske/erotiske billeder, som kvinderne sagtens kan se alene eller sammen med deres mænd.

*Skabelonen for dameblade* er artikler – reklame – skønhedsprodukter – accessories – tips og tricks (jævnfør bilag 1: indholdsfortegnelsen over Tidens Kvinder)

*Skabelonen for porno blade* er vulgære billeder – typisk nærbilleder af kvindens kønsdele og Læsernes egne fortællinger, som er meget pornografiske og vulgære tekster skrevet af mænd om kvinder. Disse 2 skabeloner er sat sammen i et erotisk dameblad, hvor fokus er sensuelt og teksterne "Læsernes egne fortællinger" måske er skrevet af mænd – men også af kvinder og i et erotisk sprog, hvor billedmaterialet tillige er mere sensuelt. Afsender rollen bryder genren på både pornografiens forventninger og damebladets forventninger og smelter dette genrebrud på to medier sammen til en ny genre – et erotisk dameblad.

## Forløb

Leder,

indholdsfortegnelse,

Tidens Favoritter (redaktionen anbefaler alt fra dildoer til make up)

Forskellige artikler (Sex med en ven – 6 sejlivede myter om onani – Sig noget frækt – Hvis lysten er væk – Nossenyt:12 ting du ikke vidste om testikler – Alle kvinder kan sprøjte – Fod fetichisme) Små infotekster

Ideer til film

Musik og bog oplevelser

Skønheds tip

Pin up mand

Læserne erotiske noveller

Frække fif (små kinky ideer med korte indlæg til "how to do")

Et indlæg fra en mands syn på kvinder

Sexologens klumme – denne gang om at undervise teenagere i sex

4 nøgne mænd fortæller om deres syn på egen krop

Ordenes oprindelse – hvor stammer de frække navne om vores kropsdele fra?

Gennemgang af dildoer med pris og muligheder

Ris og Ros

Læserbrevkasse

Horoskop

naturligvis med reklamer for sex produkter ind i mellem siderne samt en teaser på sidste side om næste nummers highlights.



Indholdet ligner "Alt for damer" bortset fra at emnet sex er dominerende, men opbygningen ligner meget. Dette tiltaler målgruppen, da det minder om noget trygt og kendt og derfor skræmmer emnet sex ikke så meget.

Bilag 1: Indholdsfortegnelse fra nr. 4 2012 Tidens Kvinder

### Fremstillingsform

Ifølge det retoriske kompas er kravene for teksten følgende:

1. Hensigtsmæssigt
2. Klart
3. Korrekt
4. Levende

og disse krav honoreres i bladet som helhed, fordi bladets leder tager udgangspunkt i almindelige kvinders hverdag og gør det både hensigtsmæssigt og levende at læse. Sproget er, for hele bladets vedkommende, klart og bruges der fagudtryk, bliver de forklaret. Artiklernes indhold vurderer jeg til at være faglige korrekte.

### Kontekst

Fysiske rammer

1. Sted
2. Tidspunkt
3. Ro
4. Tempo

Psykiske rammer

1. Motivation
2. Indstilling
3. Stemning
4. Forventning

**Stedet** vil være behageligt: dette medie er det skrevne medie og derfor forventer jeg, at læseren sidder et behageligt sted og nyder sit indkøbte læsestof. Om det er sofahygge med the eller rødvin på stranden – måske i sengen med elskeren lyttende til højtlesning er underordnet.

**Tidspunktet** er bevidst valgt til underholdning og læseren må forventes at have tid til

budskabet.

**Ro og tempo** må forventes at være langsomt – jeg tvivler på, at nogen vil købe et dyrt erotisk blad og skimme læse det i en stresset stemning.

**Motivationen** for budskabet som helhed – bedre og mere sex til kvinder især og mennesker generelt, antager jeg er positiv for køberens vedkommende, ellers ville pengene bruges til et andet blad

**Indstilling** til emnet sex er forhåbentlig positiv, siden bladet købes, og da målgruppen er kvinder, er sprog og billeder anlagt efter den feminine smag.

**Stemning** må være behagelig og positiv – hvad enten man læser bladet alene eller sammen med sin partner, gør man det ikke i en ulykkelig eller vred stemning.

**Forventning** er mangesidet til dette blad – underholdning og ønske om ophidselse, ønske om oplysning eller ønske om information til partneren om et behov/ en isme, der kan være svær at tale om direkte.

### Summering af analyse af bladet som helhed

Analyse både gennem Det tekst eksterne problem, som belyser holdninger hos modtager og Det retoriske kompas, som belyser faktuelle informationer om modtagers situation, dækkes hele området i teksten og alle detaljer belyses. Kritik vil være at der forekommer gentagelser i analysen.

I "Tidens Kvinder" behandles emnet sex tilgængeligt og fagligt for den relevante målgruppe. Virkemidlerne sprog, billeder og emner fremmer modtageligheden for målgruppen. Denne er i en positiv psykisk og fysisk stemning, hvor informationerne vil blive modtaget med interesse uden støj, hvilket betyder at sandsynlighed for ændring i adfærd er stor. Afsender virker qua uddannelse og egne oplevelser troværdige. Genrebruddet dameblad/pornoblad giver en ny tiltalende og pikant dimension og budskabet "Sex er glæde" trænger godt igennem bladets opbygning og informationer.

Giv los – giv lov – det lønner sig!

## Analyse af artiklen ”Sig noget frækt” fra Tidens Kvinder gennem AIDA modellen.

### Bilag 2

Det er Terje Nordberg der har skrevet artiklen og der kan læses mere om ham på hjemmesiden [www.terjenordberg.dk](http://www.terjenordberg.dk). Han er uddannet psykoterapeut og journalist og født i 1947.

### Attention

Overskriften ”*Sig noget frækt*” er æggende – dækkende og vækkende – jeg blev nysgerrig og læste anslaget, som er en summering af tekstens hovedindhold tilsat seksuelle udtryk ”*seksualitet*” + ”*erogene zoner*” = *stemning*. Interessen er vakt.

### Interest

Jeg bemærker skribentens navn Terje Nordberg og dette, at artiklen er skrevet af en mand, til kvinder om at føre an i den frække tale, giver ham større Ethos – han ved jo, hvad han taler om, i kraft af sit køn. En mand ved, hvad mænd vil have. Han underbygger denne Ethos gennem brugen af logos mange steder i artiklen – bl.a. hvor han refererer til de medicinske termer Lalochezia = brug af vulgære udtryk for at lette spænding (eller smerte) og Laliophilia = ophidselse ved at sige ord højt. Referencen ”*der er altså en sammenhæng mellem lyst og ophidselse og det udtalte forbudte, grove og frække ord*” underbygger, at det er en fagmand der udtaler sig. Skribenten benytter sig bl.a. af anaforen – gentagelse der skaber rytme – ved overskriften ”*Timing, timing og atter timing*” til at understrege budskabets vigtighed. Der bruges 2 gange metoden som blikfang at gentage allerede skrevet tekst igen i artiklen som overskrift. Pathos bruges som det overbevisende argument for sagen: ”*Din fyr vil sandsynligvis elske dig for det*”. Vi vil alle gerne elskes og glæde den vi elsker, og dette giver yderligere argument for budskabet. Skribenten bruger teknikken at starte med at beskrive ønsket – at snakke frækt til partneren og dernæst forudse modstanden. Denne tilbagevises med at ”*Gu’ er du ej. Ikke altid*” pæne piger holder nemlig også fri en gang i mellem. Tilbageholdenheden bliver anerkendt og underkendt – ”du skal turde tabe for at vinde” er budskabet i denne artikel og der kommer konkrete eksempler på, hvordan man kan starte legen. Endda muligheder for at redde situationen, hvis nu det ikke virker, så man ikke taber ansigt. En interessant vinkel på artiklen er forklaring på, hvorfor mænd ikke tør starte legen af angst for at blive misforstået og nedgjort af deres pæne kærester, men hvis kæresten ikke er så ”pæn” vil manden være mere end klar til at fortsætte. Dette giver et mod til kvinden om at turde vove springet og føre an – noget kvinder lader manden om mange gange.

### Desire

Artiklen taler for at udleve dette ønske at tale frækt til hinanden, måske tidligere uerkendt, men nu erkendt og er fortaler for at lade lysten springe frit. Det er også et oplæg til at prøve noget nyt for at opfriske et længerevarende forhold. Det kan derudover bruges som overraskelse til partneren og vække ham.

### Action

Gå i gang – nu ved du hvordan – hvornår – hvorhenne og med hvem – så er det bare at prøve det.

### Summering af ”Sig noget frækt”

En mandlig journalist og terapeut skriver en vejledning til kvinder i at snakke frækt om sex for at ophidse deres mænd og argumenterer for, at piger ikke altid skal tale pænt. Han bruger logos til argumentation, vejleder til konkret brug af ord og sætninger, også hvis hensigten fejler, og ansporer til at gøre forsøget. Gennem pathos overbeviser han læseren om rigtigheden i forsøget og gennem sit køn og tekstens opbygning øger han sin ethos overfor læseren.

”Du skal turde tabe for at vinde”

### Analyse af artiklen ”Skriv dig til sex og søde mænd” fra magasinet ”Tidens Kvinder”

(bilag 4) med udgangspunkt i **De fem Nyhedskriterier** (kilde: Kommunikation i praksis lektion 3 s. 9. slide 2)

### Aktualitet

Artiklen om, hvordan man kontakter en mand gennem netdating er højaktuel i denne tid, hvor rigtig meget kommunikation sker gennem Internettet. Kvinder har gennem tiderne været de ”jagede”, men har gennem Internettet nu større mulighed for at bryde normerne og selv være de ”jagende”. Denne tekst er en vejledning i ”does and don’t” så man undgår de gængse fejlfejder. Der er en liste på 12 punkter, med journalistiske råd:

1. Kort er godt – ikke for lange tekster
2. En til hver – individuel tekst til hver kandidat
3. Overskrift
4. Fokuser, prioriter, fremhæv det relevante (Logos)
5. Find ligheder
6. Spørgsmål – viser interesse
7. Skriv i dit eget sprog
8. Vær ærlig (Ethos)

9. Skab stemning – fortæl hvad du laver mens du skriver mailen (Pathos)
10. Vær ikke for ivrig
11. Et pænt billede – i begge betydninger
12. Skil dig ud – vær original

Ovennævnte gælder generelt i skriftlige tekster, også ved netdating.

### **Identifikation**

Single piger eller gifte kvinder med bevidst utroskab i tankerne – mænd kan også læse artiklen og lære fifene.

### **Sensation:**

Artiklen tager udgangspunkt i, at det er helt "normalt" at finde hinanden på Internettet. Hvis du mangler en kæreste er du blot en ud af 300.000 og det antal borger da for at det er helt normalt at søge på Internettet. En anden interessant vinkel er også, at det forudsættes, at kvinden gør sig interessant og manden er den svært opnåelige – stereotyperne har altid været det modsatte.

### **Konflikt**

Det er en ny udvikling gennem kort tid, at det er så populært at mødes gennem Internettet kontra in real life. Tidligere var det lidt "suspekt" at have fundet sin partner gennem en kontaktannonce, og denne indstilling er nu formindsket.

### **Væsentlighed**

Kommunikation er væsentlig. Uanset om det er skriftligt – i et blad, mail, brev eller om det er mundtligt gennem tv, personligt møde, foredrag, så vil måden, som informationer bliver videregivet på, være med til at afgøre, om sagen vindes eller tabes.

### **Summering af Skriv dig til sex**

Det er helt almindeligt, at kvinder kontakter mænd gennem Internettet med henblik på kærlighed eller/og sex, og fordommene mod denne kontaktform er ikke så store længere. Mailen til kontakt skal udformes med relevante oplysninger, og være ærlig og stemningsfuld ifølge rådene i bladet. Det er vigtigt at skrive en god mail for at få den rigtige mand.

## Analyse af artiklen ”Hyldest til PIKKEN” fra magasinet ”Tidens Kvinder”

(bilag 3) med udgangspunkt i ”En god historie”

(Kilde: Kommunikation i praksis lektion 3 s. 9. slide 1)

Artiklen, som er skrevet af en kvinde (Karen Hansen), er nærmest et poetisk digt, som hylder mandens lem i et romantisk og kærligt sprog, uden ønske om konkret informationsformidling andet end kærlighedsbudskabet som hovedrubrikken så æggende, vækkende og dækkende indikerer. Det er et fint formuleret genrebrud, hvor det først i løbet af læsningen af teksten går op for læseren, at teksten ikke er en artikel, hvorimod et kærlighedsbrev til mandens lem.

Underrubrikken slår tonen an i artiklen – ordvalg og sammensætning er meget poetisk og kærligt. *”Din pik er foranderlig og levende. Skifter størrelse, facon og hårdhed. Jeg nyder dens skiftende humør og de forskellige grader af erektion. Hvorfor er lige netop din pik så fuldkommen?”*

Anslaget ”*Jeg elsker din pik. Forguder den*” er meget fængende og overraskende – det er en indledning kun få kvinder vil skrive og derfor fanger den øjet gennem det overraskende moment. Den videre læsning bringer glædesblandet forundring, da denne artikel virkelig er en ”Hyldest til Pikken” – i et erotisk – kærligt – begejstret og glad sprog.

Forfatteren har valgt ikke at opdele artiklen i underrubrikker, da artiklen egentlig er formuleret som et kærlighedsbrev til manden, hvorpå pikken opholder sig, men to gentagelser i form af en overskrift i artiklen som blikfang er brugt.

Derudover er der et fint billede af et erigeret lem, som første del af teksten hviler på.

### Information

Den konkrete informationen her er ganske begrænset og er heller ikke selve budskabet, som ligger implicit i teksten, nemlig kærligheden til elskerens lem. Forfatteren gennemgår de tre stadier af rejsning på et lem, følsomhed samt varierende dufte, men udelukkende for beskrivelsens skyld – ikke den direkte information som læring.

### Identifikation

Tonen i artiklen/brevet er så poetisk udtrykt om noget så udtalt som den legemsdel som (alle) kvinder på et eller andet (helst hele) tidspunkt i livet er voldsomt betaget og fascineret af, men de færreste tør/evner at udtrykke. Også mænd vil begejstres i denne kærlige og begærlige betagelse af deres kæreste legemsdel. Målgruppen for artiklen er mennesker – dette blads målgruppe taget i betragtning især frigjorte kvinder, som anerkender deres lyst til sex og begær efter deres elsker.

### Fascination

I denne artikel er det sproget, som er formuleret som et kærlighedsbrev til en kropsdel, som generelt ikke omtales og slet ikke så direkte og utilsløret. Bare formuleringer som *"Jeg svælger i den, indånder duften, smager huden og slikker glubsk piksavlen i mig."* er meget direkte formuleret, næsten en hyperbel (overdrivelse), men senere skifter stilen til *"De vækker en ømhed i mig. Så sårbare, bløde og sensitive."* hvilket kunne referere til utallige andre emner end en mands testikler. Samtidig sniger der sig en smule humor ind i teksten gennem metaforen *"Det må være den, de udvinder til at få søerne i brunst. Ikke din, men ornernes. På mig virker den tilsvarende. Svinsk."* som billede på, at lysten til mandens lem er så grådig og begærlig at den er noget griseri. Dette ved læseren godt ikke menes ordret, men som en humoristisk metafor.

### Summering af "Hyldest til Pikken"

Et genrebrud gennem en artikel formuleret som et poetisk kærlighedsbrev til lemmet.

Der er billede indsat til at højne lysten. Formuleringen er kærlig og erotisk, så læserne vil føle længsel og lyst efter denne legemsdel, mens de læser teksten. Alle sanserne omtales i teksten og læsernes fantasi bruges på alle områder: syn, duft, følelse, hørelse og smag. Teksten efterlader læserne med ømhed for manden og hans pik og afsluttes meget kærligt.

Og ikke en eneste gang omtales størrelsen....

### Konklusion på projekt

Som belyst i analysen under det tekst eksterne problem samt det retoriske kompas er det muligt at stimulere kvinders lyst gennem erotisk litteratur, når mediet tager udgangspunkt i kvinders præferencer i sprog, billeder og emner. Artiklerne i bladet øger faglig viden om sex i et forståeligt sprog og hjælper kvinders (og mænds) accept af seksualitet, også selvom den måtte være udenfor opfattelsen af den gængse norm. Fordi informationerne gives gennem et medie i form af et erotisk blad, der bygger på genrebrud i forhold til pornoblad/dameblad, tiltaler det målgruppen og øger lysten til sex.

Teoretisk vejledning med baggrundsviden påvist under analysen gennem AIDA modellen i teksten "Sig noget frækt", og analysen gennem De fem nyhedskriterier af teksten "Skriv dig til sex og søde mænd", overbeviser målgruppen og teorien underbygges med eksempler, hvilket ansporer til adfærdsændring. Artiklen "Hyldest til PIKKEN" viser poesien og den kant, der også er i bladet og er medtaget for at vise den smukke sproglige del af Kommunikation i praksis og

**Litteraturliste:**

Tekst eksterne problem: Borup, Helle og Skov, Hanne, "Som man råber i skoven" Kapitel 1. side 15-20 og Kommunikation i praksis Lektion 2 slide 27-32

Det retoriske kompas: Lemée, S. Pernille og Lund, Anne Katrine Troværdighed – Tal godt for dig! side 13

"AIDA modellen" (Wissing:Virksomhedsanalyse, Systime Academic 2005)

"En god historie" (Kilde: Kommunikation i praksis lektion 3 s. 9. slide 1)

"De fem Nyhedskriterier" (Kilde: Kommunikation i praksis lektion 3 s. 9. slide 2)



**Bilagsliste:**

Bilag 1: Leder fra "Tidens Kvinder": Det gode sexliv starter med dig selv nr. 4. 2012

Bilag2: Indholdsfortegnelse fra "Tidens Kvinder" nr. 4 2012

Bilag 3: Sig noget frækt fra "Tidens Kvinder" nr. 4 2012

Bilag 4: Hyldest til PIKKEN fra "Tidens Kvinder" nr. 1 2011

Bilag 5: Skriv dig til sex og søde mænd fra "Tidens Kvinder" nr. 1 2012

"Tidens Kvinder" nr. 4 2012