

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Urška Indof
Mentorica:izr.prof.dr. Breda Luthar

**LJUBEZEN V REVIJAH ZA NAJSTNIKE
PRIMER REVIJE SMRKLJA**

DIPLOMSKO DELO

LJUBLJANA, 2005

KAZALO

1. UVOD	3
2. O REVIJAH ZA NAJSTNIKE – OD ZAČETKOV DO DANES	5
2.1 Smrklja – Mega revija za punce in fante	9
3. REVIJE ZA NAJSTNIKE IN LJUBEZEN	11
3.1. Ljubezen	13
3.1.1 Definicija ljubezni	13
3.1.2 Zgodovina ljubezni.....	14
3.1.3 Danes.....	15
3. 2 Ljubezen in Revija Smrklja	17
3. 3 Iskati ali čakati	20
3.3.1 Nevprašljiva heteroseksualnost	24
3.3.2. Oglaševanje in vedeževanje	26
3.3.3 Serijska monogamija	30
3.4 »Metuljčki v trebuhu«	33
3.4.1 Romantičnost ali »odsanjajmo« drugam	34
3.4.2 Eskapizem in ljubezen na daljavo	37
3.4.3 Strast.....	39
3.4.4 Zaljubljene zvezde.....	40
3. 5 »Nazaj v resničnost« ali kruta vsakdanjost	44
3.5.1 Ljubezen kot delo	45
3.5.2 Ekspertni nasveti	47
3.5.3 Konec ljubezenske zveze ali več sreče prihodnjic	50
4. ZAKLJUČEK	53
5. VIRI	57

1. UVOD

V pričujoči diplomski nalogi bom predstavila reprezentacije ljubezni, ki jih je mogoče najti v revijah za najstnike. Natančneje se bom osredotočila na slovensko najstniško revijo – Revijo Smrklja. Za analizo najstniških revij sem se odločila, ker so revije za najstnike del popularne kulture, katere simbolična sredstva imajo pomembne pomene za ljudi, ki jih uporabljajo. Ali povedano drugače: »Revije za najstnike imajo pomembno vlogo pri konstrukciji ženskosti in moškosti v sodobni družbi.« (Luthar; 1999: 433) Zakaj revija Smrklja? Revijo Smrklja, sem izbrala, saj je po podatkih branosti, najbolj brana najstniška revija in tako doseže največji krog bralcev oziroma bralk. Podatki o branosti¹:

Podatki za prvo polletje 2002

	doseg enega izida	v 000
SMRKLJA	8,3	141

Podatki za drugo polletje 2002

	doseg enega izida	v 000
SMRKLJA	9,7	165

Analizirala bom številke revije Smrklja v letu 2002 in sicer od marca 2002 do decembra 2002. Torej deset številok. Znotraj revij za najstnike, se bom osredotočila na specifično tematiko medosebnih odnosov, na ljubezen, natančneje na romantično ljubezen. Ne bom obravnavala spolnosti in erotike, čeprav sta skoraj neločljivo povezani z ljubeznijo. Prav tako ne bom obravnavala prijateljske ljubezni ter odnosov znotraj družine. Vse omenjene tematike predstavljajo zanimiv teren za nadaljnje raziskovanje. V analizo bom torej vključila celotno

¹ Podatki o branosti - legenda

Definicija branosti

Kot bralec šteje vsak, ki je bral ali vsaj prelistal katerikoli izvod revije ali časopisa v določenem časovnem okviru.

Pomen podatkov - legenda

- **doseg enega izida - VALUTA:** Povprečni dosež enega izida posameznega naslova po metodi zadnjega branja, izražen v odstotkih glede na celotno populacijo od 10 do 75 let. To je povprečni dosež povprečne številke v preteklih pol leta.
- **v 000:** Povprečni dosež enega izida izražen v tisočih bralcev. (<http://www.nrb.info/podatki/>)

vsebino revije, ki se nanaša na ljubezensko tematiko (z izjemo zgoraj omenjenih tem). Tako bom pod drobnogled vzela stalne rubrike, članke in nestalne rubrike, strani z nasveti, horoskope, kvize/teste, oglase. Torej vse primere, ki se kakorkoli navezujejo na temo ljubezen. To pomeni, da bom zajela tekste, ki obravnavajo zmenke, zaljubljenost, romantično ljubezen, kako biti opažen, kako očarati simpatijo,... skratka vse kar se nanaša na ne-seksualno romantično ljubezen. Uporabila bom kvalitativno metodo, analizo vsebine, ki se osredotoča na pomene, interpretacijo ter pregled literature. Kljub temu, da kvantitativne metode v svoji diplomski nalogi nisem uporabila, pa menim, da bi bilo zanimivo pregledati tudi rezultate pridobljene na ta način (v kolikšni meri se ljubezenska tematika dejansko (v odstotkih) pojavlja v najstniških revijah, ipd.) Torej, v svoji diplomski nalogi bom analizirala diskurz, ki ga revije za najstnike uporabljajo za opisovanje ljubezni in z njo povezanih čustev. Predstavila bom osnovne podobe, simbole, ki usmerjajo romantične predstave najstnikov ter jih vodijo pri tem, kako razmišljajo o tipičnih romantičnih izkušnjah. Gre za predstave, ki so družbeno in kulturno proizvedene s pomočjo množičnih medijev, predstave o tem kako stvari »tipično v svetu so« ter kako »naj bi bile«. Iskala bom prototipske slike ljubezni, ki so sistematično kodificirane s strani medijev. Lahko pričakujem, da revije za najstnike odražajo dominantne podobe romantične ljubezni. Medijske vizije ljubezni in romantičnosti so eden izmed virov iz katerih mladi črpajo informacije za svoje razumevanje ljubezni. Revije za najstnike tako predstavljajo bogat vir zgodb o ljubezni. Skušala bom razkriti, kakšna je »romantična predstava«, po vsebini in obliki, ki jo romantičnost zajema v postmodernem jedru medijev in trga. V postmoderni kulturi je ljubezen vseprisotna, zasledimo jo torej na vseh področjih vsakdanjega življenja. Tudi revije za najstnike niso izjema. Vsekakor se je ljubezen oziroma oblike reprezentacij le-te skozi zgodovino spreminjala. Kot pravi Christine Bachen: »Če je bila v prejšnjih stoletjih romantična ljubezen predstavljena v dramatični, poetični in pripovedni obliki, pa je v sodobni družbi postala večinoma vizualna zadeva.« (Bachen; 1996: 285)

Preko vseh let obstoja in razvoja najstniških revij, so le-te prejemale le malo pozornosti s strani strokovne javnosti. Vendar pa tržišče mladih – najstnikov predstavlja vedno večje tržišče in igra vedno večjo vlogo v družbeni strukturi, zato revije za najstnike ne smejo biti spregledane in bi morale zasesti mesto, ki jim pritiče.

2. O REVIJAH ZA NAJSTNIKE – OD ZAČETKOV DO DANES...

Danes so na trgu vseprisotne specializirane revije, ki se osredotočajo na posamezno ciljno publiko (najstniške, za starostnike, ženske, moške,...) oziroma na posamezno področje življenja (moda, vrtnarjenje, računalništvo, avtomobilizem,...). »Posledično so se pojavile nove oblike medijev, ki so prispevale k oblikovanju vedno manjših segmentov potrošnikov, katere ozko, natančno naslavlja s spolnimi, etičnimi in subkulturnimi sporočili.« (Cotrau; 2003: 30) Trg revij je fragmentiran, polariziran in specializiran. Poseben segment predstavljajo revije za najstnike.

Revije za najstnike so se pojavile v 50ih letih v Ameriki s pojavom najstništva kot posebne ciljne skupine. »Revije za adolescentne deklice so pomagale oblikovati najstniški modni trg.« (Currie; 1999: 42) Gre za deklice stare od 11 do 19 let, lahko rečemo, obdobje, ko dekleta postaja ženska. »Branje najstniških revij se začne, ko dekleta začno uporabljati ličila, okoli dvanajstega leta.« (Currie; 1999: 178) Revije za najstnike naslavlja svoje bralce in bralke upoštevajoč njihovo subkulturno ideologijo. Pojavljajo se revije namenjene različnim stilom, subkulturam. Ko najstniki začnejo pripadati določenemu stilu, subkulturi začnejo nositi določene obleke, uporabljati sleng in tudi brati ustrezne revije. Na ta način oblikujejo občutke o sebi in realnosti, začno se uvrščati med pripadnike določene kulturne skupine. Vse to jih napolni z občutki pripadnosti, z druženjem s podobnimi vrstniki ter z razlikovanjem s kulturami drugačnega okusa. (Vannini; 2002: 8) Najstniške revije konstruirajo svet, ki si ga najstniki delijo, ki jih združuje in povezuje v homogeno skupino. »Medijske zgodbe nam ponujajo material (simbole, mite, zgodbe) s pomočjo katerega konstituiramo (imaginarno) skupno kulturo, konstituiramo svet, ki si ga delimo, v katerega se vključujemo s stalno konsumpcijo popularnih medijev.« (Luthar; 1999: 434) Pomembne so pri odraščanju, saj naslavlja direktno mlada dekleta in fante, torej najstnike preko »skupnih« izkušenj adolescentov. Na ta način »... konstituirajo 'najstništvo'«. (Currie; 1999: 247) Najstniške revije, so oblikovane na podlagi potrošniških zahtev. Poglavitni cilj teh revij je zbiranje in ohranjanje lojalnih bralcev preko oblike, tem, programske politike, usmerjenosti,... skratka celotne podobe revije. Tako so izredno dinamične in spremenljive, saj morajo biti vedno v »koraku s časom« in s svojimi bralci. Mary Jane Kehily poda definicijo revij za najstnike, in

sicer pravi: »Na revije za najstnike lahko gledamo znotraj širokega socialnega konteksta življenja mladih ljudi; so popularni, masovno proizveden in javno dostopen medij, ki nagovarja mlade ljudi na poseben način ter jim omogoča, da odgovarjajo nazaj. Tako lahko na najstniške revije gledamo kot kulturni vir, za mlade ljudi, s katerim lahko, v različnih trenutkih, 'govorijo' in 'razmišljajo'.« (Kehily; 1999: 67)

Tematsko se revije za najstnike osredotočajo predvsem na potrošnjo, spolnost, reševanje problemov, nasvete (nasveti za lepoto, modni nasveti, nasveti za zmenke, prosti čas, knjige,...), glasbo, modo, film,... Od začetkov obstoja pa vse do danes so se revije spreminjale in razvijale tako oblikovno kot vsebinsko. Pred dvajsetimi leti so se najstniške revije osredotočale na make-up trende ter kako ohraniti prijateljstvo. Angela McRobbie določi štiri kode, v popularnih najstniških revijah v 70ih: romanca, osebno in/ali družinsko življenje, moda in lepota ter pop glasba. V 80ih je bil kod romance odrinjen s strani novega realizma, ki je poudarjal probleme in težave heteroseksualnega odnosa. Pop glasba, moda in lepota ostajajo pomembni. Danes pa, po besedah Angele McRobbie, najdemo naslednje štiri kode: prvič, *romantika in novi realizem* - problemi in težave heteroseksualnega odnosa²; drugič, *osebno in/ali družinsko življenje*³; tretjič, *moda in lepota*⁴; ter četrtič, *popularna glasba*⁵. (Currie;1999: 45) Funkcija teh kodov je, da naredijo najstniške revije bolj zabavne za branje in tako pritegnejo večje število bralcev ter bralk, ki posegajo po njih. Prav tako za privabljanje bralk in bralcev najstniške revije uporabljajo žive barve (živo rumena, živo rdeča, turkizno modra,...), sleng, naslavljanje bralcev v drugi osebi ednine (ti),... V svoji vsebini vzpostavijo dialog z bralcem oziroma bralko. Za lažjo vzpostavitev takšnega dialoga revije uporabljajo sleng populacije, ki jo želijo pridobiti oziroma obdržati. Revije naslavlja svoje bralce, kot bi jih osebno poznali, to se imenuje »sintetična personalizacija« (McLoughlin; 2000: 68). Najlaže je to doseči z simulacijo pogovora. »Njihovo odkrito nagnjenje k pogovornim oblikam in idiomatični uporabi, ki sta lingvistična tabuja v »mainstream« medijih, nakazuje, da se povezujejo simbolično preko jezika s svojimi mladimi bralci.« (Cotrau; 2003: 33) Za privabljanje in ohranjanje bralstva pa so pomembne tudi naslovnice, ki že nakazujejo vsebino. »Naslovnica revije je najpomembnejši oglas, vendar pa tudi služi za označitev imetnika.«

² A,B,C zmenkov; Po dežju vedno posije sonce; Včasih je tako, da čeprav si mislila, da sta ustvarjena drug za drugega, pride dan, ko si rečeta adijo. Ne glede na to, kdo je pobudnik slovesa, ti ali on, končati ljubezensko zvezo je vedno težko. (Smrklja; april 2002: 5)

³ Zakaj starši ne marajo mojega fanta? (Smrklja; april 2002: 27)

⁴ npr. rubriki: Trendi mode, Kotiček luštne smrklje, ipd.

⁵ Cukr – revija o glasbi znotraj Smrklje.

(McLoughlin; 2000: 5) Pomembna je tudi, saj se preko nje revija ločuje od ostalih podobnih revij. Na naslovnici revij za najstnike je vedno kak najstniški idol (manekenka, igralec, glasbenik,...), ki s svojo podobo privablja najstnike željne videza in življenja »zvezd«. Ali pa dekle/fant, »navaden najstnik«, s katero se bralec/bralka ali potencialna bralka/bralec lahko identificirata. Največkrat so na naslovnica lepa dekleta ali fantje redko zanimivi »ne tipično lepi« modeli, ki izražajo neodvisnost, samostojnost, samozavest,... (Slika 2.1)



Slika 2.1: Tipični naslovnici revije Smrklija

Melisa Renteria pa izpostavi še eno značilnost sodobnih najstniških revij in sicer pravi: »Danes se revije za najstnike tematsko osredotočajo na bolj seksi vsebino, vključujoč kako izgledati »hot« ter kako s flirtom do popularnosti pri fantih.« (Renteria; 2004: 1) Če zgoraj omenjene teme podrobneje razčlenimo, lahko rečemo, da je najobsežnejša tema, tema medosebni odnosi (prevladujejo članki o zmenkih, heteroseksualnosti, sledijo diskusije o razmerjih med vrstniki in družino), sledijo ji samozavest (preko mode in fizične lepote (zdravje, prehrana)), le malo pozornosti namenjajo normativnim problemom v odnosu moški-ženska, izobrazba in kariera, posebni problemi, ideologija. Kot je ugotovila že Dawn Currie se najstniške revije ukvarjajo s problemi »tu in zdaj« in ne obravnavajo problemov v prihodnosti, dolgoročnih posledic obnašanja ter z njimi povezanim prehodom v vlogi odraslosti. Ravno tako manjkajo ali so zasmehovane politične teme, poudarki na možnosti osebnega razvoja preko intelektualnih in estetskih teženj ali športa ter ženski neodvisni profesionalni razvoj. (Currie; 1999: 42, 43)

Revije za najstnike kot teksti, pa vendarle ponujajo odgovore na mnoga občutljiva vprašanja: razmerje med spoloma, kakšen je pravi odnos do ugodja, kako do pravega partnerja, kako preživeti v konfliktnem svetu polnem različnih zahtev in želja, ipd. So kot nekakšni orientacijski vodiči za čas »manka pozitivne definicije najstništva, zato se veliko deklet počuti kot da eksistirajo 'med' otroštvom in odraslostjo zgolj z nekaj vodili in jasnimi mejami.« (Currie; 1999: 247) S svojimi nasveti, rubrikami, reklamnimi oglasi, skratka celotno vsebino, oblikujejo pogled bralk in bralcev na svet. V svetu nešteti informacij oblikujejo najstnika. »Moderni posameznik se razvija v veliko manj stabilnem okolju, z množtvom likov, s katerimi se lahko identificira in od katerih vsak prispeva svoj delež. ... Predvideni rezultat tega je pogosto obupno iskanje točke varnosti, ki bi subjektu dajala oporo, s katero bi se dokopal vsaj do nekakšne identitete. Bolj ko je nekdo razcepljen, bolj je nagnjen k iskanju nečesa, s čimer bi se identificiral, četudi zgolj s pripadnostjo nogometni ekipi ali nošenjem določene znamke oblačil. ... Nič več nisi fant ali dekle, ampak Tristan in Izolda, surfar, streight-edger, hard-rocker, new-ager, nekdo, ki je *in*.« (Verhaeghe; 2002: 124) Pri težnji, da si *in*, pa lahko v veliki meri pomaga tudi branje in seveda upoštevanje vsebin, ki jih ponujajo revije za najstnike. Vsekakor pa bralke in bralci ne vsrkavajo pasivno ponujenih vsebin, temveč, pravi, Angela McRobbie, da sodobne najstniške revije naslavljajo svoje »bralce kot potencialno izobražene in bistre mlade potrošnike.« (Currie; 1999: 45) Z močjo kritičnega pogleda, izbire, odločitve, razmisleka. Tako sta se oblikovala dva pogleda na revije za najstnike: prvi pogled, ki definira revije kot medij kulturne reprezentacije, ki pomaga reproducirati prevladujoči red preko konstrukcije identitet, ki se odražajo v patriarhalni podrejenosti žensk (Currie; 1999: 32). To pomeni, da posamezniki konstruirajo poglede zgolj na podlagi tega, kar jim kultura, v tem primeru najstniške revije, ponujajo. Drugi pogled, pa zagovarja tezo, da bralke ločijo območje domišljije od realnosti - vsebino podob od njihove forme in tako revije predstavljajo zgolj zabavno gradivo za branje. (Currie; 1999:29) Torej, v tem primeru, posamezniki izbirajo med pomeni iz množice kulturnih idej in simbolov ter jih prilagodijo svojim potrebam. Mladi tako oblikujejo različne strategije za branje, diskutiranje in za kritično vrednotenje teh medijskih sporočil. Winship nadaljuje, da je potrebno ločiti »užitek od zavezanosti tekstu«. (Currie; 1999: 29) Potrošniki kot interpreti pripadajo družbenemu kontekstu pri katerem vsebina revij in družbene vrednote oblikujejo družbeno oblikovane realnosti. Znotraj teh vsebin je možno zaslediti tudi oblikovan pogled na ljubezen.

2.1 Smrklja⁶ – Mega revija za punce in fante

Revija Smrklja je slovenska najstniška revija. Po svoji vsebini se ne razlikuje od drugih najstniških revij po svetu. Tematike so podobne, saj revije za najstnike ciljajo na določen segment prebivalstva – torej, najstnike, ki jih v času globalizacije zanimajo podobne teme ali bolje mediji jim ponujajo enake teme. Vsebina revije Smrklja je zgolj delno prilagojena slovenskemu okolju. Lahko rečemo, da ponuja globalne teme na lokalni ravni. Ime revije »igra veliko vlogo pri oblikovanju bralčevih pričakovanj.« (McLoughlin; 2000: 6) Ime Smrklja torej že predpostavlja, da so ciljna skupina dekleta – najstnice in ne fantje, kljub sloganu revije: »Smrklja – Mega revija za punce in fante«. Tako so tudi rubrike (nasveti, moda, ljubezen in odnosi,...) večinoma posvečene odraščajočim deklicam – smrkljami, ki predstavljajo ciljno publiko. V Slovarju slovenskega knjižnega jezika lahko pod besedo smrklja najdemo sledeči pomen: »slabšalno: razposajeno, objestno, nedoraslo dekle«. Torej beseda ima negativno konotacijo, v primeru revije, pa ji je dodan pozitiven pomen in pomeni zgolj mlado, razposajeno, odraščajoče dekle. Linda McLoughlin pravi, da gre v takšnem primeru za proces *amelioracije* (beseda z negativno konotacijo dobi pozitiven pomen). (McLoughlin; 2000: 6) Mega revija, pa sugerira, da je tako velika, obsežna, da je notri vse, kar najstnik potrebuje za življenje. In ne le to, temveč tudi, da je mega dobra in ponuja več, kot njena konkurenca.

Povprečen bralec oziroma bralka revij za najstnike je »heteroseksualno dekle, ki išče fanta (ali išče načine kako zadovoljiti potrebe svojega fanta), ki uživa v nakupovanju, modi in popularni kulturi in ki potrebuje veliko nasvetov o seksu in ljubezni.« (Davies; 2002) In takšna je tudi bralka revije Smrklja. Prav tako revija Smrklja definira kulturni ideal najstnika in najstnice, kar se najbolje kaže v rubriki Naj smrkavec - Naj smrklja⁷. Najstniška revija dekletom postane prijateljica, ki zagotavlja razvedrilo, zabavo in escapizem ter bralke nagovarja v njim

⁶ Revija Smrklja je prvič izšla februarja leta 1996 in je v letu 2002 imela 306 000 bralcev. Iz podatka lahko razberemo, da ima širok krog najstnikov, ki jo prebirajo in je bila v letu 2002 najbolj brana najstniška revija.

⁷ »Naj smrkavec – naj smrklja« je izbor, »tradicionalno tekmovanje«, kjer se izbira »naj osebnost«, glasujejo bralke in bralci revije Smrklja. Vendar pa je pri prijavi (na podlagi katere poteka glasovanje) podana zgolj fotografija, nebesno znamenje, nekaj hobijev ter šola, ki jo kandidat/-ka obiskuje. Kako se je možno na podlagi takšnih informacij odločiti za »naj osebnost« vedo glasovalci.

razumljivem jeziku. Oblikuje se poseben dialog med revijo in bralcem, ki se najbolje kaže v rubrikah tipa vprašanje-odgovor. Takšne rubrike nudijo odgovore na vprašanja iz različnih področij, uporabne nasvete, ... Branje najstniške revije Smrklja »bo izboljšalo življenje na več nivojih, če sledite nasvetom, ki so ponujeni znotraj revije.« (Davies; 2002) Prav tako na področju simpatij, fantov, romantičnosti, ljubezni,... Kaj pa ima revija Smrklja povedati o ljubezni, kakšne predstave ponuja svojim bralkam in bralcem pa sledi v nadaljevanju diplomske naloge. Pred tem pa bom predstavila definicijo in razvoj pojma ljubezni, ki danes odmeva od vsepovsod.

3. REVIJE ZA NAJSTNIKE IN LJUBEZEN

Revije za najstnike predstavljajo sistem pomenov, ki jih bralci/bralke - potrošniki lahko uporabijo pri definiranju svoje samo-predstave ter osebne in družbene identitete. Najstniki interpretirajo vsebine ter njihove pomene uporabijo, da definirajo sebe in vloge drugih v svojem življenju. Predstavljajo realnost, ki je družbeno konstruirana, na podlagi medsebojnega vpliva med »mainstream« običaji in vrednotami, potrošniškimi praksami ter subjektivnimi interpretacijami pomenov s strani bralk in bralcev. (Vaninni; 2002: 2).

Vsebina najstniških revij je zavrnitev staromodnega konservatizma o seksualnih zadevah, ki je bil prisoten v preteklosti. Vpeljane so nekatere teme, ki jih prej ni bilo kot so spolni odnos pred poroko, kontracepcija, masturbacija, ipd. Vsebina je post-tradicionalna ali anti-tradicionalna, saj poudarja žensko željo. Revije za najstnike: »...govorijo novi generaciji osvobojenih žensk, promovirajo 'podjetniško ženskost' kot razvito sposobnost, ki pomaga vsaki ženski, da dobi kar hoče, delno tudi skozi manipulacijo svoje seksualnosti in fizičnega izgleda.« (Currie; 1999: 31) Kot drugi »girl power« teksti poudarjajo, da je ženska sposobna dobiti kar hoče od moških, ko si želi; da moški ne smejo narekovati pogojev razmerja; da ima ženska pravico, da izgleda in se oblači kot si želi za svojo zabavo; da ima ženska pravico zahtevati zadovoljitev pri spolnosti, delu in kateremkoli drugem področju življenja. (Gauntlett; 2003) Revije za najstnike naj bi torej naslavljale mlada, neodvisna, samozavestna dekleta, ki vedo kaj bi rada ter kaj imajo in to skušajo po najboljših močeh iztržiti. Največkrat se to nanaša na fizični izgled. Seveda, pri tem »receptu« obstajajo težave. Dawn Currie pravi, da kljub temu, revije »... ne zahtevajo velikih sprememb v moških in v družbi, temveč zgolj spodbujajo ženske, da prevzamejo večjo odgovornost in vložijo več truda za doseganje svojih ciljev.« (Currie; 1999: 31) Vrednoto samozavesti in »naredi, kar je najbolje zate«, popolnoma zasenčita nujnost pridobitve fanta in izpopolnjevanje fizičnega izgleda. Iz vsebine so torej izključeni vsi drugi interesi, ki ne sodijo v »mainstream«, tako v povezavi z glasbo, modo in tudi ljubeznijo. Poudarjeni so le dosežki s pomočjo lepote, urejenosti (svoje), uslužnosti in prijaznosti (do nasprotnega spola, prijateljev in vseh živih bitij). Mary Evans in kolegi tako zaključijo, da sodobne revije za deklice podpirajo »tradicionalno« socializacijo žensk. Tradicionalna ideologija ženskosti narekuje, da se mora najstniško dekle zanimati za svoj

izgled, iskanje moškega ter kako skrbeti za dom. (Currie; 1999: 44) In ravno to lahko najdemo tudi v reviji Smrklja. Tanja Rener pravi: »Če naj bodo punce »na dolgi rok« ustrezne, morajo še zmeraj zatirati seksualne želje in se podrežati ideologiji romantične ljubezni, monogamije in nuklearne družine. Drugače rečeno, še zmeraj morajo biti predvsem pridne.« (Rener; 2002: 208)

Vsebina najstniških revij je torej prilagojena ciljni skupini, kateri je namenjena. Med glavnimi temami (modne teme, lepota, zabava, fantje) (Currie; 1999: 42,43), so tudi ljubezen, romanca, lovljenje fantov, zmenki,... Ljubezen, romanca in partnerski odnosi prežemajo celotno vsebino. V nadaljevanju bodo prikazane reprezentacije ljubezni v reviji Smrklja.

3.1. Ljubezen

Beseda ljubezen je v postmodernej družbi vseprisotna. Prav »bombardirani« smo z različnimi reprezentacijami ljubezni iz vseh smeri, v pesmih na radiu, v tele-novelah na televiziji, v oglasih na velikih panojih, v »trač« rubrikah v revijah, ... Medije in ljubezen dobimo v paketu. Seveda tudi revije za najstnike ne predstavljajo nobene izjeme, saj tudi obravnavajo različne ljubezenske tematike in razrešujejo ljubezenske dileme.

3.1.1 Definicija ljubezni

Pojem ljubezen, kot ga poznamo danes, je sodoben fenomen in je geografsko omejen. Paul Verhaeghe v svoji knjigi *Ljubezen v času osamljenosti* poda naslednjo definicijo: »Definicija, ki nam je domača, pravi, da je ljubezen ekskluzivno razmerje med moškim in žensko, pri čemer ekskluzivnost pomeni, da mora ena oseba biti bolj ali manj vse za drugo osebo in obratno, odnos, iz katerega se običajno rodijo otroci, ki v tem razmerju nato dobijo svoje mesto. Z drugimi besedami, to je tisto, kar je splošno znano kot 'nuklearna družina'. Naša zahodna aroganca je tolikšna, da si že nekaj časa domišljamo, da je to edina prava oblika, ki obstaja od vekomaj, in bo tako še naprej, od Flintstonovih prek Cosbyjev do Jetsonovih.« (Verhaeghe; 2002: 42, 43) Definicija izpostavlja heteroseksualni odnos ter z njim pogojeno romantično ljubezen za večno. Mike Featherstone, pa že upošteva tudi homoseksualno ljubezen in sicer pravi: »Medtem ko, je erotična privlačnost do druge osebe univerzalna in se pojavlja v vseh družbah, pa je, na drugi strani, ljubezen videna kot kulturno specifična.« (Featherstone; 1998: 1) Anthony Giddens pa vpelje izraz 'čisto razmerje' in pravi: »Izraz 'razmerje', ki pomeni tesno in trajno čustveno vez z drugim človekom, smo začeli splošno uporabljati šele pred nedavnim. Da bi bilo jasno, zakaj pri tem gre, lahko za ta pojav vpeljemo izraz čisto razmerje. Čisto razmerje nima nič opraviti s spolno čistostjo in je bolj zamejujoč kot pa deskriptiven pojem. Nanaša se na situacijo, kjer dva stopita v družabni stik zaradi stika samega, zaradi tistega, kar lahko vsaka oseba dobi iz daljšega druženja z drugo osebo; in ki traja le, če obe strani menita, da je obojestransko zadovoljivo. Prej sta bila za večino spolno

»normalnega« prebivalstva ljubezen in spolnost povezana zakonsko zvezo, zdaj pa je oboje povezano s čistim razmerjem.« (Giddens; 2000: 64)

3.1.2 Zgodovina ljubezni

Romantična ljubezen se je kot način življenja začela pojavljati v Franciji 12. stoletja, v Trubadurskem pesništvu, ki je nudil podobo in ideal vpljudne ljubezni vredne posnemanja. Tako so trubadurski pesniki odgovorni za oblikovanje zahodnega pojmovanja ljubezni: »izumili« so ljubezen kot način življenja ob »izumu« liričnega pesništva. (Featherstone; 1999: 2) Viteška pravila so temeljila na zvestobi kot podlagi za ljubezen. Vendar pa je takšno pojmovanje ljubezni veljalo zgolj za majhno skupino privilegiranih. Širše množice – navadni smrtniki – fevdalci, so ljubezen povezovali zgolj z odgovornostjo do upravljanja skupnega gospodinjstva (kmetije). V tem času ni niti sledu o čustveni komponenti, prednjačila je ekonomska. (Rougemont; 1999: 29, 30) Vzporedno so obstajala viteška pravila, kot fikcija življenjskega ideala, ter surova stvarnost fevdalnih navad. Stvari se začno spreminjati v poznem 18. stoletju, s pojavom meščanstva. V 19. stoletju je zakonska zveza za večino skupin prebivalstva začela temeljiti tudi na drugih razlogih, ne le na presoji ekonomske koristi. Pojmi romantične ljubezni, ki so najprej zajeli zlasti meščanske skupine, so se razširili na večino družbe. »Romantično druženje' je postalo sinonim za dvorjenje, 'ljubezenski romani' pa so bili prva oblika literature, ki je dosegla množice. Širjenje idealov romantične ljubezni je bilo dejavnik, s katerim so poskušali zakonsko zvezo osvoboditi širših sorodstvenih vezi in ji dati poseben pomen.« (Giddens; 2000: 33) Mike Featherstone pravi: »Začel se je oblikovati ekonomskemu trgu vzporeden trg, trg svobodnih čustev. Trg, ki je videl ideologijo ljubezni kako vedno bolj širi svoje področje preko družbenega prostora, da omaja »restriktivne prakse« razreda, vere in etnije.« (Featherstone; 1999: 5)

Razmerje med spoloma se razvija na podlagi kulturno determiniranega skupka pravil, zato »...ima vsaka etnična skupina svojo lastno tradicijo, povezano z lastno vero in zgodovino, in to določa naravo para. V zahodni kulturi, sta bili vera in tradicija omajani in pravila, ki so opredeljevala to področje, so izginila.« (Verhaeghe; 2002: 10) V preteklosti so bila pravila zelo jasna: monogamna poroka – »dokler naju smrt ne loči«. Ta pravila so zagovarjale vse pomembne institucije – duhovnik, zdravnik in učitelj, in tako ni bilo nobenega prostora za

dvom. V dvajsetem stoletju so bila ta pravila odstranjena in v ospredje je stopila svoboda, ki naj bi vodila v na novo definirana razmerja med moškimi in ženskami. Znanost bi morala te odnose osmisliti, saj je prevzela vlogo religije in ideologije, ki sta v preteklosti oskrbovali s smislom. »Može v črnem so nadomestili možje v belih haljah.« (Verhaeghe; 2002: 11) Vendar pa odgovorov niso prinesli.

3.1.3 Danes...

Danes je ljubezen izredno cenjena in je nekakšna točka h kateri vsi težijo, jo iščejo, želijo, hrepenijo, je cilj, točka osmislitve življenja. »...romantična ljubezen je postala obsesivna tema naše kulture...« (Bachen; 1996: 279) Romantična ljubezen je povečevana na vseh ravneh življenja. Charles Lindholm pravi: »... idealizacija, ki jo nudi romantična ljubezen, omogoča predstavo o lepšem, popolnejšem življenju.« (Lindholm; 1999: 254) Danes je torej romantična zveza že popolno inkorporirana v kulturo potrošniškega kapitalizma. Ljubezen je neločljivo povezana s potrošnjo dobrin prostega časa. Trend se je, po besedah Christine M. Bachen in Eve Illouz začel že »v prvih dekadah dvajsetega stoletja, z rastjo trga prostega časa ter ko je spolna enakost zamenjala zaprte in družbeno nadzorovane oblike romantičnih interakcij.« (Bachen; 1996: 286) V začetnih desetletjih prejšnjega stoletja sta se torej združili ljubezen in potrošniška družba. V tem času, so se pojavile močne kulturne teme, kot so resnična sreča in bogat način življenja, kar je vzpodbudilo hrepenenje po čustveni zadovoljitvi in družbenemu uspehu. Ljubezen je pomenila osebno srečo in se je začela povezovati z množičnimi mediji (film, oglaševanje, ...). Prek filmov in oglaševanja, se je ljubezen torej začela povezovati s potrošnjo: večerje v restavracijah, obiski kina, potovanja v eksotične kraje, sprehodi po plaži, kopanje v bazenih luksuznega hotela,... »Do 1920ih let, je romanca že pomenila tudi kupovanje določenih izdelkov (obleke, kozmetika) ter uživanje v javnih zabaviščih za poudarjanje občutkov bližine s posamezniki drugega spola.« (Bachen; 1996: 286) Besede kot so romantičnost v zvezi, zmenki, pojem para, razmerje, so začele pridobivati na teži.

V današnji družbi tekmovalnega individualizma, družbi tveganja, odtujenosti, mobilnosti, posesivnosti, nezaupanja, negotovosti, stresa,... romantični odnosi predstavljajo prostor čustvene toplote in pomena – so otoki miru in varnosti. »Bolj, ko se zdi svet brezoseben in

življenje utirjeno v vnaprej izdelane vzorce, bolj se krepi pomen in vrednost ljubezni. V okvirih današnje kulture ljudje vse bolj občutijo, da je ljubezen pomemben in priznan cilj (po sebi) in da postaja glavni vir samo-izpolnitve in osmislitve življenja. Danes velja to »čustvo nad čustvi« za osrednji prostor, ki omogoča (oz. vzbuja upanje), da v resničnem stiku z drugimi odkriješ samega sebe, in 'da si' - ob njegovi/njeni podpori in razumevanju – 'kar si'.« (Šadl; 2000: 191) V večnem iskanju ljubezni, romantične, prave ljubezni, se porajajo vprašanja kako najti ljubezen, kako jo ohraniti,... Ustreznih odgovorov znanost kot oskrbovalka s smislom, naslednica religije in ideologije, ni prinesla. »Posledica je, da sodobni pari obupno iščejo novo formulo, ki bi jim povedala, kako naj ljubijo...« (Verhaeghe; 2002: 11) Rešitve, informacije in odgovore iščejo na straneh revij v obliki nasvetov, člankov,...

3. 2 Ljubezen in Revija Smrklja

Revija Smrklja ponuja določen pogled na svet, določen pogled na ljubezen. Odraža in narekuje definicijo ljubezni v sedanjem času pri populaciji, kateri je namenjena. V reviji se odraža velika pomembnost ljubezni in prostega časa v življenju mladih ljudi, ki je odsev premikov k ekspresivnemu individualizmu in etiki prostega časa. Premiki, ki so se zgodili v poznih 50ih letih in se nadaljujejo nezmanjšano še danes. »Vrednote zabave in ljubezni so odločilne pri razvoju najstniške identitete.« (Vannini; 2002: 9) Tudi v reviji Smrklja srečamo povečan poudarek na tematikah ljubezni in spolnosti. Ljubezen je prodajana znotraj revije kot blago, zavito v privlačno zunanost revije.

V reviji Smrklja se pojavlja več kategorij člankov s področja medosebnih odnosov. V stalnih rubrikah, ki zagotavljajo predvidljivost in stalnost - »Ti&on«, »Samo zate«, »Tema meseca«,...; v nestalnih rubrikah in člankih, ki zagotavljajo dinamičnost, zanimivost in možnost prilagajanja hitrim spremembam - nestalna rubrika »Hot date«, »Zmenek na netu« (Smrklja, september 2002: 27), »Osvoji ga s plesom« (Smrklja, december 2002: 29), itd.) ter nasvetih (»Mateja ti pomaga«, »Sex v&o«, itd.). Lahko pa jih še podrobneje razčlenimo in sicer:

Rubrike z nasveti, ki ponujajo nasvete za osvojitve fanta ter ohranitev razmerja.

Mateja ti pomaga! (v vseh številkah revije Smrklja)

Nasveti za zmenke. (Smrklja, november 2002: 36).

Članki, ki se ukvarjajo s pomenom ljubezni.

Najdi pravo ljubezen! (Rubrika TI IN ON, Smrklja, november 2002: 35);

Če ga želiš zapustiti... (Smrklja, november 2002: 36);

Testi in kvizi, s pomočjo katerih se ugotavlja kakšnega fanta je potrebno iskati.

»Kakšna se zdiš fantom? Mami se zdiš lepa in pametna punca. Tvoji prijatelji mislijo o tebi le najboljše. Kakšna se zdiš predstavnikom moškega spola? Reši test in ugotovi, kako te vidijo fantje.« (Smrklja, november 2002:24)

»Kateri je pravi zame? Ali nisi prepričana kakšnega fanta iščeš? Reši ta kviz in izvedela boš, kakšen je tvoj idealni fant.« (Smrklja, april 2002: 53)

Vsekakor pa ne smemo pozabiti pisem bralk in bralcev ter njihovih izkušenj, izpovedi; »Povedala vam bom tragično zgodbo o svoji ljubezni ter o rezultatih le-te oziroma o slepi zaljubljenosti, za katero ne bi rada, da se ponovi še kateri od vas.« (Zakaj?, Smrklja, julij 2002 :33)

Prav tako lahko napovedi ljubezni zasledimo v horoskopu – Smrkoskopu, kjer ljubezen zaseda posebno mesto; »Lev: Ljubezen: Počutila se boš seksi in samozavestno, zato se bodo kar lepili nate. Namesto najbolj kul tipčka na šoli izberi raje tistega, ki te že nekaj časa opazuje od daleč.« (Smrkoskop, Smrklja, september 2002: 89)

ter tudi v oglaševanju:

»Lačni nove ljubezni? Frutabela« (Smrklja, december 2002: 21)

»Samo najboljši zapeljujejo tako kot ... Nescafe.« (Smrklja, junij 2002: 59)

Kot sem omenila že zgoraj sta najobsežnejši temi revij za najstnike – tema o medosebnih odnosih (še posebej odnos z nasprotnim spolom) ter izgled. Enako velja tudi za revijo Smrklja. Ti dve temi se tradicionalno povezujeta z ženskim spolom, vendar pa Tineke M. Willemsen pravi: »Ti dve temi sta spolno stereotipski, saj je razširjen spolni stereotip, da so ženske usmerjene v odnose, emocionalne, in pripisujejo veliko pozornost zunanjemu izgledu. Vendar pa sta izgled in odnos z dekleti verjetno prav tako pomembna adolescentnim fantom. Tako teme niso nujno žensko stereotipne ampak najstniško stereotipne.« (Willemsen; 1998) Najstniki, tako fantje kot dekleta, so torej najbolj zaposleni z vzpostavitvijo odnosa z nasprotnim spolom.

Philipp Vaninni je v svoji raziskavi analiziral najstniška pop besedila, torej najstnikom namenjeno glasbo in ugotovil, da je tematika takšnih pesmi pretežno ljubezenska. Vaninni tako razdeli ljubezen v najstniških pop besedilih na (Vannini; 2002: 11 - 16): Prvič, *Ljubezen kot hrepenenje*. Gre za čakanje na ljubezen ali ljubljeno osebo. Prisotne so fantazije o ljubljenelem objektu. Drugič, *Nori na ljubezen*. Tu gre za 'fix' dobrega počutja, ki je posledica fantaziranja o srečanju s predmetom ljubezni. Ljubezenske zgodbe so opisane kot močne in pogosto nepremagljive sile, ki očarajo in prevzamejo človeka. Tretjič, *Ljubezen kot manko in obsesija*. Obsesivno razmišljanje se kaže v strahu pred izgubo ljubljenelega objekta ali kot zaskrbljenost in osamljenost. Vodi v izolacijo, boleče in vztrajno razmišljanje ter umik v neskončne fantazije. Ljubezen postane cilj, ki ga je potrebno doseči za vsako ceno. Četrtoč, *Ljubezen kot odvisnost*. Kaže se pretirana odvisnost od objektov romantične fantazije ali dejanskega partnerja, nezmožnost življenja brez ljubezni. Življenje zunaj zveze/odnosa ne

obstaja. Samsko oziroma samostojno življenje ni mogoče. Sam eksistirati je neznosno. Reprerentacije najstniške ljubezni, kot je razvidno iz klasifikacije ljubezni v besedilih najstniške pop glasbe, je zelo močno in predstavlja pomembnost in težo ljubezni v življenju adolescenta. Najstniki in najstnice se, podajajo v ljubezenske odnose z nasprotnim spolom, z že oblikovano idejo o fantih/dekletih, ki so jo oblikovali s pomočjo staršev, prijateljev in tudi medijev. Poleg revij in drugih medijev, tudi druge institucije, kot so družina, šola in vrstniki, predstavljajo pomembno ozadje za definiranje in interpretiranje. Revije se navezujejo na že obstoječa vedenja o spolu, ki izvirajo iz drugih institucij. Ellen Hijmans pravi, da se oblikuje subkultura, ki je močno orientirana na odnose med pari, spoznavanje fantov, reševanje konfliktov v odnosu,... (Hijmans; 2004) Dawn Currie v svoji knjigi *Girl talk* izpostavi tri splošne teme, ki se navezujejo na ljubezen v revijah za najstnike in sicer: prvič, heteroseksualno parčkanje (heterosexual pairing), kjer gre za teme »kako te fant opazi« ali »kako mu boš všeč«; drugič, (hetero)seksualni odnosi ((hetero)sexual relations) – razprave in nasveti o spolnih aktivnostih s fanti ter tretjič fantovska kultura (boys' culture), kjer je poudarek na tem kaj je fantom všeč pri dekletih (izgled, obnašanje,...). (Currie; 1999: 195)

V reviji Smrklja naletimo na različne reprezentacije ljubezni, v različnih kategorijah člankov. Klasifikacija reprezentacij, ki jo podata Phillip Vaninni in Dawn Currie predstavljata izhodišče za analizo in klasifikacijo ljubezenskih vsebin, ki jih najdemo v reviji Smrklja. Kljub temu pa sem v tej diplomski nalogi uporabila kombinacijo obeh klasifikacij in tako reprezentacije ljubezni v reviji Smrklja, razdelila v štiri kategorije, in sicer: prvič, *ljubezen kot iskanje – iskati ali čakati*, drugič, *ljubezen kot zaljubljenost – »metuljčki v trebuhu«* in tretjič, *ljubezen kot delo – »nazaj v resničnost«*, ki se, kot bomo videli v nadaljevanju in kot sem že omenila zgoraj, deloma pokrivajo z Vaninnijevo klasifikacijo ter klasifikacijo, ki jo je podala Dawn Currie.

3. 3 Iskati ali čakati

Ljubezen je, v člankih revije Smrklja, definirana kot večno, dejavno iskanje »prave/pravega«, »druge polovice«, »duše dvojčice«, »sorodne duše«, ipd. Skratka gre za *iskanje* ljubezni, romance. Paul Verhaeghe pravi: »Ljubezen je zdravilo v času osamljenosti. In zdravilo iščemo.« (Verhaeghe; 2002: 10) Takšno pojmovanje ljubezni je znotraj revije Smrklja mogoče najti predvsem v analitičnih člankih, pa tudi različnih testih in kvizih.

»Najdi svojo tarčo!« (Dobi zmenek do petka; Smrklja, marec 2002: 54)

»Mini test: Kateri fant je pravi zate?« (Smrklja, december 2002: 26)

Že sam pojem iskanje predpostavlja, da je vanj potrebno vložiti določen napor. Ali kot pravi Anthony Giddens: »Kot je razvidno iz izraza, iskanje romance, za dekleta ni pasivni niz želja, da bi 'nekega dne našle princa svojih sanj'. Gre za dejaven proces ukvarjanja s prihodnostjo, čeprav v marsičem boleč in tesnoben.« (Giddens; 2000: 57) »Princeska« ne čaka na princa na belem konju kot v pravljicah, temveč ga aktivno in dejavno išče. Kako ga bo našla, kako ga bo obdržala, kaj mora narediti, da ga očara,... odgovore na ta vprašanja lahko najde v najstniških revijah, tudi v reviji Smrklja.

»Najdi pravo ljubezen!« (Smrklja, november 2002: 35)

»Bodi pripravljena tvegati: nasmehni se in pozdravi prvi/-a.« (Smrklja, november 2002: 36)

Iskanje ter posledično doseg cilja iskanja, zahteva določene ukrepe, ki se ne nanašajo direktno na ljubezen. Se pravi, potrebno je biti urejen, se ukvarjati s športom, slediti modi, trendom v ličenju, glasbenim trendom, pa tudi trendom v plesu.

»Osvoji ga s plesom. Za to, da boš lahko osvojila fanta tudi na plesišču, moraš biti seznanjena, kateri stil plesa je primeren za določen tip glasbe.« (Smrklja, december 2002: 28)

Dawn Currie kategorijo kako te fant opazi, kako dobiti, kako osvojiti fanta imenuje *heteroseksualno parčkanje*. Sem sodijo skrb za urejenost – modni in kozmetični nasveti, skrb za zdravje – prehrana in ukvarjanje s športom različni nasveti kako se vesti na zmenkih, kako pristopiti k simpatiji na kaj vse je potrebno biti pri tem pozoren, s čim si pomagati pri iskanju,

ipd. Za iskanje primerne partnerja, je potrebno uporabiti vsa sredstva svetuje Smrklja. Priporočena je uporaba novih tehnologij, mobilnega telefona in interneta.

»Mogoče res ni najbolj romantična oblika spoznavanja nasprotnega spola, vsekakor pa postaja vedno bolj razširjena in priljubljena. To, da nekoga ne vidiš, je zelo vznemirljivo in skrivnostno, ampak previdnost vseeno ni odveč. Za lepimi besedami se lahko skriva marsikaj, ti pa moraš (vsaj malo) ohraniti trezno glavo.« (Zmenek na netu, Smrklja, september 2002:27)

Uporaba novih tehnologij je med mladostniki precej razširjena, SMS sporočila, e-pošta in »klepetalnice« so del vsakdanjika. Komuniciranje in dvorjenje med najstniki se je začelo spreminjati. Internet in mobilna telefonija sta prinesla nove prakse v procese osvajanja in komuniciranja med partnerjema. Romantičnost pisanja in pričakovanja dolgih pisem so zamenjala kratka SMS sporočila in poštna sporočila. Le-ta omogočajo vzbujanje intimnosti na daljavo. Iskanje in spoznavanje partnerja je dobilo nove razsežnosti.

Prav tako je pri iskanju, izbiranju ter osvajanju pomembna kategorija *fantovska kultura*, ki jo izpostavi Dawn Currie, kamor sodijo članki in drugi teksti o tem kaj je fantom všeč pri dekletih. Na primer kaj fante zanima, kakšne so njihove izkušnje, kako veš, da si mi všeč – »30 znakov, da si mu všeč« (Smrklja, september 2002: 24).

»Kadar pridete v učilnico za njegovim razredom, te na klopi vedno čaka napisano njegovo sporočilo.« (30 znakov, da si mu všeč, Smrklja, september 2002: 24)

»Če si sita razvoznavanja fantovskih besed v tisto, kar si mislijo, ti bo naslednji slovarček več kot všeč.« (Fantovski slovar, Smrklja, oktober 2002: 31)

»Kot dokaz, da fantom ni vseeno ali znaš ali ne znaš plesati, sem jih povprašala, kako se jim zdi, če dekle zna plesati.« (Osvoji ga s plesom, Smrklja, december 2002: 29)

Iskati in iskati..., pridobivati informacije na vse mogoče načine. Tradicionalno čakanje, da ljubezen najde svoje »žrtve«, je zasenčeno. Kaže se nov pogled na ljubezen in partnerske odnose. Potrebno je iskanje, izbiranje, odločanje,... Kot pravi Paul Verhaeghe: »Moderna histerija je iskanje Drugega kot mesta varnosti, iskanje nečesa ali nekoga, v katerega bi lahko verjeli.« (Verhaeghe; 2002: 125) Potrebno je najti pravega... Vse to najstnike peha v strah pred napačno izbiro, odločitvijo. Verhaeghe pravi, da: »Vse to jasno kaže, da je ideja

svobodne izbire preteča, zelo grozeča. Večina nas je kar hitro pripravljena prepustiti izbiro Bogu, znanosti ali reklamni industriji. Ni dvoma o tem, da smo organizem z biološkimi goni in da goni že tisočletja odzvanjajo v naših genih. Vendar je res tudi to, da se lahko odločamo, kaj bomo z geni naredili, zato smo odgovorni za svoje odločitve in njihove posledice.« (Verhaeghe; 2002: 28,29) Smrklja pa kljub vsemu priporoča:

»Pri iskanju pravega je bistveno predvsem eno – da se ne obremenjuješ preveč, temveč se zabavaš.« (50 ljubezenskih pravil, Smrklja, julij 2002: 22)

Prav tako poda nekaj nasvetov za poletno osvajanje, natančneje pravi:

»Tukaj je nekaj nasvetov kako se zabavati in najti poletno ljubezen.« (Poletno osvajanje, Smrklja, avgust 2002: 33) Svetuje: »Predstavi se«, »Bodi zgovoren/-na«, »Deli komplimente«, »Sprosti se«: »Prikluči se skupini ljudi, ki jih ne poznaš. ... Tako najdeš nove prijatelje in odkriješ potencialno ljubezen.« (Poletno osvajanje, Smrklja, avgust 2002: 33), »Začni pogovor ti«, »Pokaži zanimanje«, »Postavljaj vprašanja«, »Poglej v oči«, »Smej se«: »Pomežikni osebi, ki ti je všeč in se spogleduj.« (Poletno osvajanje, Smrklja, avgust 2002: 33), »Imej svoje mnenje«, »Stoj na lastnih nogah«, »Bodi samozavesten/-na«, »Zabavaj se«: »Tudi osvajanje samo moraš sprejeti kot igro.« (Poletno osvajanje, Smrklja, avgust 2002: 33), »Bodi urejen/-na«, »Ostani ti«, »Poglej nanj/-o še z drugimi očmi«, »Osvajaj sam/-a«, »Dober zadnji vtis«. Od najstnika je torej pričakovana in zahtevana aktivna participacija ter ne zgolj pasivno čakanje, potrebne so priprave, oblikovanje taktike, priprava načrta, skratka k »osvajanju« je potrebno pristopiti racionalno. Nič ne sme biti prepuščeno naključju.

Smrklja pa ne pomaga le osvojiti izbrance, temveč tudi pomaga ugotoviti: »Kateri je pravi zame?« (Smrklja, april 2002: 53) oziroma skuša pomagati če, »nisi prepričana kakšnega fanta iščeš?«. To je možno storiti preko testa, kviza, ki pove »kakšen je tvoj idealen fant«. »Kvizici so zanimivi, saj imajo dialoško obliko nasvetov. Teme so podane v obliki vprašanj, vendar pa so pri kvizih odgovori odprti za izbiro.« (Currie; 1999: 204) Oblika kvizov torej omogoča, da »se bralci ocenijo glede na dominantna vedenja in vedenjske vrednote (attitudinal values)«. (Currie; 1999: 252) Na ta način oblikujejo vedenje o tem, kaj je dobro, pravilno, normalno. Vendar pa Dawn Currie opozarja, da »odprta narava takšnih tekstov ne pomeni, da odgovori niso podani s strani urednikov. Pri večini kvizov so rezultati določeni in ovrednoteni glede na to, kam padejo v polju zelenih rezultatov.« (Currie; 1999: 206)

Princip kviza/testa je torej preprost, za pridobitev ogovorov na zastavljeno vprašanje, je potrebno izbrati trditve, ki se ujemajo z želenimi lastnostmi, v tem primeru »idealnega fanta« oziroma »sanjskega fanta«. Vsaka trditev je označena z eno izmed štirih barv (modra, rdeča, zelena, roza). Največ trditev ene barve, da rešitev. Možne rešitve so: romantik – »želiš, da bi te tvoj fant zasipal z rožicami in čokoladami«, vendar pa je tu pripeto tudi opozorilo, in sicer: »Danes, ko večina fantov hoče biti mačo, boš takega verjetno težko našla, toda, če ga boš, ga ovij okoli prsta in uživaj v drobnih pozornostih.«. Naslednji tip je definiran kot izziv – gre za »nekoga, ki mu nič ni tuje (od debat o še tako resnih temah do poskušanje eksotične hrane v novi japonski restavraciji)«, torej, »potrebuješ nekoga, ki te bo prepričal, da se lotiš vedno novih stvari«. Seveda dekle »potrebuje« nekoga, sama pač očitno ne zmore takšne motivacije, da bi jo zanimala nove stvari. Takšnih stvari se očitno tudi ne da početi s svojimi prijatelji. In pri pojasnjevanju nadaljuje, »Morda se ti na prvi pogled ne bo zdel tvoj tip, a očaral te bo s tem, da ti bo pokazal tvojo čisto novo plat.« Naslednji je, žurer – »on je tisti, ki ima na vsaki zabavi stvari pod nadzorom«, a Smrklja opozarja, »taki fantje se svoje karizme večinoma zavedajo in jo včasih tudi izkoristijo, zato bodi previdna«. In še nasvet kako ga očarati: »Očaraj ga s svojim smislom za zabavo, pa tudi s svojimi možgančki in tvoj bo za vedno«. Kljub poudarjeni previdnosti, je le tu dodan napotek kako izbranca očarati. To je edini tip, pri katerem je podan tudi napotek kako ga osvojiti. Čemu? Kot zadnja možna rešitev je trofeja – gre za »mistra popularnosti«, za katerega si »vsako dekle želi, da bi bil njen«. Vendar pa Smrklja svetuje, da se je potrebno prepričati ali je »v njegovi lepi glavici tudi kaj možganov« in če ima »lepo notranjost«, v nasprotnem primeru se lahko zgodi da, »boš prekmalu razočarana«. Torej, ko dekle ugotovi *kakšnega* fanta išče, to odkrije preko samo-spoznavanja po napotkih testov/kvizov, je vse kar ji preostane, da stopi v akcijo in ga išče in išče,... Torej tudi samozavest, ki je tu izpostavljena pri vzpodbujanju deklet, da gredo suvereno v napad za tisto, kar hočejo, je zasenčena z lovom na fanta kot edinim ciljem.

Čakanje je torej v reviji Smrklja načeloma »out«. Vendar kljub temu lahko najdemo metafore na katere opozarja že Eva Illouz v svojem članku *Reason Within Passion: Love in Women's Magazines*, kot na primer ljubezen kot »ogenj«, »magnetizem«, »magičnost«, »usodnost«, ki sugerirajo, da je ljubezen intenzivna sila s svojo lastno voljo, na katero ne moremo vplivati, je ne moremo napovedati, na katero lahko le čakamo, da se zgodi. Zgodi pa se, ko »najmanj pričakujemo«. Po Vaninnijevi klasifikaciji gre za ljubezen kot hrepenenje, za čakanje na ljubezen oziroma ljubljeno osebo, za hrepenenje po ljubezni, po »biti ljubljene« in »ljubiti«. To hrepenenje, da bi jih nekdo imel rad oziroma, da bi nekoga imeli radi, je tako silno, da

popačijo občutek za realnost. (Vannini; 2002: 14) Gre torej za hrepenenje, fantazije, dnevno sanjarjenje,...

»Bodi potrpežljiva, prava ljubezen te bo doletela, ko boš najmanj pričakovala.« (Si pripravljena na pravo stvar?, Smrklja, marec 2002: 55)

Čas dvornih dam je že davno mimo, a čakanje na »princa svojih sanj«, še vedno odmeva tudi v sedanjosti.

Tu lahko vidimo dvojno naravo ljubezni, ki jo lansirajo revije za najstnike in sicer, na eni strani predstavljajo ljubezen kot intenzivno iskanje in odločanje, nasproti čakanju, naključnemu srečanju idealnega partnerja. Smrklja torej poudarja, da je izbira partnerja težka in pomembna, zahteva previden in racionalen razmislek, kot tudi instinkte in »kemijo« med dvema zainteresiranima. Potrebno je po eni strani narediti načrt za osvojitve izbranca/izbranke, po drugi strani pa je nemogoče načrtovati zaljubljenosti v nekoga, zato je potrebno upoštevati »kemijo«. Ta dvojnost reprezentacij ljubezni ali bolje heteroseksualnih romanc je prisotna skozi celotno vsebino revije Smrklja in bo natančneje prikazana v nadaljevanju diplomske naloge.

3.3.1 Nevprašljiva heteroseksualnost

V reviji Smrklja je, kot smo lahko videli zgoraj, poudarjeno iskanje in izbiranje partnerja. Vprašanje, ki ga lahko zastavimo na tem mestu je, kakšnega partnerja? Za formiranje para je, v reviji Smrklja, samoumevna kombinacija nasprotnih spolov. Torej par konstituirata dekle in fant. Vendar pa beseda »par«, po svoji naravi, zajema tudi pare v širšem pomenu, se pravi, vključuje tudi homoseksualne pare. Paul Verhaeghe pravi, da: »...sama ideja para kot takega je postala problematična. Biti 'par' se nanaša na hetero- in homoseksualne pare...« (Verhaeghe; 2002: 9) Homoseksualnost kot možna alternativa ali načina življenja v reviji Smrklja ni omenjena oziroma je omenjena zgolj izjemoma. Homoseksualnost je v vseh desetih analiziranih revijah omenjena le v glasbeni prilogi Cukr, v rubriki trač ali dejstvo. Beseda teče o tem, ali 'Ima George Michael res več fantov?' (Smrklja, september 2002: 40). Homoseksualnost je opisana kot igranje, nenehno menjavanje partnerjev (resna zveza torej ni mogoča). Nikjer pa ni omenjena ženska homoseksualnost – lezbijstvo. Skozi celotno vsebino

revije je privilegirana monogamna heteroseksualnost ter univerzalnost heteroseksualne želje. Najbolje je to razvidno iz rubrike Smrkljin naj par (Slika 3.2), kjer so predstavljeni zgolj heteroseksualni pari. V povabilu k sodelovanju sicer ne piše eksplicitno, da se prijavljajo zgolj heteroseksualni pari oziroma je to tako ali tako samoumevno.

»Še vedno velja, da če ste zaljubljeni ali če poznate kakšen super par, nam pišite...« (Smrkljin naj par, Smrklja, junij 2002: 20)



Slika 3.2: Rubrika Smrkljin naj par

Prav tako je tudi v Smrkoskopu že samoumevno, da so najstniki v vezah z nasprotnim spolom oziroma, da iščejo partnerje nasprotnega spola. Heteroseksualna želja torej ni le univerzalna, temveč je tudi naravna in normalna.

»Pred tabo je naporen mesec. Če si samska, te do konca meseca zagotovo ne bo zadela amorjeva puščica, če imaš fanta, se bosta vse do konca junija prepirala zaradi nepomembnih stvari. Nikar se ne sekiraj-tudi takšne krize enkrat minejo.« (Smrkoskop, Rib, Smrklja, junij 2002: 89)

»Če imaš eno punco, se ne ukvarjaj toliko z drugimi. Odloči se že, če bi res rad bil z njo ali te bolj zanima njena sošolka.« (Smrkoskop, Rak, Smrklja, junij 2002: 90)

Poudarjena pa ni zgolj monogamna heteroseksualnost temveč tudi nujnost le-te. Lov na fante je osrednja tema najstniških revij, vendar pa tudi druge teme poudarjajo to nujnost. Dawn Currie pravi, da je samozavest v revijah za najstnike povezana z uspešnim heteroseksualnim odnosom, saj je njihovo »...dominantno sporočilo, da je heteroseksualna ljubezen resnična pot do ženske sreče; biti brez fanta je biti sam.« (Currie; 1999: 198) Torej biti brez partnerja,

osebe nasprotnega spola, pomeni biti sam in osamljen, ne glede na vse prijatelje, ki obkrožajo najstnico oziroma najstnika. Pravo dekle ima fanta in pravi fant ima dekle. Heteroseksualnost je predstavljena kot edina možna, prava in nujna oblika romantične ljubezni. Alternativ ni.

3.3.2. Oglaševanje in vedeževanje

Če prelistamo katerokoli revijo, in revija Smrklja ni nikakršna izjema, nam kaj kmalu postane jasno, da je glavni cilj revij prodajanje izdelkov, ki so oglaševani v reviji. Oglasi zasedajo velik del prostora v reviji ter reviji s svojimi bleščečimi podobami dajejo privlačnost. Živimo v dobi vizualizacije, kjer so slike pomembnejše od besed. Vizualni užitki so pomembni, tudi za prodajo izdelkov v oglasih. Celotna vsebina revije, predvsem pa oglasi, prepričujejo bralke in bralce, da določen izdelek potrebujejo. Potrebujejo, da so »in«, da so »kul«,...

Tržišče mladih – najstnikov, predstavlja največje tržišče za vse velike blagovne znamke, saj s pomočjo obleke, glasbe,... ustvarjajo 'cool' imidž. »Iskanje 'cool'-a je naravno povezana z ne-samozavestjo mladih (Ali je to 'cool'?, je slišati med mladimi kupci, ki nervozno povprašujejo eden drugega. Misliš, da je to neumno?). Danes so mučni dvomi adolescentov postali vprašanja naše dobe vredna milijarde dolarjev.« (Klein; 2002: 60) Najstniki živijo v svetu nenehnega iskanja izbiranja, odločanja. Prave izbire so torej nujne. Nujno pa je potrebno tudi biti »in«. To pa je mogoče le, s kupovanjem pravih izdelkov, ki »pomagajo osvojiti izbranca/izbranko«, pravi Smrklja.

»Smrklja! Prišla je pomlad in zagotovo se boš zaljubila. Na prvem zmenku ti bo pomagal zapeljivi vonj Sambe in tako boš popolnoma osvojila svojega izbranca.« (Smrklja, april 2002: 29)

Torej, zapeljevanje nasprotnega spola je lahko učinkovito le z uporabo pravih izdelkov. »Vaša sreča, nam nenehno pridigajo po ilustriranih revijah, je odvisna od tega, zahteva ono – to in ono pa je vselej nekaj, kar si je treba pridobiti, najpogosteje seveda z denarjem. Rezultat te propagande je, da smo obsedeni z idejo o zlahka pridobljeni sreči, hkrati pa ne moremo biti srečni. Vse kar nam predlagajo, nas namreč vpeljuje v svet primerjav, v katerem bo sreča mogoča šele tedaj, ko bo človek kakor bog.« (Rougemont; 1999: 282)

»Zapelji ga in on naj zapelje tebe. Z naravnim in sodobnim vonjem. Z vonjem cK one Grffiti!!!« (Smrklja, junij 2002: 41)

Tudi na ljubezenskem področju, govorijo oglasi, lahko priskočijo na pomoč različni izdelki, ki zagotavljajo popoln uspeh pri iskanju, zapeljevanju, osvajanju želenega partnerja. Mary Evans pravi: »Od sredine 19. stoletja naprej, se je romanca začela pojavljati kot industrija in ideologija v zahodnih družbah in potrošništvo je hitro sprejelo in razvilo možnosti za njen obstoj. Zgodovinarji nakupovanja in potrošništva lahko prikažejo oglaševanje od konca 19. stoletja naprej, ki je natančno prilagojeno pričakovanjem in romantičnim situacijam.« (Featerstone; 1999: 273) V najstniških revijah so oglaševani večinoma izdelki namenjeni dekletom. Najpogosteje, v oglasih revije Smrklja, nastopajo različni kozmetični pripomočki, ki pomagajo pri videzu, urejenosti. Dekleta pač morajo biti lepa in urejena, še posebej, če hočejo osvojiti srce svojega najdražjega.

»Vsaka Smrklja ve, da so oči ključne pri zapeljevanju. Naj ti pri tem pomaga Lizzie Fusion Eyeshadow.« (Smrklja, december 2002: 81)

Prav tako se ne sme pozabiti na modo in modne nasvete, ki jih dekleta seveda morajo spremljati in jim slediti. Zgolj redki so primeri oglasov, ki se obračajo na fante. Vendar pa lahko prav tako zasledimo le oglase za kozmetiko (dišave), modne znamke, ipd.

»Crave. Nova dišava za moške. Get it on.« (Smrklja, december 2002: 7)

V takšnih oglasih so direktno izpostavljeni izdelki, ki jih je potrebno uporabiti za uspešno osvajanje in zapeljevanje. Povezanost s potrošnjo pa je izpostavljena tudi indirektno in sicer v obliki nasvetov kam na zmenek – kino, večerja, sladoled, sok, ... Prav tako se je za zmenek potrebno primerno obleči. Vse te zahteve zahtevajo denar. Vsekakor pa gre v obeh primerih za izdelke, ki so prilagojeni nakupovalnim zmožnostim bralk in bralcev. Notri ne najdemo oglasov za luksuzne avtomobile, restavracije, ure, kreatorje,...

»Ljubezen je v zraku, obleci se temu primerno!« (Smrklja, april 2002: 13)

Zgoraj navedeni primeri oglasnih sporočil, reprezentacije najstnikov, kjer morajo najstniki, da dobijo fanta oziroma dekle le tako, da skrbijo za svoj videz in da imajo finančno podlago, da svojega izbranca/izbranko peljejo na ustrezen zmenek.

Na pomoč pri iskanju »drugih polovic«, lahko priskočijo tudi različne telefonske linije, ki obljublajo zmenke in ljubezen. (Slika 3.3)

»Fontastična linija za zmenke – Fonta stik« (Smerklja, avgust 2002: 81)



Slika 3.3: Oglas za telefonsko linijo za zmenke - Fontastik

Prav tako se lahko najstniki zatečejo po pomoč pri reševanju ljubezenskih težav k vedeževalkam, katerih oglase lahko srečamo v vsaki od revij.

»Marija vam pomaga pri reševanju vseh težav! Posebej ljubezenskih!« (Smerklja, april 2002: 58)

»Vedeževanje. Reševanje ljubezenskih težav, šola, pogovori v stiski. Pokličite in zaupajte nam.« (Smerklja, marec 2002: 35)

V vseh revijah, ki sem jih analizirala, je tudi prisotna stran namenjena vedeževalskemu studiu Majda, »Zapisano v zvezdah« (Slika 3.4), ki odgovarja na pisma bralk in bralcev največ glede ljubezni in šole. Dekleta pošiljajo vprašanja glede možnosti razvoja zveze z določenimi fanti, simpatijami:

»Zapisano v zvezdah. V: Zanima me, ali imam kaj možnosti pri J.P., G.Z., A.R., M.D. in D.S?.;

O: Z vsemi fanti boš samo prijateljica, pravi šele prihaja.« (Smerklja, avgust 2002: 91)

ZAPISANO V ZVEZDAH

V ZVEZDE ZATE GLEDA ASTROLOŠKO - VEDEŽEVALSKO STUDIO MAJDA. SKUPAJ Z DODRO KORO. OZELJAMO VAM TUDI ASTROLOŠKO KARTO IN OSOBNINE HOROSKOPNE. DOBITE NAŠ NA TEL.ŠT. 050 43 94. Črna pogovora je 165 977 na mobilno.

ANOR
Sem 16-letna bikica in zanima me, ali imam kaj možnosti pri R. F. Bom na morju spoznala kakšnega fanta ali prijatelja, prijateljice?
Na morju boš spoznala veliko novih ljudi in marsikdo bo ostal v tujem življenju kot dober znanec ali pa zelo dober prijatelj. Fanta, ki si ga omenila, pa pozabi.
Majda

RADOVEDNICA
Sem 13-letna bikica in zanima me, ali imam kaj možnosti pri M. S. in T.G.
Dva fanta kar pozabi, prihaja primernejša zame. Koliko časa bo trajala moja zveza z J.S.?
Šola je primerna. Zveza z J. S. bo trajala toliko časa, kolikor boš sama želela.
Majda

ZVEZDICA
Čao, Čao
Sem 14-letna škorpionka in zanima me, ali je frizerska šola primernejša zame. Koliko časa bo trajala moja zveza z J.S.?
Šola je primerna. Zveza z J. S. bo trajala toliko časa, kolikor boš sama želela.
Majda

LUNCA
Zanima me, ali imam kaj možnosti pri J. P., G. Z., A. R., M. D. in D. S.
Z vsemi fanti boš samo prijateljica, pravi šele prihaja.
Majda

LJUBOSUMNA LISIČKA
Sem 11-letna dvojčica in zanima me, ali imam kaj možnosti pri J. S., G. L., M. J. in N.H.
Kako bom končala S. razred? Bom našla izgubljeni mobilni? Fante, ki si jih omenila, jemli samo kot dobre prijatelje. Sedaj že veš, da si razred končala uspešno. Najbrž pa motabola ne boš dobila nazaj.
Majda

NEVEDNA
Sem 16-letna rakica in zanima me, ali imam kaj možnosti pri U. H. in J. P.
J. P. čuti do tebe samo prijateljstvo, U. H. pa bi te samo izkoristil.
Majda

SAPI
Sem 14-letna kozoroginja in zanima me, ali bom sprejeta na zeleno šolo. Kateri poklic bi mi bolj ustrezal: prevajalka ali novinarka.
Ne želimo šolo boš sprejeta. Bolj bi ti odgovorjal poklic novinarka.
Majda

PINKY
Hej!
Sem 15-letna vodnarka in zanima me, ali imam kaj možnosti pri M. B. in M. K. Bom dobila štipendijo? Je trgovaška šola dobra izbira?
S obema fantoma te bo povezovalo samo prijateljstvo in simpatije. Štipendijo boš dobila, ampak šele naslednje leto. Izbira šole je prava.
Majda

RADOVEDNICA 89
Sem 13-letna kozoroginja in zanima me, ali imam kaj možnosti pri G.B. in D.B. Je zame primernejša šola za frizerje ali za učiteljico matematike?
Dva fanta pozabi, prihaja nova simpatija. Bolj ti leži učiteljica kot pa šola za frizerje.
Majda

ČEŠNJICA
Sem 12-letna škorpionka in zanima me, ali imam kaj možnosti pri M. S. Kako bom izvedla razred in kako bo z mojim zdravjem?
Z M. S. bošta vedno zelo dobra prijatelja, kaj več pa ne. Vse možnosti imaš, da si vedno odlična. Vendar je uspehi vedno odvisen samo od tebe. Zdravje se ti bo zelo ljubilo, glede tega se ne obremenjuj.
Majda

ZASKRBLJENA
Sem 17-letna strelka in zanima me, ali bom še dolgo skupaj z J. Z. Bom uspešno naredila zaključne izpite in ali bom sprejeta naprej?
Z njim boš tako dolgo, kot boš želela sama odločiti se za oba. Zaključne izpite boš naredila in tudi sprejeta boš na zeleno šolo.
Majda

VRTNA SONČNICA
Sem 14-letna dvojčica in zanima me, ali se bo zveza s S. B. obnesla. Se bom odločila za pravo šolo?
Zveza se ne bo obnesla, bosta pa ostala v zelo prijateljskih stikih.
Odlučila se boš za pravo šolo.
Majda

INFEST
Zdravo!
Sem 17-letna strelka in zanima me, ali imam kaj možnosti pri N. O.
Se bom lahko vpisala na zeleno fakulteto?
Z N. O. imata veliko skupnega in tudi vajina zveza se bo obnesla, če bosta to obe želela.
Na zeleno fakulteto se boš vpisala.
Majda

Slika 3.4: Rubrika Zapisano v zvezdah

Odgovori vedeževalskega studia so vedno enaki oziroma narejeni po istem kopitu in sicer glede uspehov pri fantih, da naj »še počakajo«, da »pravi še prihaja«, da naj »sedanje pozabijo«, »prihaja nekdo tretji«, ...

Prav tako je v vsaki Smrklji prisoten obširen horoskop za vse »smrklje in smrkavce« imenovan Smrkoskop (Slika 3.5). »Horoskopi so napovedi prihodnosti, ki temeljijo na zodiaku (imaginaren področje, ki vsebuje dvanajst zodiakalnih sozvezdij) v času rojstva.« (McLaughlin; 2000: 40) Smrkoskop je namenjen tako puncam, kot fantom in sicer ločeno: »Kateri je tvoj znak?« za dekleta in »Kateri je njegov znak?« za fante.



Slika 3.5: Smrkljin horoskop - Smrkoskop

Gre za horoskop, ki pove, kako kažejo zvezde v ljubezni za posamezen mesec. Sestavljen je iz dveh delov. Prvi del sestavljajo prognoze glede ljubezni:

»Vodnar; Ljubezen: S svojim očarljivim značajem in zapeljivim videzom imaš v ljubezni pač srečo. Tokrat bo trajala in trajala, izkoristi lepe trenutke do konca.« (Smrkoskop, Smrklja, avgust 2002; 89)

Drugi del pa zajema življenje na sploh. Ljubezen je tako izvzeta iz življenja in je obravnavana kot posebna oziroma kot posebno pomembna, kategorija, ki jo je potrebno izpostaviti. Besedilo, ki se nanaša na ljubezen, je namenjeno tipični bralki/bralcu revije. Npr.:

»Tisti fant, ki ti neprestano nagaja, to počne zato, ker si mu všeč. Čeprav se ti morda zdi preetročji, se morda za njegovo navihanostjo skriva prava ljubezen.« (Smrkoskop, Rak, Smrklja, oktober 2002: 89)

Iz zgornjega primera je razvidno, da je horoskop namenjen najstnikom, torej bralkam in bralcem revije Smrklja – mladim heteroseksualcem, ki si želijo in iščejo monogamno zvezo. Poleg rubrike Smrkoskop je tu še rubrika, ki napoveduje, kako se bodo znamenja med seboj razumela v posameznem mesecu (Slika 3.6):

»Kako se bodo znamenja razumela avgusta?« legenda: super, tako-tako, slabo (Smrklja, avgust 2002: 91)

	ovna	strelca	lev	devica	bliznca	raha	skorpi	strelca	devica	bliznca	ovna
ovna	super	slabo	super	super	super	super	super	super	super	super	super
strelca	slabo	super	super	super	super	super	super	super	super	super	super
lev	super	super	super	super	super	super	super	super	super	super	super
devica	super	super	super	super	super	super	super	super	super	super	super
bliznca	super	super	super	super	super	super	super	super	super	super	super
raha	super	super	super	super	super	super	super	super	super	super	super
skorpi	super	super	super	super	super	super	super	super	super	super	super
strelca	super	super	super	super	super	super	super	super	super	super	super
devica	super	super	super	super	super	super	super	super	super	super	super
bliznca	super	super	super	super	super	super	super	super	super	super	super
ovna	super	super	super	super	super	super	super	super	super	super	super

Slika 3.6: Del Smrkoskopa – Kako se bodo znamenja razumela v avgustu?

Tako oglasi, vedeževanje kot tudi horoskop ponujajo podobe romantične ljubezni, podobe sreče h katerim je potrebno stremeti ter jih dejavno iskati.

3.3.3 Serijska monogamija⁸

»Ljubim te!« mu je smrklja dahnila v uho.

»Tudi ti ljubiš mene?«

»Ja, tudi tebe!«

(Smrklja, april 2002: 89)

Serijska monogamija je sodoben pojav, pojav potrošniške družbe, kjer je želja tisto kar je potrebno zadovoljiti takoj, kjer je hrepenenje po vedno boljšem vseprisotno, kjer se s

⁸ **Serijska monogamija** je izraz, ki se uporablja za opisovanje vsakdanjega seksualno-odnosnega vzorca v sodobni zahodni družbi. Za osebo lahko rečemo, da izvaja serijsko monogamijo, če ima ta oseba le enega partnerja v določenem času, vendar je imela več kot enega seksualnega partnerja v življenju. Partnerja sta lahko poročena ali ne, vendar pa hkrati nimata več kot enega partnerja. (<http://encyclopedia.thefreedictionary.com/serial%20monogamy>)

potrošnjo zapolnjuje vsa nezadovoljstva in kjer je moto jasen in glasen: »Uživaj!«. Vendar pa sledenje motu ni tako preprosto kot se zdi. Denis de Rougemont pravi, da: »Ne znamo uživati v tistem, kar imamo, vedno hlepimo po nečem boljšem, iščemo nekaj boljšega. Življenje je usmerjeno k nedosegljivi sreči.« (Rougemont; 1999: 133, 134) in Colin Campbell nadaljuje: »...za sodobnega porabnika (ki sicer ni imun na skušnjave) pa je, značilna nenasitnost, ki je posledica pravzaprav neizčrpnosti potreb, ki se tako kot feniks vedno znova in znova vzdigujejo iz pepela svojih predhodnic. Brž ko je ena zadovoljena, že čaka v vrsti druga in na glas zahteva potešitev; in ko je zanjo poskrbljeno, se pokaže tretja in za njo četrta in tako naprej in na videz brez konca. Proces je nenehen in nepretrgan;...« (Campbell; 2001: 63) V preteklosti je bilo glavno ljubezensko vodilo prepustiti se ljubezni, ne glede kaj prinese, ena velika ljubezen za vse življenje (*grand amour*). Danes pa je v življenju nujnost oziroma pravilo imeti več ljubezenskih afer v času življenja. In potrebno je začeti že kot najstnik. Afera je definirana kot »postmoderna izkušnja, ki vsebuje strukturo občutij z izkušnjami naklonjenimi čustvom in kulturnim vrednotam, ki črpajo iz sfere potrošnje.« (Featherstone; 1999: 176)

V reviji Smrklja lahko serijsko monogamijo zasledimo v besednih zvezah kot so »poletna ljubezen«, »poletna romanca«, ipd. ki nakazujejo na gre za ljubezen z omejenim časovnim obdobjem – poletje. Ljubezen za večno je preteklost, ljubezen za določen letni čas - poletje je sedanost. Gre za potrjevanje ugodja/užitka, novosti in vznemirljivosti, je poskus ponavljanja prvotne izkušnje - »novosti«, glavni motiv je »svoboda izbire« - občutek svobode, kar pa prinaša fobije pred zvezami, saj pomenijo odpoved tej svobodi izbire. V sodobnem času, torej, srečne konce pravljic: »...in sta srečno živela do konca svojih dni«, vedno bolj zamenjujejo: »Večno bom tvoj - dokler bova skupi«⁹. »Staromodne izpovedi romantične ljubezni – če jih lahko še kje slišimo – se zdijo dokaj puhle. Pričakovanje nesmrtnosti ljubezni je preteklost; ostalo je le še 'samo za nekaj časa' ali 'dokler bo trajalo'. ... Kmalu bomo priče Krasnega novega sveta, s ciničnim gledanjem na dolgotrajno ljubezensko zvezo kot na nekaj nemogočega, celo sumljivega, kot znamenje duševne bolezni, pri kateri je treba bolnike poslati čim prej na zdravljenje.« (Verhaeghe; 2002: 9, 10) Opisovanje in svetovanje glede serijske monogamije je vseprisotno v reviji Smrklja. Tako v rubriki z nasveti »Mateja ti pomaga« kot tudi v različnih člankih.

»Zelo redki pari so, ki so en drugemu prvi, edini in večni zadetek. Običajno si prej nekajkrat prizadet, zavrnen in razočaran.« (Mateja ti pomaga, Smrklja, marec 2002: 41)

Revija Smrklja torej načeloma zagovarja tezo, da mora biti ljubezenski odnos monogamen, vsekakor heteroseksualno monogamen. Torej, da je potrebno imeti zgolj enega partnerja v določenem obdobju. Vendar pa zagovarja serijsko monogamijo, če torej en partner ni ustrezen, če ni več iskric, je potrebno najti drugega, dokler se ne najde pravega. Tistega za do konca življenja, za večno. In zopet lahko izpostavimo dvojnost, nasprotje, ki se tako pogosto pojavljajo skozi vso vsebino revije Smrklja.

»Vsaka zveza je zgodba zase in z vsako se moram spoprijeti od začetka do konca, vedno znova.« (Kako preboleti, ko te pusti on oziroma ona?, Smrklja, november 2002: 26)

Filozofija oziroma način življenja imenovan serijska monogamija, se sklada s potrošniško družbo, ki stremi k novostim in prijetnim doživetjem. »Ta 'kupuj-in-izberi' pogled na življenje, je zaradi širše izbire primernih partnerjev ter dejstva, da je tržni pogled – prepričanje, da se je potrebno zavezati šele po dolgem procesu zbiranja informacij – prevladal nad romantičnimi praksami.« (Featherstone; 1999: 176) Ko stvari postanejo prezapletene, ko romantičnost zamenja razum, ko začetne strasti in zaljubljenosti ni več, ko se stvari normalizirajo in zapadejo v vsakdanjost, ko metuljčki v trebuhu odletijo, je potrebno začeti iskati nova vznemirjenja in ponovno vzbuditi zaljubljenost in metuljčke. Smrklja pravi:

»Življenje je lepo, tudi če si sam. A vendar je v glavnem lepše, če hodiš po svetu v dvoje in govoriš v dvojini namesto v ednini. Najstništvo pa je tako ali tako čas, ko naj bi nas začele nevarneje obletavati Amorjeve puščice in ni vrag, da nas od časa do časa katera tudi zadane.« (Smrklja, september 2002:33)

⁹ Refren v besedilu pesmi izvajalcev Murat & Jose, pesem Dokler bova skupi, album V besedi je moč.

3.4 »Metuljčki v trebuhu«

Ko je iskanje pomembnega drugega zaključeno (ali vsaj ena epizoda le-tega), sledi zaljubljenost in »metuljčki v želodčku«, »ščegetanje v želodcu«, »mravljinci po hrbtu«, ipd. Zaljubljenost je v sodobni, zahodni družbi ključna komponenta za oblikovanje odnosa med dvema partnerjema. Ali kot pravi Mary Evans: »...del normativne strukture je postalo, predvidevati, da se ljudje zaljubljujejo (in enako od ljubljajo) ter da biti zaljubljen, zagotavlja potrebno in absolutno legitimost za konstrukcijo (in dekonstrukcijo) razmerja.« (Featherstone; 1999: 268) Takšen pogled na ljubezen lahko zasledimo tudi v reviji Smrklja:

»Imejte se radi, uživajte v ščegetanju v želodcu in se od časa do časa potopite v nadzemeljske globine in razsežnosti njegovih/njenih oči.« (Hot date, Smrklja, oktober 2002: 20)

Zaljubljenost je v Smrkli predstavljena kot stanje zamaknjenosti, kot intenzivnost čustev, ko je svet lepši, boljši,... Poudarek je na čustvih, strasti, ne na razumu. Izguba razsodnosti, treznega razmišljanja, je sestavni del zaljubljenosti. Z razumom si torej ne moremo pomagati, je stanje v katerega zapademo. »Biti zaljubljen ne pomeni nujno ljubiti. Biti zaljubljen je stanje, ljubiti dejanje. Stanje prenašamo, o dejanju se odločamo.« (Rougemont; 1999: 313)

»Ko se zaljubimo, nas je vedno malo strah. Ker se bojimo biti prizadeti in zavrženi in ker želimo imeti vse pod nadzorom. Ampak ker gre za čustva, razumski nadzor seveda odpade.« (Mateja ti pomaga, Smrklja, oktober 2002: 28)

Zaljubljenost, kot začetno obdobje ljubezni, je visoko cenjena. Zanja je potrebno tudi tvegati. Največkrat je pojmovanja kot pozitivno stanje, ki polepša, popestri, napolni življenje, prav tako posameznike in posameznice napolni z energijo, upanjem, veseljem, srečo,... Večinoma je opisovana kot nekaj pozitivnega, prijetnega, magičnega, romantičnega. Phillip Vaninni oblikuje kategorijo *Nori na ljubezen*, kjer gre za »fix« dobrega počutja, za izklop kritičnega razmišljanja, za izgubo nadzora, za popolno prepustitev, za sanjaštvo in romantičnost. Ta stopnja pogosto pride po obdobju hrepenenja po ljubezni v fantazijah, iluzijah in dnevni sanjarjenjih. Fantazija se nato materializira, ljubezen na prvi pogled povzroči izgubo nadzora, izključitev kritičnega razmišljanja in začetek hrepenenja po takojšnji zadovoljitvi. Ta srečanja

se zgodijo po tem, ko je ljubezen iskana na vseh napačnih mestih. Po tem je iskanje uspešno in nagrajujoče. Ta izkušnja posameznika pripelje do opustitve zavesti o individualnosti in je pripravljen, za ljubezen, prepustiti svoje življenje objektu slepe zaljubljenosti. (Vannini; 2002: 11 - 16) V Smrklji pa lahko zasledimo tudi drugačne poglede na zaljubljenost:

»Včasih drugi vidijo tisto, česar mi ne, saj imamo, kadar smo zaljubljeni, na nosu rožnata očala.« (Poletno osvajanje, Smrklja, avgust 2002: 33)

V tem primeru je zaljubljenost gledana kot zaslepljenost, ko so vse stvari videti čudovite, četudi niso. »Nekateri so dejali, da je romantična ljubezen zarota, ki so jo skovali moški proti ženskam, da bi jim misli napolnili s praznimi in neuresničljivimi sanjami.« (Giddens;2000:48)

3.4.1 Romantičnost ali »odsanjajmo« drugam

Romantično komponento, neuresničljive sanje oziroma »romantične fantazije¹⁰« (Bachen; 1996: 280), lahko najdemo v vseh številkah revije Smrklja. Gre predvsem za rubrike Roman, Foto zgodba ter Dnevnik besne smrklje/smrkavca.

Rubrika Roman (Slika 3.7), je zgodba razdeljena na nekaj delov, vsak od delov se pojavi v eni številki revije. V reviji Smrklja tako lahko najdemo zgodbe, kot so: »Prava ljubezen?« (Smrklja, oktober, november in december 2002), »Poljub v koloniji.« (Smrklja, julij, avgust, september 2002),... Gre za romantične zgodbice, katerih glavna tema je ljubezen. Torej, gre za ljubezenske zgodbe z nekaterimi manjšimi zapleti in s »happy end«-om. Dogajajo se v najstniku realnem okolju, šola, morje,... Glavni akterji so najstniki. Zgodba teče nekako takole, glavna junakinja je razočarana v ljubezni in njeno srce osvoji prelepi, najbolj zelen fant na šoli.

»Ko je opazovala njegov obraz, ki jo je ljubeče gledal, je vedela, da je zaljubljena kot nikoli prej in da se ji zdi, da je končno spoznala pravega fanta zase.« (Poljub v koloniji, Smrklja, avgust 2002: 84)

¹⁰ »Fantazije so definirane... kot niz simbolov in pomenov, ki jih uporabljamo, ko skušamo komunicirati sami s seboj ali z drugimi, gre za možno, vendar še neobstoječo situacijo.« (Bachen; 1996: 280,281)

Forma zgodbe je vseskozi enaka spreminja se zgolj vsebina, detajli. Ali kot pravi Ellen Hijmans: »...kar je pomembno ni posamezna vsebina, temveč določena forma, razburljiva ljubzenska zgodba v kateri mora čeden mlad mož osvojiti srce glavne junakinje, ali obratno.« (Hijmans; 2004: 7) Na strani, kjer je zgodba, vedno najdemo tudi fotografijo dekleta ali fanta. Okolje v katerem se zgodba dogaja ter fotografija dajeta občutek realnosti zgodbe.



Slika 3.7: Rubrika Roman

Prav tako lahko v *Foto zgodbah* (Slika 3.8) – »Nevarne spletke« (Smrklija, oktober, november, december 2002), »Počitniške igrice« (Smrklija, julij, avgust, september 2002), »Slepa ljubezen« (Smrklija, april, maj junij 2002) - najdemo podobno formo, deklet, fant, nekaj zapletov in srečen konec. Le, da tu nastopajo vizualno realne osebe, ki igrajo določene karakterje in je zgodbi mogoče slediti v slikah, s pomočjo dialoga v balončkih, po principu stripa. Fotografije dajejo občutek objektivne reprezentacije realnosti.



Slika 3.8: Foto zgodba

Dnevnik Besne smrklje/smrkavca (Slika 3.9), najdemo v vseh revijah Smrklje v letu 2002. V pomladnih in poletnih mesecih se je lahko spremljalo dogodivščine »besne smrklje«, v jesenskem času pa so se začele prigode »besnega smrkavca«. Gre za opisovanje poteka meseca anonimnega fanta/dekleta. Zgodbe se odvijajo okrog ene osebe z ozko mrežo družbenih odnosov (prijateljice, fant,...). V ospredju je ljubezenski zaplet, zveza z napačnim fantom/dekletom, ki se razplete tako, da glavna junakinja/junak pristaneta s fantom/dekletom, ki je »ustrezen/na, idealen/na« zanj/zanjo. Zgodba je pisana kot dnevnik, se pravi v prvi osebi ednine in daje občutek vstopa v najbolj skrite kotičke najstnikovega življenja. Tudi tu lahko na strani, kjer je dnevnik najdemo fotografijo dekleta ali fanta (odvisno ali gre za dnevnik besne smrklje ali besnega smrkavca). Fotografije resničnih ljudi in način pripovedi v prvi osebi, dajejo občutek resničnosti zgodbe.



Slika 3.9: Dnevnik besne smrklje in besnega smrkavca

V vseh treh primerih gre za dnevno sanjarjenje – eskapizem, beg iz vsakdanjosti v domišljjski, fantazijski svet, kjer je vse mogoče. Colin Campbell opredeli sanjarjenje »kot dejavnost, pri kateri se umišljeni užitki mešajo s stvarnimi.« (Campbell; 2001: 131) Gre za vživetje v zgodbo nekoga, za empatijo, ter hkrati za jemanje te zgodbe kot možen scenarij v lastnem življenju. Za to poskrbi sam tekst in vsebina zgodbe. Ali kot pravi Marnina Gonic v svojem članku: »Moč zgodbe je tako vpeljana z lingvističnimi in vizualnimi tehnikami, ki ustvarjajo iluzijo, da je tekst transparentno okno, ki se odpira v že obstoječi svet.« (Gonic; 1997: 75) Bralke in bralce zgodbe popeljejo v svet heteroseksualne najstniške ljubezni.

Tudi tu se torej kaže dvojnost, ki je, kot sem že omenila, prisotna skozi celotno vsebino revije, in sicer gre za dvojnost med realnostjo in domišljijo. Ali kot pravi D.L. Tolman: »... adolescentne deklice, do ujete v nasprotje med realnostjo svojih seksualnih občutij ter mankom teh občutij v spolnih skriptah za mlada dekleta na kulturni ravni.« (Carpenter; 1998) Prav tako se v zgodbah se kaže »pretirana človeška čustvenost«, neresnična, a vendar ne nemogoča čustvenost, projicirana na scenarije prihodnosti. (Hijmans; 2004: 8) Gre za beg iz vsakdanjega življenja, za hrepenenje, za upanje in strah pred možno realizacijo poteka zgodbe v realnem življenju, »... ne kar 'je', kar 'bi lahko bilo' je tisto, kar je zares pomembno.« (Hijmans; 2004: 7) Pri romantičnosti, pravi Colin Cambell: »Gre za izrazito sodobno zmožnost, zmožnost ustvarjanja iluzije, o kateri vemo, da je lažna, vendar jo občutimo kot resnično.« (Campbell; 2001: 120)

3.4.2 Eskapizem in ljubezen na daljavo

Zgoraj je opisana vrsta eskapizma, ki predstavlja beg v domišljijo, v fantazijski svet, v svet zgodb. Poznamo pa še eno vrsto eskapizma, in sicer beg v druge kraje. Sem sodijo potovanja, oddih, počitnice. Gre za povezavo ideje romantične ljubezni s potrošnjo, natančneje s turizmom. Sprehodi po plažah daljnih krajev, kopanje v bazenih razkošnih hotelov, elegantne večerje v restavracijah, potovanja v eksotične kraje,... so povezani s podobami romantične ljubezni v množičnih medijih. Podobe romantičnosti »povezujejo močne teme prostega časa, narave, avtentičnosti, in razkošnosti s praksami potrošnje turizma, prehrabeno industrijo, hoteli in medijsko industrijo.« (Bachen; 1996: 286) Vse to, pravi Eva Illouz, je oblikovalo »romantično utopijo¹¹«. Enako gre tu za beg iz vsakdanjosti, vsakdanjega življenja, dolgočasje. Gre za način potrošnje prostega časa, za odmik od vsakdanjega življenja z namenom napolnitve baterij in umikom od težav vsakdanjika. V povezavi s takšno konsumpcijo prostega časa lahko omenimo »poletne romance«, kratkotrajne afere, ki se dogajajo izven vsakdanjega življenja (počitnice, morje, smučanje, izleti, ...) Tematike povezane s to vrsto eskapizma, najdemo predvsem v poletnih številkah revije Smrklja.

¹¹ Romantična utopija se kaže v dveh temah: prvič, idilični utopiji narave ali divjine (divje, naravno, odmaknjeno okolje) ter drugič, utopiji bogastva in elegancje (okolje razkošja in hedonizma). (Bachen; 1996: 286)

»Ste že izbrale sanjski kraj, kjer nameravate osvajati zagorele mladeniče, poležavati na plaži in se predajati sončnim žarkom?« (3.4 ... ZDAJ!, Smrklja, julij 2002: 54)

Poletne in zimske romance ter afere, so že po naravi nekaj posebnega, drugačnega, izjemnega. »'Posebne' izkušnje, že po naravi izstopajo iz toka vsakdanjega življenja.« (Illouz; 1999: 177) Dobijo prizvok čarobnosti, dogodivščine, magičnosti, skrivnostnosti, romantičnosti, intenzivnosti čustev, skratka pridevnikov, ki jih v dolgočasni, monotoni, rutini vsakdanjega življenja ne moremo uporabljati. Kot pravi Eva Illouz: »Poosebljajo obliko vezi v kateri so čustva dramtizirana, intenzivna in ritualizirana.« (Illouz; 1999: 177) In predstavljajo idealno področje za spoznavanje skrivnostnih, zanimivih, drugačnih,... ljubezenskih partnerjev.

»Poleti, kar mrgoli nalezljivih nasmehov in zaljubljenih pogledov. Če si torej samski/-a, dovoli soncu, da prižge ogenj tudi v tebi. Tukaj je nekaj nasvetov, kako se zabavati in najti poletno ljubezen.« (Poletno osvajanje, Smrklja, avgust 2002: 33)

Na podlagi različnih poletnih avantur, se razvijejo ljubezni na daljavo, ki še vzpodbujajo sanjarjenje, hrepenenje, skrivnostnost,... ljubezenskega razmerja.

»Običajno se rodi kot poletna avantura ali romanca na kakšnem izletu. Kratkoročno takšna ljubezen pomeni ogromen telefonski račun, veliko ljubečih pisem in SMS-ov ter pričakovanj, kdaj se bosta zopet videla. Kaj pa dolgoročno?« (Ljubezen na daljavo, Smrklja, april 2002: 8)

V območje eskapizma lahko uvrstimo tudi vikende – konce tedna, ki predstavljajo pomembno komponento najstniškega življenja. Čas, ko se najstniki in najstnice lahko zabavajo ter pozabijo na težave in tegobe vsakdana. »Poveličevanje konca tedna – slavljenje zabave, escapizma, potrošništva in prostega časa, praznikov in počitnic - kaže na pomembno vlogo domišljije in romantičnosti v življenju.« (Rogers; 1999: 18) Ples v diskoteki, zanimiv film v kinu, sprehodi po plaži, romantični sončni zahod na pomolu na morju, kepanje na zimovanju, večerja v igluju,... To je le nekaj stereotipnih scenarijev povezanih z romantiko daleč od doma. Vse to, seveda, predstavlja nasprotni pol vsakdanjemu življenju, življenju odtujenosti, nenehnega stresa, dolgočasje, šole, vsakdanjih opravil, staršev, itd. »Ljubiti ni zgolj čustvo, temveč razpoloženje, ki ga je moč doseči z atmosferskimi kodi bogastva in prostega časa v atipičnem okolju.« (Bachen; 1996: 294)

»Ti zveni znano: na počitnicah spoznaš idealnega fanta oziroma punco, skupaj preživita nekaj prečudovitih dni, nato pa – vrnitev domov, v kruto realnost. Kako torej preboleti počitniško romanco?« (Smrklja, september 2002:4)

Denis de Rougemont pravi, da je eskapizem povezan s strastno ljubeznijo: »...idealizirani erotizem, ki prežema vso našo kulturo, našo vzgojo in podobe, ki krasijo naše življenje; naposled naša potreba po begu, ki jo še podžigajo tehnični problemi - vse v nas in okoli nas povečuje strast tako zelo, da smo v njej ugledali obljubo bolj živega življenja, moč, ki preobraža, nekaj kar naj bi bilo onkraj sreče in trpljenja, žarečo blaženost.« (Rougemont; 1999: 12) Lahko rečemo, da je iz branja tekstov v reviji Smrklja razvidno, da se najstnik spopada z dualnostjo: vsakdan – beg iz vsakdana. Prvi ponuja dolgčas in ustaljenost, drugi dogodivščine in avanture. Ali kot pravi Rougemont: »Obupen dolgčas ali strast: to je dilema, ki jo v naše življenje prinaša moderna ideja o sreči.« (Rougemont; 1999: 282)

3.4.3 Strast

Strast in strastna ljubezen imata po Denisu de Rougemontu jedro v eskapizmu – begu od stvarstva in vsakdanjosti ter večnemu iskanju idealnega partnerja – serijski monogamiji. Z njim se delno strinja tudi Antony Giddens, ki pravi: »Strastno ljubezen označuje nujna, ki jo ločuje od rutine vsakdanjega življenja, s katero kajpada prihaja v konflikt.« (Giddens; 2000: 44) Strastna ljubezen ima moč začarati posameznike, da pozabijo vsakdan, izklopijo razum.

»Čustva in občutki te lahko hitro zapeljejo, zato vedi, da boš počel/-a napake in včasih Izpadel/-la neumno.« (Smrklja, november 2002: 36)

»...ko smo slepo zaljubljeni, ponavadi izgubimo ves svoj ponos, ostane nam samo ljubezenska zaslepljenost. In tista oseba lahko hodi po nas za samo kapljico ljubezni. (Mateja ti pomaga, Smrklja, avgust 2002: 27)

Rougemont poda naslednjo definicijo strasti: »...strast nikakor ni tisto bogatejše življenje, o katerem sanjarijo mladostniki; prav narobe, je nekakšna gola in bedna intenzivnost, v resnici je bridko pomanjkanje, osiromašenje zavesti z eno samo podobo, ne pozna več različnosti, je obsedenost domišljije z eno samo podobo – tedaj svet izgine, 'drugi' prenehajo obstajati, ni več ne bližnjega ne dolžnosti ne vezi, ki držijo skupaj, ne zemlje in ne neba: sami smo z vsem,

kar ljubimo.« (Rougemont; 1999: 147, 148) Zaljubljenost in strast nadeneta človeku »rožnata očala«. Svet je lepši. Strast je postala ključna komponenta pri definiciji ljubezni. Gre za popolno, intenzivno čustveno vpletenost z ljubljeno osebo. Strast je tista intenzivnost, ki jo vedno znova iščemo. »Sanje, o možni strasti, delujejo kakor nenehna zabava, ki uspava upore dolgočasje.« (Rougemont; 1999: 282) Je sila, ki potegne posameznika, zaljubljenca iz vsakdana v »lepši, boljši, srečnejši svet«. Gre za nekakšno mistifikacijo strasti, saj posameznika le-ta popolnoma prevzame ter ga popelje v blaženost, daleč stran od vsakdana, rutine, dolžnosti.

»Popolni poljub se lahko zgodi le ob pravem času in s pravo osebo, ko kemija naredi svoje in ko metulji v vajinima želodčkoma letajo kot nori in pošiljajo mravljinice po hrbtu gor in dol...« (Smrklja, junij 2002: 78)

Kljub temu, da je iskanje in vzdrževanje zaljubljenosti, intenzivnosti čustev, vznemirjenosti v ospredju, pa Smrklja poudarja, da »vsi hrepenijo po resnem, trajnem razmerju« za večno. Ali kot pravi Paul Verhaeghe: »Vendar pa je obenem ravno dolgotrajna ljubezenska zveza tisto, o čemer oboji, tako mladi kot stari, še vedno sanjajo. Nezmožnost, da bi jo v resnici dosegli, dela te sanje še bolj trdožive, obenem pa stopnjuje iskanje novih poti, da bi dosegli takšno zvezo.« (Verhaeghe; 2002: 10) In Denis de Rougemont: »Moderni človek, človek strasti, pričakuje, da mu bo usodna ljubezen razodela nekaj bodisi o njem samem ali o življenju na splošno: to je zadnja sled prvotne mistike. Strast je od poezije do pikantne anekdote vselej doživetje, nekaj, kar bo spremenilo moje življenje, ga obogatilo z nečim nepričakovanim, z vznemirljivimi možnostmi, s čedalje silovitejšimi in prijetnejšimi užitki. Pred menoj se odpirajo vse možnosti, prihodnost, ki privoli v željo! ... Iluzija o svobodi. Iluzija o polnem življenju.« (Rougemont; 1999: 283) Tudi podrobnosti v »pikantnem« življenju zvezdnikov ponujajo strastno vznemirljivost.

3.4.4 Zaljubljene zvezde

Prostor sanjarjenja, eskapizma predstavlja tudi svet zvezdnikov in zvezdnic. Tako je tudi zanimanje za zvezdnike, ki jih najstnik pozna, izhod iz vsakdanjega življenja, težav s šolo, starši, iskanjem lastne identitete, pritiskov vrstnikov, ipd. Mary Rogers pravi: »Vzorniki so narejeni iz idealizacij in pretiravanj. Nas navdihujejo in spodbujajo, deloma zato, ker ne vemo

nič o njihovih mejah in padcih.« (Rogers; 1999: 24) So skrivnostni in popolni. Dobiti čim več informacij o zvezdnikih je eno izmed čarov prebiranja najstniških revij.

»Koliko pa javnosti zaupaš o svoji ljubezni? Izdam vam le to, da imam čudovitega fanta, s katerim sva skupaj že kar nekaj časa, kar me neizmerno osrečuje. Več pa ne povem!« (Alicia Keys: 'Poredna dekleta igramo klavir!', Cukr, Smrklja, november 2002: 39)

Poleg poklica zvezdnikov (igranje, pevska kariera ali vse hkrati, šport,...) ter njihovih dosežkov, najstnike zanima tudi njihovo privatno življenje – gre za družinsko oziroma osebno življenje vključujoč ljubezensko življenje, ki zajema tako informacije o začetkih in koncih zvez, seksualno življenje, izbiro partnerja,... Ali kot pravi Lisbet van Zoonen: »Njihove romance, zabave, zdravje, prepiri in ločitve so postali predmet fantazij in sanj vsakdanjih ljudi ter predstavljajo splošne točke identifikacije.« (Zoonen; 1998: 115) In nadaljuje, da imajo zvezdniki tudi »simbolno funkcijo, utelešenje družbenih norm in vrednot.« (Zoonen; 1998: 115) So vzorniki in artikulirajo kaj pomeni biti človek v sodobni družbi.

V reviji Smrklja lahko najdemo »pikantne« podrobnosti zvezdnikov, v posebnem delu le-te, imenovanem Cukr¹² (Slika 3.10) s sloganom »Najslajše skrivnosti znanih fac«. Tu lahko v različnih rubrikah kot so »ne radi opravljamo, pa vendar...«¹³, »zgodba z naslovnice«¹⁴, »faca«¹⁵ (Slika 3.11), »čvekarije na kratko«, itd. najdemo najnovejše »trače«, intervjuje z zvezdniki, ipd.



Slika 3.10: Naslovnica priloge Cukr



Slika 3.11: Rubrika »faca« priloge Cukr

¹² Glasbena priloga revije Smrklja.

¹³ V tej rubriki lahko zasledimo »trače« o zvezdnikih, ključne informacije s pripeto sliko nasmejanih zvezdnikov.

¹⁴ Na naslovnici Smrkljine priloge Cukr se vedno pojavlja zvezdnik ali zvezdnica, ki sta v določenem obdobju »in«. Naslovnica obljublja oziroma nakazuje na vsebino v notranjosti – intervju z zvezdo z naslovnice, ki ga lahko najdemo v rubriki »zgodba z naslovnice«.

¹⁵ Tu je predstavljena zvezdnica ali zvezdnik z opisom življenja, dela, zanimanji, uspehi,... včasih tudi s kratkim intervjujem ali povzetkom intervjuja ter fotografijo preko cele strani.

Teme so poleg glasbe, filma tudi »privatne« - ljubezenske. Zvezdnice in zvezdniki govorijo o svojih razmerjih, kaj jim pomeni ljubezen, ipd. Tekst je velikokrat predstavljen v obliki intervjuja, kar daje občutek spoznavanja zvezdnika na osebni ravni ter občutek dejanskega odziva zvezdnika. Zvezdnik je tako predstavljen kot dejanska oseba. Nekdo, ki nam je blizu. Tako nam zvezdniki veliko povedo o svojih težavah, ambicijah, uspehih pa tudi ljubezenskemu življenju, pričakovanjih, izkušnjah. Na primer (Slika 3.12):

»Se zlahka zaljubiš? Ne ravno, ko pa se, je zelo intenzivno. ... Ljubezen se mi zdi zelo pomembna, svojo pozornost rada naklonim ljudem in imam rada, če se ob meni dobro počutijo.« (Jennifer Lopez: 'S flirtanjem nimam težav!', Smrklja, oktober 2002: 39)

Kot lahko vidimo v zgornjem primeru, je tudi med zvezdniki poudarjena pomembnost ljubezni, intenzivnost čustev, dobro počutje, zaljubljenost ter seveda (kot je razvidno iz spodnjega primera) žrtvovanje za ljubezen, idealizacija partnerja, izključitev iz preostalega sveta,...

»Kakšna si kot dekle? ... Rada imam ljubezen in pozornost. ... Ljubezen je zame takrat, ko ti nekdo reče: 'Rad bi bil s teboj do konca življenja in če boš želela, bom zate skočil tudi z letala.« (Jennifer Lopez: 'S flirtanjem nimam težav!', Smrklja, oktober 2002: 39)



Slika 3.12: Intervju z Jennifer Lopez: »S flirtanjem nimam težav!«

Iz intervjujev ter »tračev« zvezdnikov odmevajo poudarjanje ljubezni za večno ter hkrati neprestane serijske monogamije ter druge afere zvezdnikov. Prav tako je poudarjeno, da za

ohranitev zveze ni dovolj zaljubljenost, potrebno je tudi sklepanje kompromisov, odrekanje, delo,... tudi med zvezdniki:

»Si v razmerju pripravljena na kompromise? Če želiš, da se razmerje obnese, moraš tu in tam sprejeti kakšen kompromis.« (Sarah Michelle Gellar, Smrklja, avgust 2002: 39)

Vsekakor tudi zvezdniki doživljajo svoje »poraze« v ljubezni in tudi to omogoča identifikacijo z zvezdniki. »Oh, to se je zgodilo tudi meni«, izkušnje, ki jih doživljajo tako zvezdniki kot navadni smrtniki, razočaranja, iskanje partnerja,...

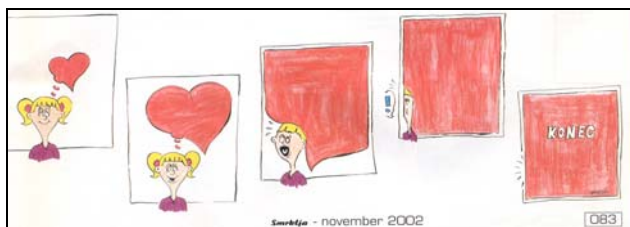
»Torej si srečno zaljubljen? Ne! Bil sem, sedaj pa je vsega konec, ostala sva le dobra prijatelja. Saj se pravzaprav nikoli ne obnese. ... Zveze na daljavo pa se niso obnesle najboljše. Imam pa še en problem – ljudem težko zaupam. Nenehno se sprašujem, ali kaj hočejo od mene ali zakaj so z menoj. Sicer pa nikoli ne veš, kdaj ti tista prava prekriža pot.« (Nick Carter, Smrklja, december 2002: 53)

Smrklja in tudi vse druge najstniške revije s približanjem zvezdnice/zvezdnika bralki ali bralcu, na ta način ne vzpodbujajo zanimanja za glasbo, film, šport,... temveč vzpodbujajo predajanje sanjarjenju o zvezdnikih, namesto sanjarjenja o svojih dekletih in fantih. Prav tako zvezdniki zagotavljajo večjo branost revijam – ekonomski vidik, ki se ga ne sme prezreti.

Tako po zaljubljenosti, strasti, sanjarjenju,... tudi pri zvezdnikih, sledi trd pristanek na realna tla in vrnitev v vsakdanji tok življenja. Michael W. Eysenck pravi: »Iz kakršnikoli razlogov že se ljudje zaljubljujejo, je verjetno nerealno upati, da je mogoče ljubezen dolgo ohranjati na vrhnji stopnji.« (Eysenck; 1990:53) Na »ovire« in »padce« v ljubezenskem življenju najstnika, opozarja tudi Smrklja ter za blažji pristanek nudi nekaj nasvetov:

»Začetek zveze, naj bi bil srečen konec dolgega iskanja. Toda prava zgodba se takrat šele začne.« (50 ljubezenskih pravil, Smrklja julij 2002: 23)

3. 5 »Nazaj v resničnost« ali kruta vsakdanjost



(Smrklja, november 2002: 83)

Po pravljичnosti, magičnosti, vznemirljivosti,... Sledi ugotovitev, da partner ni princ na belem konju oziroma kraljična na zrnu graha. Vsakdanjost odnese vso magičnost in nas »postavi na realna tla pred partnerja z napakami, s slabostmi«, pravi Smrklja.

»Do konca šole je bilo vse v redu. S fantom sta se dobro razumela, zanimala so vaju iste stvari, imela si občutek, da vaju nič ne more ločiti. Pa je prišlo poletje, ki sta se ga tako veselila, in z njim kup problemov. Grd pristanek na trdna tla, ni pa nujno tudi usoden. Ravni iz takšnih situacij se največ naučimo, spoznamo sami sebe in en drugega.« (Težave v raju, Smrklja, avgust 2002: 28)

Že iskanje »najboljšega partnerja«, »trajne ljubezni« ni lahko »delo«. Potrebno je vložiti določen napor, tako v samo iskanje, kot v sam izgled, ki pripomore k osvojitvi »trofeje«. Teksti sugerirajo, da če dekle izpolni in uresniči vse nasvete (o ličenju in ličilih, modi, športu, prehrani, obnašanju, modnih dodatkih,...), bo privlačila fante. Torej pomemben je zunanji videz: vitkejše, bolj čvrsto, bolj zdravo, aktivnejše, bolj energično, bolj privlačno, bolj seksi telo. Potrošniški slogan se glasi: »če dobro izgledam se dobro počutim in drugi, (beri fantje) me bodo opazili«.

»Govori si, da zaslužiš ljubezen in gotovo jo tudi boš. Naredi še danes kaj takšnega, zaradi česar se boš počutila odlično. Tako boš pritegnila tudi fante, da te bodo želeli spoznati.« (Najdi pravo ljubezen!, Smrklja, november 2002: 35)

3.5.1 Ljubezen kot delo

Članki v reviji Smrklja sugerirajo, da je težje od iskanja partnerja, ohranjanje in vzdrževanje ljubezenskega odnosa, saj le-ta, prinaša nove zaplete, odločitve, kompromise. Zaljubljenost je zgolj prva stopnja v ljubezenskem razmerju, potem pa je potrebno »veliko dela ter ukvarjanja s partnerjem in samim seboj.« Ljubezen in zaljubljenost sta tako dve ločeni kategoriji. Zaljubljenost in romanca se nanašata na razpoloženje in atmosfero, ki obdaja par, ljubezen pa na dolgoročno čustvo. (Bachen; 1996: 296) Torej na dolgoročno zvezo za katero pa je potrebno »trdo delati«.

»Zaljubljenost ni zagotovilo za trajno ljubezen. Za trajno ljubezen je potrebnega veliko dela in ukvarjanja s partnerjem in samim sabo.« (Nasveti za zmenke, Smrklja, november 2002: 36)

Nasvete in predloge o tem, kaj je potrebno za vzdrževanje zveze lahko zasledimo tudi v rubriki Smrkoskop. Horoskop v katerem, po besedah Ellen Hijmans, najstniki »resno iščejo informacije o sebi, zaradi samo-spoznavanja ali zaradi znanja o tem kaj je 'normalno', da bi na ta način zmanjšali negotovost o tem kdo v 'resnici' so.« (Hijmas; 2004: 11), vsebuje kar precej »napotkov«, »nasvetov«, »napovedi«, da je za ohranitev zveze potrebno delati, vlagati, dajati,...

»Škorpion: Ljubezen: Če želiš, da bo vajina veza delovala, moraš vedeti, da sta za dobro vezo potrebna dva in da dobra veza potrebuje veliko dela!« (Smrkoskop, Smrklja, april 2002: 89)

»Rak: Ljubezen: Ne moreš samo jemati, treba bo tudi dajati. Če jo boš še naprej zanemarjal, se ti lahko zgodi, da bo poiskala drugega. Najbolje, da ji čim prej pripraviš presenečenje.« (Smrkoskop, Smrklja, oktober 2002: 90)

Poleg Smrkoskopa, informacije o samo-spoznavanju in avto-opazovanju, nudijo tudi različni kvizi in testi. (npr. »Spoznaj se!« (Smrklja; avgust 2002: 73)) Z ustreznim znanjem, lahko posamezniki nadzorujejo romantične odnose tako, da vlagajo in uporabljajo ustrezne strategije. »Romantični poraz in uspeh sta odvisna od samo-spoznavanja.« (Illouz; 1991: 240) Samo-spoznavanje in samo-opazovanje predpostavljata, da bralke in bralci nase gledajo kot na predmet opazovanja. Takšen način predstavljanja ljubezni in vsega, kar je povezano z njo, Eva Illouz v svojem članku imenuje terapevtski etos, ki se je razvil na podlagi utilitarnega

individualizma v družbenih odnosih. »Terapevtski etos, je teorija o samo-spoznanju, kjer je utilitarni etos način zagotavljanja interesov v interakciji.« (Illouz; 1991: 240)

»Zmenki pomenijo proces učenja o sebi in zbiranje najboljšega partnerja, s katerim boš lahko vzpostavil/-a trajen medsebojni odnos.« (Nasveti za zmenke, Smrklja, november 2002: 36)

Terapevtski etos ima po besedah Eve Illouz »funkcijo normalizacije« (Illouz; 1991: 241), kar pomeni, da pove, pokaže bralkam in bralcem, kaj je »normalno«. Enako pravi tudi Dawn Currie, »najstniške revije ne samo, predpisujejo delovanje, ki mu najstniki sledijo ali ne; prav tako ponujajo možnost bralka/bralcem, da spoznavajo socialni svet preko problemov drugih ljudi, ki jim predstavlja referenčno točko za določitev lastne normalnosti.« (Currie; 1999: 184,185)

»Tvoja zaljubljanja in odljubljanja so za tvojo starost normalna.« (Seks V&O, Smrklja, november 2002: 82)

Terapevtski etos pa ima še eno funkcijo, in sicer »eksplanatorno funkcijo« (Illouz; 1991: 241), kar pomeni, da pojasnjuje, opravičuje, analizira, težave in probleme v ljubezenski zvezi, propad ljubezenske zveze, ipd. »Osebna prepričanja so predstavljena kot univerzalna in so izvzeta iz družbenega in političnega okolja.« (Currie; 1999: 209) To pomeni, da je med podatki, ki so nam na voljo o posameznem spraševalcu s problemom, izredno malo informacij - psevdonim, včasih starost in težava,... S tako pomanjkljivim številom informacij se ne da ustvariti jasne slike, kdo spraševalec dejansko je, iz kakšnega okolja prihaja, njegov socialni status, ipd. Spraševalec je predstavljen kot tipičen najstnik in njegovi problemi kot tipično najstniški problemi.

»Sem 14-letna smrklja, zaljubljena sem v 18-letnega fanta. Bila sva skupaj in se razšla. Zelo mi je žal, a pustil me je zaradi let. Govoril je, da me ima rad, zdaj pa sva le še prijatelja. Kaj naj naredim, da bova skupaj? Ljubim ga in ga ne morem pozabiti. Zmedena (Pustil me je, ker sem premlada, Mateja ti pomaga, oktober 2002: 28)

Odgovor, ki ga ponuja Smrklja oziroma Mateja je: » ... Ti boš kmalu dijakinja, on pa študent. In ta dva svetova sta resnično nekaj planetov narazen. Sicer pa se lahko pogovoriš z njim in ga vprašaš, če je njegova odločitev dokončna, vendar sprejmi njegovo odločitev, če bo odgovor ne.« (Pustil me je, ker sem premlada, Mateja ti pomaga, oktober 2002: 28)

Če se vrnemo na izhodišče te točke, lahko torej rečemo, da glede na vsebino Smrklje je, v odnos, v »vezo je potrebno vlagati«, čas, pozornost, znanje, energijo,... Prav tako so za uspešno zvezo ključnega pomena komunikacija, zavezanost in trdo delo. K ljubezni je torej potrebno pristopati razumno, preudarno in odgovorno.

»Ampak če ničesar ne vložiš, ničesar ne dobiš. Ne pozabi se učiti iz svojih izkušenj!« (Smrklja, november 2002: 36)

Na tem mestu, tako lahko potegnemo vzporednico z ugotovitvami Zdenke Šadl, ki je proučevala reprezentacije ljubezni v ženskih revijah. In sicer, na podlagi svojih analiz, pravi: »Ljubezen ni naključje, nasprotno, je čustvo in odnos, »narejen« z angažiranostjo, preudarnostjo in trudom. Ljubezen – obravnavana kot odnos – v ženskih revijah pogosto nastopa kot »delo« v duhu protestantske etike stalnega truda, investicij (vlaganj), zavezanosti, metodičnega zasledovanja cilja, zavestnega in afektivnega (samo)obvladovanja, občutka dolžnosti in odgovornosti.« (Šadl; 2000: 198)

»Kadar si zaljubljena, si želiš, da bi se vse odvijalo kot v romantičnem filmu, ampak realnost prej ali slej potrka na vrata. Konflikti do spremljevalci vsake zveze in jih ni pametno ignorirati, saj se v vsakem primeru spet pojavijo. In ker gre svet naprej, jih je treba razrešiti in pustiti za sabo, drugače se vanje preveč zapleteš in naenkrat ne najdeš več poti iz njih. V vsaki pravi zvezi bi morala oba partnerja povedati, kaj želita in pričakujeta, brez skrbi, da bi ju druga polovica zaradi tega zapustila.« (Tudi prepirati se je potrebno znati, Smrklja, oktober 2002: 30)

3.5.2 Ekspertni nasveti

Eva Illouz v svojem članku, kjer analizira ženske revije, posebno izpostavi strokovno komponento pri diskurzu o ljubezni. Ekspertno svetovanje v reviji Smrklja ni pogosto, če pa ga že zasledimo, ni vezano na področje ljubezni, temveč bolj na področja zdravja, prehrane, deloma tudi kozmetike, mode,... V člankih, ki obravnavajo ljubezen se praviloma ne pojavljajo sklicevanja na različne raziskave in strokovna mnenja (z nekaj izjemami¹⁶), kot je to mogoče, v velikem številu, opaziti, po besedah Eve Illouz, v revijah za ženske. (Illouz;

¹⁶ Na primer: »Dejstvo številka 1: Statistični podatki kažejo, da boš našla ljubezen.« (Najdi pravo ljubezen, Smrklja, november 2002: 35) Vendar so to bolj izjeme, kot pravila.

1991: 242) Naslanjanje na znanstvenost, strokovnost je najpogosteje predstavljeno kot: »V raziskavi,...« ali »Znanstveniki trdijo,...«.

»Nekateri znanstveniki trdijo, da naš izbor hrane razkriva naše značajske lastnosti. Poglej kaj rada ješ, in spoznaj svoje ljubezenske sposobnosti!« (Zelenjavno sadna psihologija, Smrklija, oktober 2002: 26)

Torej, v Smrkliji le redko zasledimo sklicevanje na avtoriteto, prav tako ne najdemo člankov, kolumn, ki bi jih pisali strokovnjaki s področja, psihologije, antropologije, sociologije. Lahko pa srečamo že zgoraj omenjeni terapevtski etos. Terapevtski etos se kaže v rubrikah z nasveti. V Smrkliji lahko najdemo dve takšni rubriki in sicer »Mateja ti pomaga« ter »Seks v&o«. Nasveti v obeh rubrikah so oblikovani v obliki vprašanje-odgovor.

Nasvete v rubriki »Mateja ti pomaga« (Slika 3.13) deli Mateja, katere izobrazba in status nista navedena nikjer, tako ne moremo sklepati na kompetentnost oziroma ne-kompetentnost dajanja nasvetov. Kar je o njej znano, je zgolj njena fotografija (ženska z očali v svojih tridesetih) v levem zgornjem kotu ter njeno ime.



Slika 3.13: Rubrika Mateja ti pomaga

Bralke in bralci v to rubriko pišejo večinoma o svojih emocionalnih ter spolnih dilemah in težavah. Tematike, ki jih je še možno najti v nasvetih, so prekomerna teže, težave s starši, šolo, prijateljicami in fanti,... Gre torej za težave in situacije iz resničnega življenja tipične najstnice/najstnika. Odgovori so podani v obliki »zdravo-razumskega« optimizma ter potrjevanja sprejemljivosti določenih tipov vedenja. Dawn Currie pravi da, rubrike z nasveti

»podajajo normativni okvir o tem kaj je običajno in želeno za adolescente.« (Currie; 1999: 174)

»No, če gre za pravo ljubezen in željo tvojega srca, mislim, da se ne bi smela upirati.« (Mateja ti pomaga, Smrklja, oktober 2002: 28)

Vprašanja v zvezi s spolnostjo pa lahko najstniki najdejo v rubriki »Seks v&o«, ki jo je mogoče prav tako najti v vsaki številki revije Smrklja. V tej rubriki ni znano kdo dejansko podaja odgovore. Bralke, ko pošiljajo vprašanja, zgolj podajo podatke o sebi (starost, problem, psevdonim¹⁷). Pri odgovorih pa je uporabljen strokovni diskurz:

»Svetujem ti jemanje kontracepcijskih tablet (vsaj 3 cikle). Res je, da se lahko pojavi neka vrsta alergije na kondome (njihova sestava), zato zamenjava kondoma ne bi izboljšala stanja. Če bi se stanje ob jemanju kontracepcijskih tablet izboljšalo, gre za alergijo.« (Sex v&o, Smrklja, december 2002: 79)

Prav tako v odgovorih pogosto »svetujejo obisk ginekologa«, da »se problem pokaže osebni zdravnici«, ipd. Skratka, da se bralke in bralci obrnejo na strokovnjaka. Podobno opaža tudi Dawn Currie: »Večina nasvetov v najstniških revijah je zasnovanih kot 'samo-pomoč', ki bralkam/bralcem sugerira, da rešitve problemov ležijo znotraj njihovega dosega, torej v območju nadzora. Kljub temu, pa je bralkam/bralcem včasih svetovano, da 'poiščejo pomoč strokovnjaka'.« (Currie; 1999: 183) V revijah za najstnike, je tako kot v ženskih revijah, poudarjena, po besedah Eve Illouz, »protestantska etika – da je posameznik odgovoren za svojo (emocionalno) usodo.« (Illouz; 1991: 242)

»Govori si, da zaslužiš ljubezen in gotovo jo tudi boš. Naredi še danes kaj takšnega, zaradi česar se boš počutila odlično. Tako boš pritegnila tudi fante, da te bodo želeli spoznati.« (Smrklja, november 2002: 35)

Fantje te opazijo le, pravi Smrklja, če se dovolj potruдиš. Zato se je potrebno potruditi, delati in delati. V odnosu sta tako pomembni dve plati, ki se sicer med seboj izključujeta. Emocionalna z »iskricami in metuljčki« ter racionalna z »vlaganjem in delom«. Če v vezi manjka katera od komponent, pravi Smrklja, sledi končanje ljubezenske zveze – konec.

¹⁷ Na primer: R., NAJSTNICA XXXX, XYZ, TIA, VRTNICA, JASMIN,... ipd.

»Kako veš, da je konec?, Poznaš simptome ljubezni v krizi? Če boš v članku prepoznala svojo zvezo, je čas, da se spustiš z rožnatega oblaka ter resno premišliš o sebi, svojem fantu in predvsem vajini skupni prihodnosti. Ne glede na to koliko časa sta že par, je bolje, da se z resnico o vama soočiš čim prej in i ne zatiskaš oči, čeprav ga imaš neskončno rada.« (Smrklja, junij, 2002: 32)

Revije za najstnike namenjajo nekaj pozornosti tudi koncu ljubezenske zveze. Vendar pa je ta delež majhen v primerjavi s pozornostjo, ki jo namenjajo iskanju in pripravam za osvojitve želenega partnerja.

3.5.3 Konec ljubezenske zveze ali več sreče prihodnjč

»Fant in dekle se prepirata: Miha dovolj te imam! Po novem letu te bom zapustila!

Joj, Ana, daj, zapusti me že zdaj, da bom imel kaj od silvestrovanja!« (Smrklja, december 2002: 90)

Anthony Giddens, v svojem delu *Preobrazba intimnosti*, takole opiše odnos najstnic do ljubezni: »V poznem najstniškem obdobju ima večina deklet že izkušnje z nesrečno ljubeznijo, in se dobro zaveda, da romantične ljubezni ne morejo več enačiti s trajnostjo. V zelo refleksivni družbi, s katero prihajajo v stik, ter pri gledanju televizije in branju, dejavno iščejo številne razprave o spolnosti, medsebojnih odnosih in dejavnikih, ki vplivajo na položaj žensk. Razdrobljeni elementi paradigme romantične ljubezni, s katerimi se morajo spoprijemati, ko poskušajo dobiti praktični nadzor nad svojim življenjem, niso več v celoti povezani s poroko. Tako rekoč vsa dekleta se zavedajo, da bodo večino svojega življenja preživele v plačani službi in večina vidi temelj svoje prihodnje avtonomije v usposobljenosti za poklic.« (Giddens; 2000: 58) Kar se kaže tudi pri pojmovanju končanja zveze v reviji Smrklja. Sodeč po zgornji šali, konec ljubezenske zveze med najstniki ne predstavlja večje težave. Konec zveze, v reviji Smrklja, ni obravnavan kot nekaj tragičnega. Smrklja pomaga ugotoviti in razjasniti, kdaj je ljubezenske zveze konec:

»Poznaš simptome ljubezni v krizi? Če boš v članku prepoznala svojo vezo, je čas, da se spustiš iz rožnatega oblaka ter resno premišliš o sebi, svojemu fantu in predvsem vajini skupni prihodnosti.« (Kako veš, da je konec?, Smrklja, junij 2002: 32)

Članek, »Kako veš, da je konec?« (Smrklja, junij 2002: 32) nato izpostavi štiri namige, po katerih se lahko sklepa, da se ljubezen bliža h koncu: Prvič, »Zdi se ti, da nekaj ni v redu« gre

za občutke, da je v zvezi nekaj »čudno« in to, pravi Smrklija, gre za »šesti čut«, ki se ga ne sme poskušati zatreti. Potrebno je poizvedeti, kaj se za tem skriva. Drugič, »Posveča ti vedno manj časa«, to pomeni, da fant ne odgovarja na telefonske klice in da se videvata vedno manj. Nasvet: »poskusi se pogovoriti«, če pa to ne bo delovalo »se malce oddalji od njega, ne dviguj telefona, reci, da nimaš časa zanj«, skratka z eno besedo, svetuje, da laži. Tretjič, »Izogiba se pogovorom o vajini zvezi«, to je izpostavljeno kot normalno za fante, saj »se fantje nikdar ne pogovarjajo radi o čustvih«. Zato, če »ti kaj manjka poskusi rešitve najti sama«. Četrtrič, »Pozablja pomembne datume«, tudi tu je izpostavljena drugačnost fantov in deklet, in sicer: »fantje ne premišlujejo tako kot dekleta«, torej datumi jim niso pomembni, vendar pa je kot kriterij, kdaj je dovolj, postavljen: »Če pa se po treh letih, odkar sta skupaj, ne spomni vajine obletnice in pozabi na tvoj rojstni dan, si lahko upravičeno užaljena.« Če torej poizvedovanja in ostali ukrepi, ki jih svetuje Smrklija ne zadoščajo, je potrebo fanta pustiti. Prav tako je v članku izpostavljenih nadaljnjih šest točk »Kdaj končati zvezo brez premišljevanja«. Torej, »rekel ti je, da te ne mara«, »ima drugo punco«, »udaril te je«, »rekel je, da sta se že o vsem pogovorila«, »v vajini zvezi nisi zadovoljna, a se tolažiš, da se bo spremenil«, »ne znaš živeti brez njega«. V zadnjem primeru gre za to, da dekle »nesrečno, joka in ne prenese niti minute brez njega«. V tem primeru Smrklija svetuje, da se bralka obrne po strokovno pomoč saj, »že star pregovor pravi, da morata biti dva najprej svoja, preden sta lahko drug od drugega«. Torej poudarja neodvisnost, samostojnost, vendar le znotraj razmerja. Prav tako je poudarjena iniciativa za samostojno reševanje problemov vendar tudi le v kontekstu odnosa, ko fant zataji.

Ljubezen je v reviji Smrklija pojmovana tudi kot »igra, ki se enkrat konča«. Tako kot vse igre.

»Ljubezen je igra, ki nima pravil, po katerih bi lahko igral, da bi ti bilo na koncu zagotovljena zmaga. V sebi skriva veselje, srečo in metuljčke v trebuhu, po drugi strani pa je kriva za velika razočaranja, žalost in trpljenje. Kljub temu pa je biti zaljubljen nekaj najlepšega, kar se ti lahko zgodi v življenju. Kot bi jedel veliko čokolado z lešniki. Ampak vsaka igra se enkrat konča in če si poraženec ti, se je s tem težko sprijazniti.« (Kako preboleti, ko te pusti on oziroma ona?, Smrklija, november 2002: 26)

Vendar pa kljub temu, ljubezen predstavlja pomembno področje v najstnikovem življenju. In ker je konec ljubezenske zveze, del področja ljubezni, s katerim se najstniki srečujejo, lahko nasvete, v zvezi s končanjem ljubezenske zveze, najdemo v rubriki »Mateja ti pomaga«, prav

tako pa tudi v različnih analitičnih člankih (npr. Kako preboleti, ko te zapusti on oziroma ona?), ki pa kažejo drugačno sliko doživljanja konca ljubezenske zveze.

»Zapustil me je. Zapadla sem v depresijo. Nisem več jaz, ne smem se več kot včasih. » (Mateja ti pomaga, Smrklja, junij 2002: 34)

Phillip Vannini, na podlagi analize popularne glasbe za najstnike, pravi, da so zgodbe o bolečih razhajanjih izvor velike žalosti. Prinašajo pomene zapuščenosti, izdaje in občutke krivice. Pri najstnikih se pojavljajo depresija, jeza in napadi strahu ter tudi samomorilske misli, ko ostanejo sami in se soočajo s samotnim in praznim življenjem. To lahko vodi do točke, ko ne morejo več živeti normalno. (Vannini; 2002: 16) Gre za pojmovanje *ljubezni kot odvisnosti*, nezmožnost življenja brez ljubezni, ljubljene osebe. Življenje zunaj zveze, samsko, samostojno življenje ni mogoče. Kljub veliki tragičnosti konca ljubezenske zveze za najstnike, pa v reviji Smrklja skušajo tragičnost »omiliti«. Ter poudarjajo, da je po končani ljubezenski zgodbi potrebno »zaključiti poglavje« in »skočiti nazaj v sedlo«.

»Menda ne boš vztrajala ob tem bedaku, ko pa je svet poln ljubeznivih in prijaznih fantov zate. Pomisli malo! Začni se ceniti tako, kot se je treba. In pojdi naprej. Samozavestno in odločno! Pa srečno!« (Mateja ti pomaga, Smrklja, avgust 2002: 27)

4. ZAKLJUČEK

Skozi vso diplomsko nalogo je razvidno, da ljubezen v reviji Smrklja zaseda pomembno mesto. Lahko rečemo, da je glavni fokus revij za najstnike romantična ljubezen ter potrošnja (modnih izdelkov, ličil,...). Revije za najstnike in s tem tudi revija Smrklja so komercialni teksti, ki so v službi kapitalistične produkcije. Ideološka narava revij povezuje njihov obstoj in učinke s patriarhalnimi ekonomskimi interesi. Revije za najstnike torej poudarjajo potrošnjo: zmenki v kinu ali večerji 'zunaj', darila za izbranko/izbranca, počitnice (morje, smučanje), obleke po zadnji modi, trendovske barve in znamke ličil ter druge kozmetike, ipd. Gre za način potrošnje prostega časa, ki je dopolnjen z informacijami o odnosih, kako ravnati v določenih situacijah, opisana je temna stran ljubezni (sicer predstavljena v majhni meri, a vendarle), poudarjen je počasen razvoj odnosa, ipd. Romantična ljubezen je torej neločljivo povezana s potrošniško kulturo.

Ljubezen je v najstniških revijah predstavljena na različne načine, kot predmet dejavnega iskanja, cilj, zaljubljenost, trajno razmerje,... Če vse te scenarije pogledamo kot celoto, vidimo, da se v reviji Smrklja, pri področju ljubezni, kažejo predvsem dvojnosti, izključujoče dvojnosti. Smrklja pravi, da je potrebno »aktivno iskati« idealnega partnerja in »čakati na princa na belem konju«. Ljubezen je racionalno, naporno delo in ljubezen je prekipevajoče čustvo. Potrebno je pripravljanje na serijsko monogamijo ter ljubezen za večno. Vse to vnaša v konfuzno življenje najstnika še večjo zmedo. Ali kot pravi Dawn Currie: »...sporočila v revijah za najstnike niso koherentna niti nedvoumna; posamezna sporočila pogosto nasprotujejo drug drugemu.« (Currie; 1999: 190) Vsekakor pa se najstniki lahko obrnejo po nasvete v isto najstniško revijo, ki pripomore k večanju, poglobljanju zmedenosti.

Prav tako je opaziti pretirano »pocukranost« zgodb, ki se nanašajo na najstniško ljubezen/zaljubljenost z izjemo težavnih zvez in koncev zvez, v primerjavi z realnimi izkušnjami bralk in bralcev revije Smrklja. Zgodbe romantičnosti ponujajo prostor sanjarjenja in eskapizma. Povedano drugače: »Postmoderne podobe uporabljajo realistične kode, ki izvabljajo spolni afekt, fantazijo in sanjarjenje.« (Bachen; 1996: 285) Podobe so realistične ter spodbujajo identifikacijo, kar je značilno za diskurze seksualne in romantične želje. V članku

Eve Illouz in Christine M. Bachen je moč zaslediti: »Obstaja napetost med romantičnostjo, ki jo ustvarja in po-ustvarja množični trg in privatnimin romantičnimi navadami.« (Bachen; 1996: 279)

Na tem mestu, lahko omenimo tudi poudarjanje samozavesti, ki pa je zanikana s strani nujnosti pridobitve fanta ter nujnosti popolnega fizičnega izgleda, ki ga zagotavljajo potrošniške dobrine. Dawn Currie izpostavi tri prevladujoče cilje v žanru najstniških revij in sicer: prvič, bralci/bralke »*želijo izgledati najboljše*« (beautifikacija – želja izgledati dobro); drugič, »*bolje spoznati fante*« (fantovska kultura - kaj delajo, kako razmišljajo, kaj jim je všeč,...) ter tretjič, »*delati, kar je dobro zate*« (samozavest). Vendar pa, pravi Dawn Currie: »Sporočila, ki vzpodbujajo bralke, da se 'sprejme takšna kakršna je', medtem, ko vsesplošno poudarjajo 'dobiti fanta', lahko oblikuje bralni kontekst, preko katerega bralke težko sprejmejo same sebe, če nimajo fanta. (Currie; 1999: 182) Ljubezen je torej pojmovana kot nujna, samoumevna, cilj h katerem vsi stremimo. Paul Verhaeghe izpostavi pomen ljubezni in pravi: »...vseprežemajoči pomen ljubezni, kar navsezadnje pomeni, da ljubezen s svojimi manifestacijami predstavlja temelj kulture, in to v najširšem pomenu besede.« (Verhaeghe; 2002: 64) Če najstnica/najstnik ni z nekom v romantični zvezi, ni le sam/a temveč osamljena, kljub množici prijateljev. Manjka ji/mu nekaj, je nepopolna/en.

Vendar pa je David Gauntlett mnenja, da: »'Girl power' sporočila revij dajejo deklicam jezik samo-izpolnitve in moči, ki je pomemben element pri soočanju različnih vplivov s katerimi se najstniki soočajo vsakodnevno. Vsekakor seksualna moč ni enako kot moč na delavnem mestu in seksualnost je pogosto povezana z glamurjem in lepoto. Kljub temu pa je pozitivno, samozavestno sporočilo vsekakor dobrodošlo.« (Gauntlett; 2003) Smrklja v določeni meri res promovira samozavest, samozavedanje, vztrajnost, ki so poudarki feminizma: dekleta vzpodbuja, da spoznavajo svoja telesa in potrebe, da lahko artikulirajo, kaj želijo ter da lahko sprejemajo odločitvena podlagi informacij in na podlagi lastnih zanimanj in želja ter ne delajo tega, kar drugi ljudje želijo, da delajo. Vendar pa so tudi nove teme, samo-realizacija, samo-determinacija, neodvisnost žensk, še vedno zasenčene s strani tradicionalnih tem, kako dobiti in obdržati fanta. Ali kot pravi Sian Davies: »Najstnica vidi lovljenje fantov in lepotičenje kot normo, kot pripisan edini cilj v življenju.« (Davies; 2002)

Revije za najstnike ponujajo različne kulturne scenarije o ljubezni, vendar jih razrešujejo v skladu z dominantnimi družbenimi normami. Nevprašljiva je izrazita heteroseksualna želja,

monogamna seksualnost. Dekleta privlačijo le fantje in fante privlačijo le dekleta. Tu ni prostora za mlade lezbijke in geje. Ustvarjajo družbeno realnost ne da bi pokazale alternativne načine. Lahko rečemo, da so dekleta »utišana«, ker jim revija ne omogoča, da govorijo o čemerkoli drugem, kot o lepoti, modi, kako dobiti fanta, popularni glasbi ter zvezdnikih. Ali povedano drugače, najstniki, ki niso heteroseksualno usmerjeni, ali ne pripadajo v določen »zaslužkovni« razred (oziroma njihovi starši) niso predstavljeni v najstniških revijah. Prav tako revija poudarja potrošništvo ter življenje srednjega sloja, ki si oglaševane izdelke lahko privoščijo. Ni raznolikosti v rasi, etničnosti, razredu in spolni usmerjenosti. Prav tako ni nobene povezave s prihodnostjo, cilji v karieri,... Ponujajo in »vsiljujejo« določene predstave o svetu, ki nimajo alternativ in ne le to, v realnosti nimajo prave osnove. Ne ukvarjajo se s »temami kot so politika, okoljski problemi ali glasbo, ki seže preko Westlife in Britney Spears.« (Davies; 2002) V reviji Smrklja tako niso zastopana dekleta, ki ne uživajo v nakupovanju in ne sledijo modnim trendom. Prav tako niso zastopana dekleta, ki poslušajo tradicionalno glasbo ali drugo ne-»mainstream« glasbo, ki jih zanima znanost, ki jih zanima dogajanje v širšem okolju, ki se ukvarjajo s socialnimi vprašanji.

Zakaj je tako? Po mojem mnenju, družba in odrasli skušajo ohraniti nedolžnost svojih otrok zato slikajo ideale slike romantična ljubezni, ki pa kmalu naleti na realnost. Ostajajo pa upanja, iskanja, stremjenja k idealnim podobam oziroma večno iskanje le teh, nezadovoljstvo z ničemer manj... Prav tako se te podobe prodajajo, saj starši podpirajo nakup ali kupujejo revije mladostnikom, kar pa zagotavlja tržnost. Iz tega potrošniškega kroga izpadejo drugače misleči, različne subkulture, najstniki, ki si revij oziroma proizvodov, ki jih le-te ponujajo ne morejo privoščiti. Kljub vsemu, pa se vsebina revij za najstnike ukvarja s temami kot so ljubezen, s spolnost ter tako predstavlja možnost za spoznavanje teh tematik, ali kot pravi Gunilla Holm: »predstavlja varen način raziskovanja čustev strasti.« (Holm; 1997) Omogoča spoznavanje in raziskovanje področij razmerij, odnosov, ljubezni, spolnosti,... Revije torej konstruirajo življenjske izkušnje in najstnikom tako omogočajo vpogled in raziskovanje teh področij. Pridobivanje potrebnih informacij o stvareh, ki jih zanimajo. Ali so informacije zadostne in ustrezne pa je drugo vprašanje. Najverjetneje ne, kar kaže tudi dejstvo, da je žal v reviji Smrklja težko zaslediti telefonske številke za pomoč mladim v stiski, kjer se lahko pogovorijo s strokovnjakinjo oziroma strokovnjakom.¹⁸

¹⁸ V vseh analiziranih revijah zgolj enkrat (SOS telefon - »TOM je namenjen mladostnikom in staršem po vsej Sloveniji, ki imajo težave s starši ali s sami sabo, tistim, ki so zaljubljeni, ki mislijo na samomor ...« (Smrklja, oktober 2002: 28)

Zaključimo lahko, da revija Smrklja sicer ponuja prostor za diskusijo in pridobivanje informacij o ljubezni in spolnosti, vendar pa so reprezentacije le-teh stereotipne in enoznačne, kar pomeni, da je od bralke oziroma bralca ter njenega/njegovega poznavanja kulture in družbe, odvisna interpretacija kodov in podob v reviji Smrklja. Dawn Currie pa pravi, da je »pomembnost diskurza najstniških revij ni toliko v tem, da predpisuje vedenja, ki jim bralci sledijo ali ne, temveč v tem, da daje pomen izkušnji biti adolescent.« (Currie; 1999: 208) Torej svet najstnikov je definiran kot: izgledati dobro, imeti fanta ter biti sprejet med vrstniki.

5. VIRI

- Bachen, Christine M.; Illouz, Eva (1996): Imagining Romance: Young People's Cultural Models of Romance and Love; V: Critical Studies in Mass Communication, vol. 13, no. 4, december 1996
- Brants, Kees; Hermes, Joke; Zoonen, Lisbet van (1998): The Media in Question, Popular Cultures and Public Interests, Sage Publications, London
- Brien, Donna Lee; Yeates, Helen (2002): "What's Love Got To Do With It?"; V: A Journal of Media and Culture 5.6, 2002;
<http://www.media-culture.org.au/0211/editorial.html>
- Campbell, Colin (2001): Romantična etika in duh sodobnega porabništva, Studia humanitatis, Ljubljana
- Carpenter, Laura M. (1998): From girls into women: scripts of sexuality and romance in Seventeen magazine, 1974-1994; V: Journal of Sex Research, maj 1998;
http://www.findarticles.com/p/articles/mi_m2372/is_n2_v35/ai_20846993
- Cotrau, Diana (2003): Linguistic Encoding of Youth Ideology by the Romanian Teen Magazines for Girls; V: JSRI; Št. 6, zima 2003; str. 29-48;
http://hiphi.ubbcluj.ro/JSRI/html%20version/index/no_6/dianacotrau-articol.htm
- Currie, Dawn H. (1999): Girl Talk: Adolescent Magazines and Their Readers; University of Toronto Press, Toronto
- Davies, Sian (2002): Semiotic Analysis of Teenage Magazine Front Covers; januar 2002; <http://www.aber.ac.uk/media/Students/sid9901.html>
- Evans, Mary (1999): 'Falling in Love with Love is Falling for Make Believe': Ideologies of Romance in Post-Enlightenment Culture; V: Featherstone, Mike (1999): Love & Eroticism, SAGE Publications, London, Thousand Oaks, New Delhi
- Eysenck, Michael W. (1990): Happiness: facts and myths, Lawrence Earlbaum Associates Ltd., Hove (East Sussex)
- Featherstone, Mike (1999): Love & Eroticism, SAGE Publications, London, Thousand Oaks, New Delhi

- Gauntlett, David (2003): More about more!: the sexual language of young women's magazines; V: Media, Gender and Identity, november 2003, <http://theoryhead.com/gender/more.htm>
- Giddens, Anthony (2000): Preobrazba intimnosti: spolnost, ljubezen in erotika v sodobnih družbah, Založba /*cf., Ljubljana
- Gonic, Marina (1997): Reading Selves, Re-fashioning identity: teen magazines and their readers; V: Curriculum Studies, vol. 5, št. 1, 1997; <http://www.triangle.co.uk/pdf/viewpdf.asp?j=cus&vol=5&issue=1&year=1997&article=05-1-mg&id=193.77.113.216>
- Hijmans, Ellen (2004): Reading YES. Interpretive Repertoires and Identity Construction in Dutch Teenage Magazines; V: Particip@tions, vol. 1, št. 2, maj 2004; http://www.participations.org/volume%201/issue%202/1_02_hijmans_article.htm
- Holm, Gunilla (1997): Public texts/private conversations: Readings of teen magazines from the girls point of view; V: Young, vol. 5, št. 3, 1997; <http://www.alli.fi/nyri/young/1997-3/artikkelHolm3-97.htm>
- Illouz, Eva (1991): Reason Within Passion: Love in Women's Magazines; V: Critical Studies in Mass Communication, vol. 8, no. 3, september 1991
- Kehily, Mary Jane (1999): More sugar?: Teenage magazines, gender displays and sexual learning; V: European Journal of Cultural Studies, vol. 2, no. 1, 65-89; <http://www.psy.dmu.ac.uk/brown/dmulib/SUG.htm>
- Klein, Naomi (2002): No logo; V.B.Z d.o.o.; Zagreb
- Lindholm, Charles (1999): Love and Structure; V: Featherstone, Mike: Love & Eroticism, SAGE Publications, London, Thousand Oaks, New Delhi
- Luthar, Breda (1999): Ženske revije: Nadaljevanje politike z drugimi sredstvi; V: Teorija in praksa, Let. 36, št. 3, maj-junij 1999
- Luthar, Breda (1997): Subjektiviteta skozi tekste v 'družbi tveganja'; V: ČKZ, let. XXV, št. 183, 1997
- McLoughlin, Linda (2000): The Language of Magazines, Routledge, London
- Nacionalna raziskava branosti 2002, <http://www.nrb.info/podatki/>
- Rener, Tanja (2000): Adolescentke; V: Družboslovne razprave, Let. 16, št. 34/35, december 2000, str. 207-21; <http://dk.fdv.uni-lj.si/dr/dr34-35rener.PDF>
- Renteria, Melissa (2004): Too hot: Teen mags under fire; V: Beaumont Enterprise, 14.7.2004; <http://www.azcentral.com/ent/pop/articles/0714teenmag14.html#>

- Rogers, Mary F. (1999): Barbie culture, SAGE Publications, London
- Rougemont, Denis de (1999): Ljubezen in zahod; Založba /*cf., Ljubljana
- Slovar slovenskega knjižnega jezika, 1994, DZS, Ljubljana
- Šadl, Zdenka (2000): Zadeve srca na prepihu tranzicije: reprezentacija ljubezni v ženskih revijah; V: Družboslovne razprave Let. 16, št. 34/35, december 2000, <http://dk.fdv.uni-lj.si/dr/dr34-35sadl.PDF>
- Vannini, Phillip; Mayers, Scott M. (2002): Crazy About You: Reflections on the Meanings of Contemporary Teen Pop Music; V: Electronic Journal of Sociology; http://www.sociology.org/content/vol006.002/vannini_myers.html
- Verhaeghe, Paul (2002): Ljubezen v času osamljenosti: trije eseji o gonu in želji, Orbis, Ljubljana
- Willemsen, Tineke M. (1998): Widening the gender gap: teenage magazines for girls and boys; maj 1998; http://www.findarticles.com/p/articles/mi_m2294/is_n9-10_v38/ai_20914094
- Zoonen, Lisbet van (1998): The Ethics of Making Private Life Public; V: The Media in Question, Popular Cultures and Public Interests, Sage Publications, London

Revije:

- Smrklja, no. 3, marec 2002
- Smrklja, no. 4, april 2002
- Smrklja, no. 5, maj 2002
- Smrklja, no. 6, junij 2002
- Smrklja, no. 7, julij 2002
- Smrklja, no. 8, avgust 2002
- Smrklja, no. 9, september 2002
- Smrklja, no. 10, oktober 2002
- Smrklja, no. 11, november 2002
- Smrklja, no. 12, december 2002