

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Mojca Stojko

Racionalizirane intimnosti:
vpliv svetovalne kulture in spletnega zmenkarjenja na intimne odnose

Magistrsko delo

Ljubljana, 2017

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Mojca Stojko

Mentorica:izr. prof. dr. Zdenka Šadl

Racionalizirane intimnosti:
vpliv svetovalne kulture in spletnega zmenkarjenja na intimne odnose

Magistrsko delo

Ljubljana, 2017

Zahvala

Zahvaljujem se mentorici dr. Zdenki Šadl za strokovno pomoč in vodenje pri pisanju
magistrskega dela.

Delo posvečam svoji družini – brez vas mi ne bi uspelo.

Hvala vsem in vsakemu posebej!

Racionalizirane intimnosti – vpliv terapevtske kulture in spletnega zmenkarjenja na intimne odnose

Intimni odnosi so v pozni moderni vedno bolj izpostavljeni delovanju kapitalistične logike ekonomskih odnosov in menjave. Vedno večji vpliv ekonomske racionalizacije in komodifikacije spreminja intimne vezi, slednje pa posledično postajajo bolj racionalne, komodificirane in izpostavljene utilitarističnem delovanju. Pod okriljem racionalizacije kot ene izmed temeljnih sestavin kapitalistične logike so intimni odnosi vedno bolj podvrženi nenehni analizi glede osebnih koristi in stroškov in posledično racionalni presoji glede izbire potencialnih partnerjev. Racionalno motivirano delovanje akterjev v intimnih odnosih lahko pojasnujemo tako z razmahom spletnega zmenkarjenja, saj splet postaja nov maritalni trg, ki omogoča racionalno presojo glede akterjevih interesov, kot tudi z razmahom svetovno-terapevtske kulture, ki z različnimi tehnikami posega v intimnost in na ta način prispeva tako k racionalizaciji kot tudi k poblagovljenju le-te, saj odnose čedalje bolj razumemo kot stvari, kvantificirane znotraj nekega merskega sistema. V okviru tega nastaja nov kulturni slog, ki ga imenujemo čustveni kapitalizem. Karakterizira ga medsebojno delovanje čustvenega in ekonomskega diskurza, ki se vzajemno oblikujeta in v okviru katerega je čustveno življenje vedno bolj izpostavljeno delovanju ekonomske logike in ideologiji izbire.

Ključne besede: partnerski odnosi, racionalizacija, terapevtska kultura, spletno zmenkarjenje, čustveni kapitalizem

Rationalized intimacy – the impact of therapeutic culture and online dating on intimate relationships

In post-modern times, intimate relationships are increasingly exposed to the capitalist logic of economic relations and exchange. The ever-increasing influence of economic rationalization and commodification changes intimate relationships, which become more rational, commodified and exposed to utilitarian functioning. Under the influence of rationalization as one of the fundamental components of capitalist logic, intimate relationships become subject of a constant analysis of personal benefits and costs, and they also become subject of rational decision-making about potential partner. The rationally motivated functioning of actors in intimate relationships can be explained by the expansion of online dating, as the web is becoming a new marital market that enables a rational assessment of the actors' interests, as well as the expansion of an advisory-therapeutic culture that interferes in intimacy with various techniques, and in this way it contributes both to rationalization and to the commodification of it. Because of this, relations are increasingly understood as things quantified within a certain metric system. In this context appears a new cultural style, called emotional capitalism. Emotional capitalism is characterized by the interaction between emotional and economic discourse, which are mutually shaped and within which emotional life is increasingly exposed to the functioning of economic logic and the ideology of choice.

Key words: intimate relationships, rationalization, therapeutic culture, online dating, emotional capitalism

Kazalo

1 UVOD.....	6
2 ZNAČILNOSTI POZNE MODERNE	8
2.1 Intimnost v pozni moderni.....	10
2.1.1 Koncept čistega razmerja	11
3 O IZBIRI.....	13
3.1 O izbirah na ljubezenskem področju	16
4 RACIONALIZACIJA INTIMNIH ODNOSOV.....	18
4.1 Čustveni kapitalizem.....	19
4.2 Razvoj psihoterapevtsko-svetovalne kulture	21
4.2.1 Vloga psihoterapevtsko-svetovalne kulture pri racionalizaciji intimnih odnosov	23
4.3 Spletno zmenkarjenje	28
4.3.1 Splet kot nov maritalni trg	30
4.3.2 Virtualna bližina – vzpostavljanje intimnosti v okviru kulture spletnega zmenkarjenja	32
4.3.3 Spletne romance – odklon od romantične ljubezni.....	34
4.4 Percipiranje intimnih odnosov kot blaga.....	35
5 EMPIRIČNI DEL.....	38
5.1. Formuliranje problema.....	38
5.2 Metodološki okvir	38
5.2.1 Utemeljitev izbrane metode	39
5.2.1.1 Raziskovanje stvarnih življenjskih problemov ljudi.....	40
5.2.1.2 Odprtost za vsestransko različne podatke o subjektih raziskovanja.....	40
5.2.1.3 Raziskovanje družbenih celot v njihovem kontekstu	41
5.3 Prikaz rezultatov.....	42
5.3.1 Analiza pridobljenih podatkov	44
6 SKLEP.....	49
7 LITERATURA	53
PRILOGA A: Transkript intervjuja – Nina, 27 let.....	56
PRILOGA B: Transkript intervjuja – Ema, 25 let	63
Priloga C: Transkript intervjuja – Bor, 34 let.....	70

1 UVOD

Magistrsko delo obravnava spremembe na področju intimnih odnosov, ki se odvijajo pod vplivom kapitalistične logike ekonomskih odnosov in menjave. Vpliv slednjih je čedalje bolj očiten tudi v emocionalni sferi posameznikovega življenja. Bistvena načela množične potrošnje, kot so racionalizacija, komodifikacija, ekonomija obilja in zamenljivosti, neskočna paleta izbir, učinkovitost in standardizacija vedno bolj posegajo v in posledično spreminjajo intimne odnose. Znotraj področja intimnih odnosov bom obravnavala sodobna partnerska razmerja.

Kapitalizem nam z neskončno možnostjo izbir vsiljuje idejo, da smo kot posamezniki_ ce sami odgovorni za kreiranje lastne sreče, saj imamo dano svobodno možnost odločitve glede izbire tistega, kar nam prinaša največ koristi. Na področju intimnih odnosov se ta logika odraža kot proces racionalizacije intimnosti. V okviru tega izbira partnerja temelji na racionalni presoji glede posameznikovih interesov, saj so, skladno s kapitalistično logiko, potencialni intimni odnosi podvrženi konstantni kalkulaciji glede koristi in stroškov. Tako racionaliziran način izbire intimnega partnerja prispeva k razumevanju intimnih odnosov kot potrošnega blaga, ki naj bo konzumirano učinkovito, hitro in obilno (Illouz 2010, 111).

Racionalizacija intimnih odnosov se najbolj odraža skozi spletno zmenkarjenje in svetovalno-terapevtsko kulturo. Svetovalno-terapevtska kultura, ki se je oblikovala z razmahom potrošniške kulture, prek dajanja različnih nasvetov in modelov za urejanje odnosov, medosebnih problemov, seksualnosti, emocij oziroma prek modelov za organizacijo skupnega življenja posega v intimnost in s tem spodbuja njeno racionalizacijo (Illouz 2010, Salecl 2010).

Z razmahom potrošništva je vloga spleta v vsakdanjem življenju posameznika_ ce začela naraščati, spoznavanje partnerjev prek spleta in vstopanje v intimne odnose na podlagi le-tega pa je postalo nekaj, za kar se odloča vedno več ljudi. Spletno zmenkarjenje nastaja kot odgovor na poznomoderne značilnosti življenja, kamor sodi tudi „izbira“ potencialnega partnerja za oblikovanje najbolj »optimalnega« odnosa. V tej povezavi lahko splet razumemo kot nov maritalni trg, ki predstavlja trg možnih izbir, kjer se posameznik, na podlagi osebnih interesov, lahko racionalno odloča o izbiri potencialnega partnerja_ice in oblikovanju odnosa, iz katerega lahko pridobi kar največ koristi.

V okviru tega me zanima, kako racionalizacija vpliva na oblikovanje intimnih odnosov ter kakšne so značilnosti tako oblikovanih odnosov, kar predstavlja tudi temeljno raziskovalno vprašanje, na katero bom skušala odgovoriti v magistrski nalogi. V kontekstu tega želim raziskati vpliv spletnega zmenkarjenja in terapevtske kulture na oblikovanje in potek sodobnih partnerskih odnosov. Ker me zanimajo predvsem partnerska razmerja, ki so se obdržala in so v fizičnem prostoru funkcionalna, raziskujem tudi skozi katere elemente proces racionalizacije (če sploh) vpliva na ohranjanje delujočega partnerskega odnosa.

Magistrska naloga je sestavljena iz dveh temeljnih sklopov, in sicer iz teoretskega in empiričnega dela. Skladno s tem bom uporabila dve raziskovalni metodi. V prvem delu naloge bom z analizo sekundarnih virov podala teoretsko utemeljitev izbranega problema. Metodološki okvir empiričnega dela predstavlja kvalitativna raziskava, ki jo bom izvedla s pomočjo polstrukturiranih intervjujev in kvalitativne analize pridobljenih podatkov. Vzorec sem pridobila z namenskim vzorčenjem in vključuje ženske in moške med 25. in 35. letom starosti.

Teoretični del naloge je razdeljen na tri poglavja. V prvem poglavju teoretičnega dela, zaradi lažjega razumevanja, na kratko opredelim značilnosti pozne moderne. Pri tem obravnavam globalizacijo, zaupanje, tveganost in negotovost, tj. značilnosti, ki jih lahko povežemo s kasnejšimi spremembami v intimnih odnosih. Pri opredelitvi slednjih se navezujem na avtorja, ki je pomembno prispeval k raziskovanju sprememb na področju intimnosti - Anthonyja Giddensa (2000).

V drugem poglavju se osredinjam na intimnost v pozni moderni. V okviru tega raziskujem konkretne spremembe, ki zadevajo intimne partnerske odnose; pri čemer predstavim Giddensove koncepte čistega razmerja, romantične ljubezni in sotočne ljubezni ter plastične seksualnosti, ki imajo velik pomen pri razumevanju sprememb na področju intimnosti.

V nadaljevanju se, v okviru poznomodernih sprememb v intimni sferi, ukvarjam z ideologijo izbire. V družbeni sedanjosti se v vsakodnevnem življenju na vseh straneh oz. področjih srečujemo s široko paleto izbir. Zdi se, da lahko izbiramo med praktično vsem – od različnih blagovnih znamk kavbojk pa vse do medosebnih odnosov. Možnost izbire, s katero nam je vsiljena možnost kreiranja lastnega, za nas najboljšega življenja, s sabo nosi tudi občutke krivde oz. lastne odgovornosti za vsak neuspeh, saj vsiljuje idejo, da bi nam lahko uspelo, če bi se odločili drugače. V okviru tega raziskujem racionalizacijo, (ne)zmožnost in svobodo izbire.

V zadnjem poglavju prvega dela naloge se osredinjam na racionalizacijo in komodifikacijo intimnih odnosov. V kontekstu tega obravnavam psihološko terapevtsko industrijo, raziskujem splet kot nov maritalni trg, nekoliko podrobneje pa se posvetim tudi čustvenemu kapitalizmu kot novemu kulturnemu slogu, ki se javlja kot odgovor na prepletanje ekonomske in emocionalne sfere.

V empiričnem delu naloge najprej predstavim izbrano metodo raziskovanja, nato pa predstavim pridobljene podatke, ki jim sledi njihova analiza in interpretacija. Podatke sem pridobila s pomočjo polstrukturiranih intervjujev, s katerimi bom poiskala odgovore na zastavljeno raziskovalno vprašanje.

V sklepnem delu, s povezovanjem podatkov pridobljenih z analizo sekundarnih virov in polstrukturiranimi intervjuji povzamem bistvene ugotovitve, s čimer zaključim magistrsko delo.

2 ZNAČILNOSTI POZNE MODERNE

Pozna moderna je obdobje dinamičnih sprememb. Z vidika dejavnikov, ki so pomembni za sodobna partnerska razmerja, bom v nadaljevanju na kratko orisala naslednje elemente pozne moderne: globalizacijo, zaupanje, tveganje in negotovost. Pri tem bom izhajala iz Giddensove opredelitve slednjih, saj je avtor s svojo analizo elementov pozne moderne v veliki meri prispeval k razumevanju sprememb na področju intimnih odnosov, ki jih želim raziskati. Avtor pozno moderno pojasnjuje v okviru intenzivnih sprememb zahodnih družb, ki kljub hitrim spremembam v osnovi ostajajo moderne. Individualizem, racionalnost, ekonomizem, diferenciacija in težnja h globalizaciji kot osnovne značilnosti modernosti ostajajo prevladujoče tudi v poznomodernih družbah, vendar se njihove moderne lastnosti radikalno spreminjajo in posplošujejo (Bernik 2010, 4).

Eno osrednjih značilnosti pozne moderne za Giddensa (1990) predstavlja negotovost. Gotovost, ki je v moderni izhajala iz običajev in tradicije, je zamenjal dvom oz. negotovost, le-ta pa, kljub razširjenemu racionalnemu vedenju, ni odpravljen. V okviru tega se pod vplivom obilja izbir, ki ga vsiljuje kapitalistična ideologija, ter dvoma oblikuje posebno

razumevanje tveganja in zaupanja. Avtor zagovarja stališče, da tveganja ni več, kot ga je bilo v predmodernej družbi, ampak da le-to prihaja bolj v osredje zaradi večje stopnje refleksivnosti. Refleksivnost razumemo kot fenomen, ki temelji na sočasnem delovanju mišljenja in delovanja. Ravno tako trdi, da je za tveganja „kriva“ globalnost socialnega sistema, saj prek medijev, še posebej spleta, dostopamo do oddaljenih dogajanj, ki so nam prikazana kot pomembna. „[B]olj, ko tradicija izgublja pomen in bolj ko se vsakdanje življenje rekonstruira v dialektičnih medsebojnih vplivih lokalnega in globalnega, bolj so posamezniki prisiljeni, da se v raznolikosti opcij pogajajo glede izbire življenjskih stilov“ (Švab v Giddens 2000, 209).

Giddens pravi, da živimo v rizični družbi, ki jo označuje kalkulativen odnos do odprtih možnosti delovanja, pogojen z nešteto možnostmi izbire, saj nam je v vsakem trenutku vsakdanjega življenja na razpolago izbira potencialnih smeri delovanja. Iz slednjih izhaja tveganje, saj nenehno analiziramo pravilnost odločitev. Tveganost opredeljuje kot negotovost glede posameznikovega delovanja. Javlja se občutek strahu, da bo prišlo do negativnih učinkov delovanja neodvisno od posameznikovega volje. To povezujemo z nevarnostmi, ki so zaradi kompleksne narave družbenega sistema izven posameznikovega nadzora in ki lahko močno vplivajo na njegovo delovanje (Švab v Giddens, 2000).

Pri vsem tem ne smemo zanemariti pomena vpliva globalizacije, saj globalizacija kot proces presejanja lokalnega predstavlja povezovanje sveta prek širjenja mrež družbenih, političnih, kulturnih in ekonomskih odnosov, in tako vpliva na institucionalne in strukturne spremembe. Ena izmed najbolj očitnih je zagotovo razmah kapitalistične produkcije, ki močno zadeva skoraj vsa področja posameznikovega življenja. Globalizacija prinaša nova tveganja in nove negotovosti, ki so v pozni moderni globalne narave, izhajajo pa iz nepredvidljivosti in kompleksnosti družbenega delovanja.

Tveganja in negotovosti pogojujejo oblikovanje posebnega pojmovanja zaupanja. „Pomembnost zaupanja izvira iz t. i. abstraktnih sistemov – transportni sistemi, telekomunikacije, finančni trgi, jedrske elektrarne, vojaška sila, transnacionalne korporacije, mednarodne organizacije in množični mediji, katerih načela delovanja navadnim ljudem niso povsem jasna, čeprav njihovo vsakodnevno življenje temelji prav na njih“ (Švab v Giddens 2000, 210). Po avtorju je torej temelj družbenega življenja v nepoznavanju delovanja stvari in abstraktnem zaupanju v ekspertne sisteme, ki ga pojasni s konceptom ontološke varnosti (Giddens 1990, 120). Koncept ontološke varnosti razlaga pomen oblike občutka zaupanja, ki

je za posameznika zelo pomemben, saj predstavlja zaupanje, ki ga ima večina ljudi v neomajnost socialnega in materialnega okolja delovanja ter v kontinuiteto osebne identitete (Giddens 1990, 92).

Pod delovanjem zgoraj naštetih elementov se radikalno spreminjajo tudi intimni odnosi. Intenziviranje njihovih sprememb povezujemo s procesom individualizacije, v okviru katere poteka povečevanje avtonomije posameznikov, ki se odraža tudi v sferi intimnih partnerskih odnosov. Na tem področju poteka »proces demokratizacije intimnega življenja, ki vključuje visoko stopnjo individualizacije, odsotnost kakršnekoli prisile, komunikacijsko odprtost ter vzajemno partnersko odgovornost in zaupanje«, ki poteka v okviru reflektivnega konstruiranja lastnih biografij, s spremenjenim načinom dojetja pomenov zasebnosti, ravno tako pa tudi z generalnim prestrukturiranjem zasebnosti (Bernik 2010, 4; Giddens 1990).

Pomembno je poudariti, da se pod vplivom sprememb na tem področju oblikujejo novi načini oblikovanja intimnosti. Zaradi vedno večje individualizacije je posamezniku omogočeno, da z možnostjo odločanja glede lastne zasebnosti sam oblikuje svojo avtobiografsko zgodbo. Zavedanje o tem je povezano z večjo odgovornostjo glede kreiranja srečnega in zadovoljjujočega partnerskega odnosa, ki predstavlja ideal poznomodernih družb. Odgovornost v tem smislu povezujemo s prepričanjem o možnosti izbire v vsakem trenutku. V okviru tega posameznika spremlja občutek potencialnega strahu glede neuspeha oziroma nepravilne izbire partnerja. Poleg novih načinov vstopanja v intimne odnose se spreminja tudi njihova narava, saj je trajanje odnosa pogojeno z obojestransko zadovoljitvijo. (Švab v Giddens 2000, 212–214). Na tem mestu avtor vpelje koncept čistega razmerja, ki ga bom podrobneje obravnavala v naslednjem poglavju.

2.1 Intimnost v pozni moderni

Spremembe, ki se odvijajo v poznomodernih družbah na skoraj vseh področjih, sodobne družbe močno razlikujejo od predhodnih družbenih oblik življenja. Pri teh spremembah se bom osredinila na tiste, ki se odvijajo v sferi intimnih partnerskih odnosov. Partnerski odnosi v pozni moderni predstavljajo projekt »ustvari si sam«, saj niso vnaprej določeni, temveč so, kot pravi Giddens, del reflektivnega projekta sebstva (Giddens 2000). O njih se odločamo sami, na podlagi racionalne analize glede stroškov in koristi določenega odnosa, ki nato vpliva na izbiro potencialnega partnerja. Z drugimi besedami, vstopamo v odnos zaradi

odnosa samega, tj. zaradi pozitivnih elementov, ki jih iz le-tega lahko pridobimo. Giddens tak odnos poimenuje »čisto razmerje«, ki ni rezervirano zgolj za partnerske odnose (zajema tudi prijateljske, sorodstvene ipd. odnose), vendar bom zaradi raziskovanja sodobnih partnerskih odnosov »čisto« obliko aplicirala na intimne partnerske odnose.

2.1.1 Koncept čistega razmerja

Čisto razmerje po Giddensu opredeljujemo kot novo obliko medosebnih odnosov. Izhaja iz situacije, kjer dva akterja vstopita v odnos zaradi odnosa samega. Pri vstopanju v odnos je v ospredju tisto, kar lahko vsaka oseba pridobi iz kontinuiranega druženja z drugo osebo. Tak odnos traja le do takrat, ko je za oba vpletena zadovoljiv. Ko interesi ene izmed vpletenih oseb niso zadovoljeni, se odnos konča. Koncept čistega razmerja je v tesnem odnosu s konceptom romantične ljubezni, ki jo kasneje zamenja pojav sotočne ljubezni in plastične seksualnosti. (Švab v Giddens 2000).

Idealno-tipska oblika čistega razmerja vključuje naslednje elemente:

- Oblikovanje čistega razmerja ni več pogojeno z zunanjimi razmerami družbenega ali ekonomskega sveta. Kot primer lahko vzamemo zakonsko zvezo, ki je v preteklosti bila že vnaprej določena. Pogosto je nastajala pod vplivom ekonomskih okoliščin in spodbud staršev, ne pa, ker bi se partnerja zanjo svobodno odločila. Danes vstopanje v zakonsko zvezo, in v intima razmerja nasploh, temelji na svobodnih odločitvah, osnovni razlog za vstop v take odnose pa predstavlja obojestransko želja partnerjev po partnerskem razmerju. (Giddens 2000, 46).
- Obstaja samo po sebi, tj. zaradi razmerja samega, kar pomeni, da je njegov obstoj pogojen s prinašanjem koristi obema partnerjema.
- Označujeta ga fleksibilnost in odprtost. »Bolj kot je razmerje odvisno le samo od sebe, bolj je reflektivno prespraševanje pomembno, a hkrati tudi prispeva k napetostim /.../ Samoprespraševanje, ki je bistven del čistega razmerja, je tesno povezano z reflektivnim projektom jaza« (Švab v Giddens 2000, 215).
- Medosebna zavezanost je bistvenega pomena za obstoj razmerja. Tukaj imamo opraviti z vzajemno recipročnostjo, saj se čisto razmerje oblikuje na podlagi obojestranskih odločitev glede vstopa v odnos.

- Temelj čistega razmerja je v intimnosti, ki obenem predstavlja pogoj njegovega trajanja.
- Tako razmerje je pogojeno z medosebnim zaupanjem, ki si ga je v odnosu treba pridobiti.
- Osnovo čistega razmerja predstavlja diadno razmerje, ki ni omejeno le na partnerska razmerja (Švab v Giddens 2000, 214–215).

Z razvojem čistega razmerja se razvija tudi plastična seksualnost, tj. seksualnost, osvobodjena reprodukcije, vpliva pa tudi na transmutacijo romantične ljubezni. Slednja se pod vplivom vedno večje avtonomije in seksualne emancipacije drobi in se postopoma spreminja v sotočno ljubezen. Romantična ljubezen, ki jo vodi ideal o večni ljubezni, izhaja iz projekтивne identifikacije *amour passion*, ki predstavlja tako element privlačnosti med partnerjema, kot tudi sredstvo, prek katerega postajata povezana drug z drugim. Pri tem projekcija deluje kot sredstvo ustvarjanja občutka povezanosti z drugim. To, da se partnerju čustveno odpreš, Giddens poimenuje sotočna ljubezen. Sotočna ljubezen je po avtorju aktivna, odvisna ljubezen, ki vključuje visoko stopnjo pogajanja, kar jo razlikuje od romantične ljubezni oz. ljubezni »za vedno«. Nasprotno temu idealu, pa Giddens pravi, da so prekinitve odnosov pravzaprav posledica sotočne ljubezni, ki jo vodi miselnost, da naj se posameznik ne fokusira na iskanje edinstvenega partnerja, ampak naj se raje osredotoči na razvijanje edinstvenega odnosa. (Giddens 2000, 67; Švab v Giddens 2000). Sotočno ljubezen značilno določa emocionalna enakost, pod katero razumemo egalitarnost pri čustvenemu dajanju in prejemanju - bistvena je torej emocionalna zadovoljitev obeh partnerjev. Razvoj ljubezni v tem primeru sovpada z razvojem intimnosti. Tisto, kar sotočno ljubezen razlikuje od romantične, je tudi to, da sotočna ljubezen postavlja umetnost ljubezni *ars erotica* v samo središče razmerja. V tem kontekstu je obstoj razmerja pogojen z medsebojnim spolnim užitek obeh partnerjev, ki obema partnerjema omogoča seksualno uresničitev. Pri tem spolna ekskluzivnost igra vlogo le v primeru, da se partnerjema to zdi pomembno. Sotočna ljubezen torej v nasprotju z romantično ni strogo spolno monogamna. Sotočna ljubezen tako predvideva model čistega razmerja, ki temelji na poznavanju partnerjev in medsebojnem dogovarjanju o spolnosti (Giddens 2000, 66–69).

Učinki romantičnega razmerja in sotočne ljubezni so vidni tako v pluralizaciji družinskih oblik in življenjskih potekov, kot tudi v zmanjševanju števila sklenjenih zakonskih zvez in naraščajoči stopnji razvez, saj smo z vseh strani »bombardirani« z idejo glede izbire

»pravega« partnerja. »Večna ljubezen« je z razmahom kulture izbire in svobodnim odločanjem zamenjana z idejo o obstoju razmerja »tako dolgo, kot bodo stvari šle dobro« (Ule in Kuhar 2003, 51).

Pomen Giddensove interpretacije preobrazbe intimnosti za moje raziskovanje je predvsem v tem, da opozori na nove načine vstopanja in oblikovanja partnerskih odnosov, ki so pod vplivom vedno večje racionalizacije in reflektivnega razmišljanja. Ti novi načini konstituiranja intimnih odnosov pa hkrati odsevajo tudi značilnosti teh odnosov, ki jih želim raziskati v magistrskem delu.

V nadaljevanju naloge prehajam na izbiro kot prevladujočo ideologijo kapitalističnega sveta. V okviru tega obravnavam racionalizacijo, pojasnim pa tudi, kako prevladujoča ideologija izbire, v okviru katere racionalno izbiranje s podrejanjem standardom potrošniške logike, vpliva na ljubezenske oz. partnerske odnose.

3 O IZBIRI

Ideologija izbire je postala prevladujoča ideologija postkapitalistične potrošniške družbe. Posameznikovo svobodo, idejo samouresničitve in možnost izbire promovira kot ideale, ki nam omogočajo kreiranje srečnega življenja. V okviru te ideologije izbiro povezujemo s svobodo posameznika, da se sam odloči za ustvarjanje svoje življenjske poti. »Ideja izbire je tako postala radikalizirana: vse v življenju je postalo stvar odločitve, ki jo je treba sprejeti s kar največjo pazljivostjo, da bi se čim bolj približali idealu sreče in samoizpolnitve, ki ga spodbuja družba« (Salecl 2010, 23).

Prevladujoči ideali svobode, samouresničitve in izbire so botrovali nastanku svetovalne industrije, ki je v dvajsetem stoletju predstavljala nastajajočo kulturno industrijo, v današnjem času pa je zelo razširjena in popularna po celem svetu (Illouz 2010, 21). Z razširjajočim se potrošniškim trgom je postajala vse bolj promovirana, vedno več ljudi pa je bilo pripravljenih plačati za doseganje zgoraj omejenih idealov. Na vsakem koraku se srečujemo s celo vrsto produktov in storitev, ki nam z različnimi strategijami in nasveti »lahko pomagajo« doseči »idealno življenje«. Lahko izbiramo med različnimi strokovnimi priročniki, ki obravnavajo gotovo vse sfere posameznikovega življenja (na primer *Bodi, kar si!*, *Zdravo kombiniranje*

hrane, Ulovimo ljubezen, Pravi moški zate, Ljubezen in duhovna rast, Spleti svojo kariero ipd.) do tako imenovanih »coachev«, tj. trenerjev za doseganje visoko cenjenega ideala samoizpolnitve. Pripravljeni smo plačati za naključne nasvete ljudi, tako imenovanih strokovnjakov, ki so s tem ustvarili profitabilen posel in prispevali k razvoju svetovalne kulture kot industrije (Illouz 2010; Jamieson 1998; Salecl 2010), saj smo vedno bolj nagnjeni k analiziranju posameznih emocionalnih stanj o katerih se pogovarjamo z drugimi, za »ukvarjanje s čustvi« pa smo tudi pripravljeni investirati vedno več denarja in časa (Šadl 1997, 166).

Od nas se torej pričakuje, da tako, kot izbiramo med potrošniškimi izdelki na policah supermarketa, enako naredimo tudi med obilico možnosti za najugodnejše življenje. Pri tem je treba opozoriti na težavnost glede reprezentacije izbire. Izbira življenjskih odločitev je reprezentirana skoraj identično kot potrošniška izbira. Kot primer lahko vzamemo način, s katerim svetovalna kultura posamezniku ci prezentira izbiro idealnega partnerja. To počne na podoben način, kot turistične agencije pri iskanju za nas najbolj optimalnega potovanja. Spodbuja nas k temeljiti analizi glede slabosti in ugodnosti, h kalkulaciji stroškov, tveganja ter koristi, nato se moramo zavarovati s predporočno pogodbo in, v primeru nezadovoljstva, že razmišljati o naslednjem podvigu v prihodnosti (Salecl 2010, 13). Ideologija izbire nas torej spodbuja k delovanju na racionalni osnovi, ki predstavlja predmet teorije racionalne izbire.

Teorija racionalne izbire je v preteklosti bila uveljavljena kot klasičen ekonomski model. Glede na to, da se kapitalistična logika v današnji družbi vpleta v skoraj vse sfere našega življenja in je z njimi prepletena, je njen vpliv očiten, ne samo v ekonomski sferi delovanja, temveč tudi v posameznikovih vsakodnevnih izbirah in dejanjih. Ta logika predpostavlja maksimizacijo dobička ob minimiziranju stroškov in tveganj. To se v vsakdanjem življenju odraža tako, da posameznik iz vsake situacije skuša zase pridobiti maksimalno korist ob najmanjših stroških. Temelji torej na nenehni analizi glede koristi in stroškov, ki v veliki meri določa posameznikova dejanja, slednja pa naj bodo naravnana tako, da so njemu_njej najbolj v prid. Na tem mestu se mi zdi smiselna omemba altruističnega delovanja. Dejstvo je, da je kljub glorificiranju racionalne izbire veliko posameznikovih izbir neracionalne narave, saj naša dejanja ne izhajajo iz surovega koristoljublja v vsaki situaciji. »Tudi kadar mislijo, da razpolagajo z informacijami, potrebnimi za najboljšo izbiro, ki je na voljo, bodo na njihovo odločitev močno vplivali zunanji dejavniki, denimo drugi ljudje, ali notranji dejavniki, denimo njihova nezavedna hotenja in želje« (Salecl 2010).

Kot opozarja avtorica (Salecl 2010), je problematičnost v tem, da je pojem racionalne izbire, temelječ na ekonomskih načelih, povečevan in prezentiran kot edina vrsta izbire, ki nam je na voljo in ki je posamezniku vselej v prid. Pri tem vidi problem tudi v tem, da vse bolj povečevana možnost izbire, ki nam domnevno omogoča konstruiranje življenja po lastnih željah, velikokrat ne omogoča zadovoljstva in sreče, temveč povzroča ravno nasprotna občutja in stanja – nezadovoljstvo, tesnobo, negotovost in krivdo.

Potrošniška družba z idejo izbire posamezniku vsiljuje strmenje k užitku. Pri tem doseganje užitka prikazuje kot nekaj brezmejnega, posameznika pa vidi kot nekoga, ki si lahko sam izbira užitke, s katerimi bo nenehno zadovoljeval lastne želje, kar naj bi ga pripeljalo do srečnega in izpolnjenega življenja. Na tem mestu se pojavlja paradoks, saj se vedno več ljudi sooča z nezadovoljstvom. Temelj nezadovoljstva leži v tem, da ljudje ne najdejo zadoščenja in ustreznega načina za zadovoljevanje želja, ki pravzaprav niti niso njihove lastne, temveč so pretežno družbene narave, saj nam je večina želja vsiljenih prek kapitalistično-potrošniške logike. Ta logika vsiljuje idejo o doseganju popolnosti, ne le v sedanosti, ampak tudi v prihodnosti, s čimer nas spodbuja k razmišljanju o namišljeni prihodnosti in s tem k njenemu idealiziranju. Strmenje k doseganju popolnosti v prihodnosti povečuje število možnosti izbire, s čimer otežuje odločitve glede istih, saj nas skrbi, da se ne bomo odločili pravilno. »Izbira namreč s seboj prinaša občutek neizmerne odgovornosti, ta pa je povezan s strahom pred neuspehom, občutkom krivde in tesnobo glede obžalovanja, ki bo sledilo, če smo izbrali narobe« (Salecl 2010, 12).

Toda kapitalizem temu ne namenja večje pozornosti, saj z ideologijo izbire idealizira svet posameznika in ga spodbuja k (domnevno) svobodnemu sprejemanju odločitev glede neskončno možnosti izbire; pri tem odločitve prikazuje kot nekaj, kar je mogoče zlahka zamenjati. Dejansko pa z gospodarskimi okoliščinami, ki jih ponuja, daje zelo malo možnosti za svobodno izbiro, saj ima ena napačna odločitev lahko katastrofalne posledice. Tako je ideologija izbire, ki naj bi nam priskrbela več zadovoljstva in svobode, pravzaprav začela delovati zoper nas, saj omejuje svobodo odločanja in povečuje občutke tesnobe in nezadovoljstva (Salecl 2010). Ko pride do tega, v ospredje ponovno stopi svetovalna kultura, ki nezadovoljnemu posamezniku svetuje glede izkoreninjanja negativnih čustev in mu zopet ukaže svobodno pot k srečnemu življenju.

Kako pa ideologija izbire deluje na ljubezenskem področju? K iskanju odgovora na to vprašanje se usmerim v nadaljevanju magistrske naloge.

3.1 O izbirah na ljubezenskem področju

V današnji družbi lahko govorimo o pravi obsedenosti z ljubeznijo, saj je tema *doseganja srečnega ljubezenskega odnosa* dosegla neverjetno popularnost. K temu nedvomno prispeva svetovalna industrija s prikazovanjem »uspešnih« ljubezenskih odnosov, ki jih lahko dosežemo le s »pravim« partnerjem kot najvišje stopnje srečnega življenja. V okviru tega izbira idealnega partnerja za najbolj optimalen partnerski odnos zavzema vedno višje mesto na lestvici aktualnih tem, doseganje tega pa deluje kot ideal.

Kapitalistična logika delovanja, z vsiljevanjem prepričanja o neskočnosti izbir in s spodbujanjem delovanja na racionalni osnovi, na področje intimnih odnosov suptilno vpeljuje logiko delovanja ekonomskega trga, kar posledično prispeva k novemu načinu dojemanja partnerskih odnosov ter njihovemu spreminjanju. »Osebni odnosi se ne oblikujejo brez vpliva praktičnih, ekonomskih in drugih materialnih okoliščin« (Jamieson 1992, 482). Na podlagi tega so ustvarjeni novi občutki odgovornosti za doseganje uspešnega ali neuspešnega intimnega odnosa. Tržno načelo zamenljivosti, trajanje odnosa, pogojeno s prinašanjem koristi obema partnerjema, in prespraševanje o možnostih boljše izbire spodbujajo nenehne zahteve po izbiri (Žakelj 2011).

Z nenehnim večanjem možnosti izbire se vzporedno večajo tudi pričakovanja tako glede idealnega partnerja, kot tudi glede intimnega odnosa samega. Od partnerja pričakujemo mnogo več kot v preteklosti, intimni odnos pa vidimo kot nekaj, s čimer lahko dosežemo ideal srečnega, izpolnjenega življenja. Vedno večja pričakovanja v primeru, ko niso izpolnjena, vodijo v razočaranje. Na podlagi pričakovanj, ki so nam vsiljena prek svetovalne kulture, bomo svoj partnerski odnos videli kot nezadovoljiv, takoj ko že vnaprej določena pričakovanja ne bodo izpolnjena. Mentaliteta nenehnih izboljšav krepi nov način razmišljanja, saj bo par končal svoj odnos takoj, ko bodo stroški za enega izmed partnerjev previsoki, koristi pa prenizke. Posledica tega so pogosti razpadi partnerskih odnosov. Pri ohranjanju odnosa nas vodi načelo, da v kolikor sedanja izbira ni prinesla želene vsebine, imamo vselej svobodno možnost izhoda iz takega odnosa. To spodbudi željo oziroma zahtevo po izbiri novega, bolj zadovoljujočega intimnega odnosa. Zato smo »moški in ženske dandanes obsedeni z iskanjem« (Beck in Beck-Gernsheim 2006, 9; Žakelj 2011).

Ideologija izbire nam na ljubezenskem področju vsiljuje prepričanje, da imamo sposobnost nadzirati lastna čustva, kot tudi, da imamo v vsakem trenutku možnost racionalne izbire, iz česar izhaja, da bi morali znati usmerjati svoje intimne odnose na način doseganja največje

možne sreče (Salecl 2010, 67). Salecl (2010, 70) iskanje idealnega partnerja primerja z iskanjem ponudnika telefonskih storitev in ga ponazori s stalnim menjavanjem, ki ga spremlja občutek, da smo z odločitvijo za enega morda zamudili boljšo možnost, saj ko izberemo, je nekaj za zmeraj izgubljeno. Izbiro ter strah pred tem, da smo zamudili boljšo možnost, zelo dobro ponazori s primerom kulture »hook-up«.

»Hooking-up« kultura med ameriško mladino predstavlja običajen sodobni ritual zmenkarjenja. Prevod besede leži v besedi *zahakljati se*. Predstavlja druženje brez obveznosti. Lahko govorimo o kulturi bežnih srečanj, ki izraža čustvo naklonjenosti, vendar brez globlje čustvene navezanosti. Kljub temu se slednja s kontinuiranim druženjem lahko razvije, vendar se ji mladi skušajo izogniti, saj bi le-ta pomenila neupoštevanje pravil neobvezujočega druženja. Smisel takih zmenkovanj je v samem procesu *hakljanja*, in sicer v privabljanju in zapeljevanju 'objekta', ki ga po »ulovu« odvržemo in zamenjamo z novim. Ta kultura spodbuja umanjkanje zavezanosti, ki v današnjih odnosih postaja prevladujoč trend (Salecl 2010, 66). Zelo dobro ponazarja izbiro kot tako. V tem smislu je izbira čustvene navezanosti razumljena kot ovira svobodi, ki v pozni moderni predstavlja visoko cenjen ideal. Za osebo, ki se prehitro čustveno naveže velja, da ponujene svobode ni izkoristila. To razumemo v okviru najboljše izbire, saj si s tem, ko se čustveno ne navežemo, onemogočimo izbiro »najboljšega možnega« partnerja v prihodnosti. »Hooking-up« torej spodbuja anonimnost, nevezanost in neodgovornost, saj dopušča polanonimne spolne stike, pri čemer ne razvijamo potrebe po globljem spoznavanju druge osebe. Če stvari ne gredo »tako, kot bi morale«, se lahko obnašamo, kot da se ni zgodilo (Salecl 2010, 64–67).

Najboljši indikator ideje o izbiri idealnega partnerja predstavlja splet, znotraj katerega se je razvila kultura spletnih zmenkov, o katerih podrobneje spregovorim v naslednjem poglavju. Pri tem spletna tehnologija deluje v skladu s potrošniško logiko, saj iskanje partnerja predstavlja v okviru tržne logike možnih izbir, med katerimi se svobodno odločamo na podlagi racionalne presoje: »[N]atančneje, iskanje partnerja formalizira v obliki ekonomske transakcije: jaz preobrazi v zapakiran produkt, ki tekmuje z drugimi na odprtem trgu, ki ga regulira zakon ponudbe in povpraševanja « (Illouz 2010, 108). Pri spletnih zmenkih se tako imenovani iskalci ljubezni na maritalnem trgu plasirajo kot blago z določeno tržno vrednostjo (Salecl 2010, 71). Pri zmenkih v kibernetnem prostoru je vloga racionalne izbire najbolj očitna, saj na spletu prevladuje ideja obilja in zamenljivosti, s katero so v spletne zmenke vpeljana načela množične potrošnje (Illouz 2010, 108).

Na tem mestu se mi poraja vprašanje, ali je v okviru spletnih zmenkovanj sploh možno razvijanje konvencionalno razumljene intimnosti? Z analizo gradiva skozi celotno nalogo ugotavljam, da je vprašanje intimnosti v spletnih odnosih precej kompleksno. Raziskovanju ustvarjanja intimnosti in na njej temelječih intimnih odnosov se, v okviru spletnega zmenkarjenja, posvetim v naslednjem poglavju, v kateremu fokus predstavlja proces racionalizacije intimnih odnosov.

4 RACIONALIZACIJA INTIMNIH ODNOSOV

V tem poglavju se osredinjam na raziskovanje procesa racionalizacije sodobnih partnerskih odnosov. Raziskujem okoliščine, ki so privedle do tega procesa. V okviru tega me zanima povezanost med procesom racionalizacije na področju intimnih odnosov, svetovalne kulture in spletnega zmenkarjenja, ki so, kot predpostavljam, v zelo tesnem odnosu. Pri tem izhajam iz dela *Hladne intimnosti: Oblikovanje čustvenega kapitalizma* (2010) Eve Illouz, ki s povezovanjem ekonomskega in emocionalnega področja delovanja zelo nazorno pojasnjuje radikalno spremembo čustvenosti.

Avtorica racionalizacijo intimnih odnosov pojasnjuje s konceptom emocionalnega kapitalizma, ki ga opiše kot kulturo, »v kateri čustveni in ekonomski diskurzi ter prakse drug drugega vzajemno oblikujejo« (Illouz 2010, 16). Pri opisovanju preobrazbe čustvenosti Illouz (2010) poudarja pomen tržno zasnovanih kulturnih repertoarjev, ki konstituirajo medosebne in čustvene odnose, medtem ko se medosebni odnosi vse bolj vgrajujejo v epicenter ekonomskih odnosov.

»Racionalizacija vsebuje pet sestavin: preračunano rabo sredstev; rabo učinkovitejših sredstev, izbiranje na racionalni osnovi (se pravi na osnovi vednosti in izobrazbe), vodenje naših življenj s splošnimi vrednotnimi načeli in, nazadnje, poenotenje prejšnjih štirih sestavin v racionalen metodičen življenjski slog« (Illouz 2010, 46).

V okviru partnerskih odnosov racionalizacija nastaja kot odgovor na pogoje sodobnega načina življenja, v katerem se od posameznika pričakuje (in zahteva) zmožnost fleksibilnega upravljanja emocij. Racionalizacijo v okviru partnerskih odnosov razumemo kot zavestno odločitev glede izbire partnerja, ki temelji na racionalni presoji stroškov in koristi z namenom

doseganja visoko cenjenega ideala samouresničitve. Racionalizacijo intimnih odnosov lahko torej označimo kot preiskovanje in (samo)dokazovanje s pomočjo nevtralnih postopkov, ki temeljijo na intenzivnem samopreiskovanju in pogajanju. Intimni odnosi tako vse bolj izgubljajo globino človeškega čustvovanja ter čedalje bolj postajajo površni, standardizirani, krhki, kratkotrajni in lahko zamenljivi. Pri tem v ospredje prihaja ideja o racionalni izbiri pravega čustva za pravo priložnost, s tem pa tudi pravega partnerskega odnosa za pravo življenjsko obdobje. Značilnosti potrošniško orientiranih družb so tako vse bolj opazne tudi v emocionalni sferi (Illouz 2010; Šadl 2002).

Temeljna indikatorja procesa racionalizacije v sferi intimnih odnosov sta psihološko-svetovalna kultura in splet, v okviru katerega se je razvila popularna kultura spletnega zmenkarjenja. Slednja sta hkrati tudi sprožilca tega procesa.

V nadaljevanju proces racionalizacije intimnih odnosov pojasnim v okviru koncepta čustvenega kapitalizma, nato pa prikažem, kako se ta isti proces kaže skozi svetovalno literaturo in kulturo spletnega zmenkarjenja.

4.1 Čustveni kapitalizem

Čustveni kapitalizem je koncept, ki ga je uporabila sociologinja Eva Illouz za pojasnjevanje intenzivnega procesa racionalizacije na področju intimnih odnosov, ki jih karakterizira tesno prepletanje ekonomske in čustvene sfere delovanja.

Čustveni kapitalizem je kultura, v kateri čustveni in ekonomski diskurzi ter prakse drug drugega vzajemno oblikujejo in na ta način ustvarijo – kar vidim kot – obsežno, temeljito gibanje, v katerem afekt postane bistven vidik ekonomskega obnašanja in v katerem čustveno življenje – zlasti čustveno življenje srednjih razredov – sledi logiki ekonomskih odnosov menjave (Illouz 2010, 16).

V tej kulturi smo priča preobrazbi emocionalne kulture, saj so čustva bolj vpeta v ekonomsko, instrumentalizirano delovanje, medtem pa ekonomsko delovanje postaja čedalje bolj emocionalno. Čustveni kapitalizem predstavlja tesno prepletanje tržnih kategorij in jezikov jaza, ki se je intenziviralo v dvajsetem stoletju. V tej kulturi so emocije, tako lastne kot tuje, postale entitete, ki se jih je treba zavedati, o katerih se razpravlja in pogaja, posledično pa jih je treba na podlagi analize izpogajati, ovrednotiti, pregledati, kvantificirati in komodificirati. (Illouz 2010, 131).

Vedno večji pomen dobiva znanje o emocijah in njihovem upravljanju. Znotraj čustvenega kapitalizma se je razvila obilica različnih vodnikov in klasifikacij, s katerimi nam je omogočeno, in ki nas celo spodbujajo k upravljanju, spreminjanju in prilagajanju našega jaza. Ti isti priročniki, kot produkti svetovalne kulture, spodbujajo in intenzivirajo pomen »sposobnosti«
refleksivnega čustvenega upravljanja. V tem procesu so čustva prav tako bila uporabljena kot sodelujoče entitete pri konstrukciji trpečega jaza. Trpeči jaz predstavlja identiteto, organizirano in opredeljeno okrog svojih psihičnih pomanjkljivosti, ki jo nazaj na trg vključujejo nenehne zapovedi o samospremembi in samouresničitvi, s čimer se krepi vloga popularne svetovalne kulture. Prav tako je kultura emocionalnega kapitalizma prepletla ekonomske transakcije s posebno in intenzivno kulturno pozornostjo do lingvističnega upravljanja čustev, iz katerega izhaja velik pomen dialoga oziroma komunikacijskih veščin, pripoznavanja, samoemancipacije in intimnosti (Illouz 2010, Šadl 2002). Kultura čustvenega kapitalizma je torej čustva spremenila v posebno, novo obliko kapitala (Illouz 2010, 131).

Ravno ta ista kulturna formacija, ki je čustvom dala posebno moč in jih spremenila v novo obliko kapitala, je imela veliko vlogo pri temu, da so odnosi znotraj korporacij postal predmet razpravljanja in pojasnjevanja. Na osnovi tega so ženske začele zahtevati enakopraven položaj, tako v javni kot tudi zasebni sferi, kar je vplivalo na to, da so intimne vezi, s tem pa tudi intimni odnosi, postajali čedalje bolj racionalizirani, brezstrastni in izpostavljeni delovanju čistega utilitarizma. »Prav ta isti sistem vednosti, ki nam je hotel odpreti vpogled v temne kotičke naše psihe in nas čustveno *opismeniti*, je prispeval k temu, da so odnosi postali merljive in zamenljive entitete. Dejansko je prav ideja *samouresničitve* – ki je vsebovala in še vedno vsebuje psihološko in politično *promesse de bonheur* – igrala ključno vlogo pri uporabi psihologije kot avtoritarnega sistema vednosti in prodoru tržnih repertoarjev v zasebno sfero« (Illouz 2010, 132).

Kot glavni kulturni problem čustvenega kapitalizma avtorica (2010) izpostavi težavnost preklopa od strateškega nazaj k emocionalnemu. Za primer izpostavi spletno tehnologijo, ki ustvarja vedno večje možnosti za odnose in družabnost nasploh, vendar jih osiromaši fizičnih in čustvenih elementov, ki so do sedaj bili temeljni elementi njihovega ohranjanja (Illouz 2010, 133). Take nove oblike odnosov označuje brezglobinskost, površnost in krhkost.

Jorge Arditi (Illouz 2010, 133) na tem mestu vključi Simmelovo teorijo odtujitve. Po tej teoriji se postopno osiromašenje posameznikovega življenja dogaja zaradi ločevanja med subjektivnim in objektivnim izkustvom, torej med našim izkustvom in zunanjim svetom idej

in objektov - ko ustvarjamo zapleteno objektivno kulturo, izgubimo enotnost, potrebno za določanje pomena. Kadar sta objekt in subjekt skladna, objekt dobi eksistencialni pomen. Iz tega po Arditiju izhaja, da ljubiti pomeni dojetanje in sprejemanje drugega v celoti, kot tudi, da med subjektom, ki ljubi, in objektom, ki je ljubljen, ni nobenega drugega objekta, pri čemer torej pri izkustvu ljubezni intelekt ne igra nobene vloge. Pri tem je očitna ideja romantične ljubezni, ki je bila značilna za modernost. Z vedno bolj prisotno racionalizacijo pa nastaja med objektom in subjektom čedalje večja distanca. Po Arditiju slednja nastaja zaradi tega, ker so stvari, ki so subjektu in objektu skupne, postale preveč skupne. Avtorica (2010) to pojasnjuje s tem, da distanca temelji na dejstvu, da si sedaj objekt in subjekt delita skupen in predvsem standardiziran jezik, medtem ko bližina izhaja iz specifičnosti in ekskluzivnosti podobnosti, ki si jih dve entiteti delita. Ali drugače: »prav dejstvo, da imamo na razpolago vse bolj razvite kulturne tehnike, s katerimi standardiziramo intimne odnose, se o njih pogovarjamo in z njimi upravljamo na posplošen način, je tisto, kar slabi našo zmožnost za bližino, za skladnost med subjektom in objektom.« (Illouz 2010, 134).

Avtorica naredi korak naprej in se ne omeji samo na racionalnost kot temeljno značilnost sodobnega današnjega delovanja; spregovori o hiperracionalnosti in hiperracionalnem tepcu (*angl. hyperrational fool*) kot njenem produktu. Hiperracionalni tepec je oseba, ki je podlegla nenehni analizi stroškov in koristi, le-ta pa je »pohabila« njegovo_njeno zmožnost presojanja, delovanja in izbiranja. Tukaj je vsaka odločitev pod vplivom racionalnega tehtanja možnosti, ki počasi uhaja izpod nadzora. Hiperracionalnost je zaslužna za racionalizacijo in komodifikacijo jaza, kot tudi za to, da je tehtanje med različnimi odločitvami - temelječe na kulturnem repertoarju tržne analize koristi in stroškov - prisotno v našem vsakdanjem delovanju, v vseh sferah delovanja, s čimer so principi našega delovanja močno spremenjeni (Illouz 2010, 133–136).

V nadaljevanju prikažem, kako je razvoj psihoterapevtsko-svetovalne kulture vplival na naše delovanje ter dojetanje sebe in drugih v kompleksnem svetu sprememb.

4.2 Razvoj psihoterapevtsko-svetovalne kulture

Nastanek psihoterapevtsko-svetovalne kulture povezujemo s širjenjem svetovalne literature, ki je potekalo v dvajsetih letih prejšnjega stoletja. V tistem času je veljala za nastajajočo kulturno industrijo, v današnjem času pa velja kot fundament oblikovanja čustvenih norm na podlagi razširjanja psiholoških konceptov. Njena izjemna popularnost izhaja iz združevanja

določenih zahtev, s katerimi se je uspešno približala širši množici. Te zahteve vključujejo naslednje: v osnovi je splošna, saj uporablja jezik, podoben pravniškemu, kar ji omogoča avtoriteto; da je lahko blago za vsakodnevno redno uporabo variira probleme, ki jih obravnava; mora biti amoralna, kar pomeni, da mora pri podajanju različnih stališč in vrednot delovati iz nevtralne perspektive; pomembno pa je tudi to, da izpolnjuje zahtevo po verodostojnosti, kar pomeni, da mora izhajati iz legitimnega vira, pri čemer osrednje mesto zavzemata psihologija in psihoanaliza. Psihoterapevtsko-svetovalna kultura se je torej začela razširjati skladno s knjižnim trgom, kot glavno orodje razširjanja svojih idej pa je uporabila svetovalno literaturo v obliki priročnikov, skozi katere je podajala nasvete in recepte, v katerih je izžarevala nov besednjak in na novo utemeljene družbene odnose (Illouz 2010, 21–22).

V začetkih širjenja je vloga psihoterapevtske kulture močno zaznamovala ameriške korporacije. V korporacijah so psihologi oblikovali nov način upravljanja jaza, odnosov in družabnosti s prepletanjem ekonomskega in emocionalnega področja. Vpeljali so novo ideologijo upravljanja, kjer je »menedžer nastopal kot racionalen, odgovoren in predvidljiv, kot nosilec pravil standardizacije in racionalizacije« (Illouz 2010, 24). V okviru tega je pomembno poudariti izjemen pomen Mayevih hawthornskih eksperimentov, s katerimi je, na podlagi ugotavljanja pomembnosti skrbi do čustev delavcev v proizvodnji, prvič v zgodovini posvečena pozornost čustveni dimenziji delovnega procesa in odnosov. In ravno to bi lahko označili kot začetek »rasti« pomena ter vloge psihologije, na kateri je vzniknila svetovalna kultura.

Z večanjem korporacij je naraščala tudi vloga psihologov, ki so se znotraj podjetij v vse večji meri začeli ukvarjati z zaposlenimi, njihovimi interakcijami, odnosi in čustvenim zadovoljstvom. Razvijali so metode izboljšav medosebnih odnosov, pri čemer so osrednji pomen pripisali čustvom in osebnosti, s katerimi so tako v odnosih med delavci, kot tudi med delavci in menedžerji želeli odpraviti konflikte z namenom maksimiranja profita. Z uporabljenimi metodami so pridobili naklonjenost delavcev, saj so jim slednje dajale občutek (navidezne) demokratizacije odnosov v sferi dela. Poleg novih metod so psihologi oblikovali tudi nove modele obnašanja, največjo vlogo pa so pripisali modelu komunikacije, ki se je hitro uveljavil kot korporacijski imperativ. Ravno tako so povečevali sposobnost empatije. Pri tem so izpostavili pomen introspekcije, ki zahteva visoko raven samozavedanja, saj mora vsak menedžer znati sebe ovrednotiti objektivno in upravljati z lastnim vtisom. »Komunikacija vpelje tehnike in mehanizme družbenega pripoznanja, ker vzpostavlja norme in tehnike, s

katerimi sprejmemo, potrdimo in priznamo čustva drugih« (Illouz 2010, 34). »Komunikacija tako določa novo obliko družbene kompetentnosti, v kateri si čustveno in lingvistično samoupravljanje prizadevata vzpostaviti vzorce družbenega pripoznanja.« (Illouz 2010, 35)

4.2.1 Vloga psihoterapevtsko-svetovalne kulture pri racionalizaciji intimnih odnosov

Z idejo o holističnem zdravju, ki vključuje tudi emocionalne komponente, s tem pa tudi intimne odnose, in ki je prikazana kot ideja, s katero lahko dosežemo visoko cenjen ideal samouresničitve, se je svetovalna kultura izjemno hitro širila in popularizirala. V današnji družbi pojem zdravja prihaja v povezavi z dobrim počutjem in dobrim videzom, slednja pa, kot pravi Šadl (2002), izhajata iz ideje o integraciji telesa, emocij in razuma, kot tudi iz urejenih odnosov z drugimi, še posebej z našimi intimnimi partnerji in z družbo kot celoto. Vse več ljudi je pripravljenih plačati za holistične terapije in nasvete »strokovnjakov«, s katerimi bodo, kot upajo, dosegli ideal srečnega življenja. V okviru te kulture je temeljni pomen pripisan reflektivnemu zavedanju čustev ter sposobnosti njihove artikulacije in upravljanja. »Takšno reflektivno ukvarjanje s čustvi v zadnjih dvajsetih letih spremlja in vzdržuje množica vodnikov, ki predstavljajo del splošne moderne reflektivnosti: institucionalne oblike ukvarjanja s čustvi (terapije, svetovanja); množična produkcija psihološke literature in svetovalnih priročnikov s področja emocionalnega življenja; časopisni podlistki o čustvenih težavah; diskurzi o stresu; pedagoški televizijski programi; televizijski filmi, drame in limonade.« (Šadl 2002, 67).

In kako psihoterapevtsko-svetovalna kultura vpliva na proces racionalizacije intimnih odnosov?

Začetek procesa racionalizacije intimnih odnosov vidimo v dvajsetem stoletju, ki je bilo zaznamovano tako z institucionalizacijo psihologije, kot tudi z institucionalizacijo feminizma. Ženske so v tistem času postajale »strastne« potrošnice terapevtskih nasvetov. V okviru tega sta si feminizem in terapija čedalje bolj delila iste miselne kategorije, ki so v osnovi zadevale žensko emancipacijo, področje seksualnosti in družino. S spodbujanjem ženske reflektivnosti sta krepila žensko lastno zavest. Močna prepletenost feminizma in terapije je spodbudila oblikovanje novega kulturnega modela emocionalne in seksualne intimnosti. Tako je na novo opredeljen pojem intimnosti z razumevanjem osvobojene seksualnosti kot izraza čustvenega zdravja in politične emancipacije združeval elemente feminizma in terapevtskega diskurza (Illouz 2010, 44).

Avtorica dokazuje, da se je proces racionalizacije intimnih odnosov pojavil kot odgovor na idejo o egalitarnosti znotraj intimnih partnerskih odnosov ter na vlogo besednjaka psihologije v osmišljanju in opredeljevanju intimnosti. V tem smislu naj bi partnerja bila v medsebojno enakopravnem odnosu. S promocijo zdravih čustvenih odnosov med partnerjema so strokovnjaki težili k osvoboditvi intimnih odnosov, ki so vrsto let bili področje oblasti in asimetrije. Ta ideja se je po eni strani odražala v spodbujanju moških, naj namenijo več pozornosti svojemu notranjemu jazu in čustvom, s čimer so se približali tradicionalnem jazu ženskosti. Po drugi strani pa se je ideja egalitarnosti odražala skozi nove načine opredeljevanja ženske seksualnosti. »Seksualno ugodje je bilo tako utemeljeno na oblikovanju poštenih in enakopravnih odnosov, kar navaja k misli, da je terapevtska intimnost uporabljala jezik pravic in enačila dobro spolnost z zatrjevanjem pravic vsakega partnerja. Nazadnje je takšen ideal seksualnega ugodja zabil spalne razlike.« (Illouz 2010, 43–44).

Tako uveljavljen model intimnosti združuje ključne elemente feminizma in psihologije, in sicer elemente enakopravnosti, pravičnosti, seksualnosti, čustvene komunikacije, nepristranskih postopkov in izražanje skritih čustev, pri čemer je lingvistično (verbalno) izražanje bistvenega pomena. Pomembno vlogo pri racionalizaciji intimnosti pripisujemo tudi svetovalni literaturi, ki s pomočjo vaj, ki jih vključuje, zahteva tako imenovano vrednostno racionalizacijo osebnosti, saj spodbuja poglobljeno analizo glede lastne osebnosti in želja (npr. Kdo sem in kaj hočem?, Ali mi je bolj pomembna varnost ali avanturizem?, Kakšne so moje potrebe v odnosu? ipd.). Na tem mestu zopet lahko vidimo vzajemno delovanje feminizma in terapije, saj sta oba prispevala k prepričanju, da ženske morajo »najti« in same pri sebi razjasniti vrednote, ki jih želijo doseči v partnerskem odnosu in nato stremeti k doseganju slednjih. Zaradi doseganja tega je bistven pomen pripisan opazovanju, analizi in nadzorovanju lastnih čustev na strani žensk, ocenjevanju lastnih izbire in samostojni odločitvi pri izbiri želene smeri delovanja. V ozadju vsega tega pa je uveljavljanje avtonomnega jaza in ideala samouresničitve žensk (Illouz 2010, 38–45).

V okviru teh zahtev in spodbud nastopajo čustva in intimno življenje kot preračunljivi predmeti, ki jih je treba, kot pravi avtorica, povzeti v kvantitativne izjave (Illouz 2010, 47). Na tem mestu prihaja v ospredje vloga psiholoških testov, ki v terapevtski kulturi dosegajo izjemno popularnost. Espeland in Stevens vpeljeta pojem *komenzuracije*, s katerim označita moderno kulturno spoznavanje, ki ga dosežemo s psihološkimi testi. »Komenzuracija preoblikuje kvalitativne razločke v kvantitativne, v katerih je razlika natančno izražena kot neka velikost znotraj danega merskega sistema.« (Espeland in Stevens 1998, 316; Illouz 2010,

47). Prav tako označuje način, ki reducira in poenostavlja različne informacije, tako da jih spreminja v številke, ki se nato primerjajo. Komenzuracija posameznikom omogoča hitro razumevanje, reprezentacijo in primerjavo razlik, vendar hkrati tudi reducira informacije, kar naj bi omogočilo poenostavljanje odločitev, s čimer pravzaprav omogoča bolj »mehanizirano« odločanje. Pri procesu odločanja komenzuracija deluje tako, da imajo vrednote, na podlagi katerih izbiramo, tržno osnovo, saj jih v procesu odločanja primerjamo in nato, na podlagi analize stroškov in koristi, izberemo za nas najoptimalnejšo rešitev. Pri kompleksnih odločitvah se komenzuracija ponavadi pojavlja kot večstopenjska analiza koristi in stroškov. (Espeland in Stevens 1998, 316–318).

Naj pojasnim, kako postopek komenzuracije deluje pri intimnih odnosih. Kot sem že prej omenila, sta svetovalno-terapevtska kultura in feminizem bistveni kulturni formaciji, ki sta spodbudili racionalizacijo intimnih odnosov, temelječo na nevtralnih postopkih preiskovanja in dokazovanja, ki izhajajo iz intenzivnega samopreiskovanja in pogajanja (Illouz 2010, 51). To je privedlo do čustvene ontologije, se pravi do ideje, da so čustva ločljiva od subjekta, s čimer jih je mogoče pojasnjevati, nadzorovati in usmerjati. Taka čustvena ontologija je prispevala h komenzuraciji intimnih odnosov. Slednji so torej postali komenzurativni, tj. predmet depersonalizacije, ki jim odvzame njihovo specifičnost in jih vrednoti po abstraktnih kriterijih. V okviru tega so intimni odnosi bili deležni preobrazbe v predmete spoznanja, ki se lahko medsebojno primerjajo in analizirajo glede na stroške in koristi. Pri procesu odločanja ima uporaba komenzuracije kot rezultata končno vrednost, temelječo na tehtanju med različnimi elementi odločitve (Espeland v Illouz 2010, 51).

Postopek komenzuracije prispeva k temu, da intimni odnosi postajajo bolj zamenljivi, v okviru česar jih vidimo kot potrošno blago, s katerimi lahko trgujemo in si jih medsebojno izmenjujemo. Tako intimni odnosi čedalje bolj postajajo stvari, vrednotene znotraj nekega merskega sistema (Illouz 2010, 47–51).

Poleg psiholoških tekstov ne smemo zanemariti vloge tekstualizma oziroma tekstualnosti, ki se močno prepleta s čustvenim izkustvom. S tem, ko čustvo tekstualiziramo, avtomatično ustvarimo distanco med samim izkustvom čustva in zavestjo o tem čustvu. V terapevtski kulturi to poteka v okviru vaj, kjer mora oseba premisliti in razpravljati o emocijah, ki so ločene od svojega izvirnega konteksta. S tem ko čustvo tekstualiziramo, hkrati omogočimo, da postane objekt opazovanja, ocenjevanja in upravljanja. Pismenost omogoča, da čustva ločimo od jaza in da jih na podlagi tega opazujemo, nadzorujemo in z njimi manipuliramo.

»Nadzor nad čustvi, razjasnitev naših vrednot in ciljev, raba tehnike preračunavanja ter dekontekstualizacija in objektivizacija čustev – vse to ima za posledico intelektualizacijo intimnih vezi v imenu širšega moralnega projekta: vzpostaviti enakost in pošteno menjavo s pripravljenostjo na nenehno verbalno komunikacijo o lastnih potrebah, čustvih in ciljih« (Illouz 2010, 47–48).

Kot smo prikazali zgoraj je bila vloga psihologov v korporacijah očitna pri spodbujanju produktivnosti z vpeljevanjem pomena čustev in medsebojnih odnosov. Model komunikacije je pri tem igral ključno vlogo, saj je bil uporabljen tako za opisovanje, kot tudi predpisovanje odnosov. Psihologi so pomembnost modela komunikacije kmalu za tem prenesli iz korporacij na področje partnerskih odnosov. Njihova vloga na intimnem področju je bila predvsem v povezovanju ugodja in seksualnosti z zatrjevanjem spoštovanja temeljnih pravic žensk, pri čemer je vloga modela komunikacije ponovno prikazana kot bistvena. Komunikacija med partnerjema je predstavljena kot temelj za doseganje »zdravih« intimnih odnosov z namenom samouresničitve, ki v današnji družbi veljajo kot ideal; neuspeh ali razpad partnerskega odnosa pa je ponavadi predstavljen kot posledica neuspešne komunikacije med partnerjema. Kot zapiše Branden, je »[k]omunikacija [...] življenjska sila vsakega razmerja, in vsako ljubezensko razmerje še posebej zahteva komunikacijo, če hoče uspeti« (Branden v Illouz 2010, 49). V okviru psihoterapevtsko-svetovalne kulture postajajo zato vse bolj popularne tako komunikacijske delavnice, ki omogočajo doseganje odkrite komunikacije med partnerjema, kot tudi priročniki, ki z vajami omogočajo, da partnerja ugotovita svoje skrite želje, zahteve in pričakovanja, ki naj bi jih nato, po modelu komunikacije, medsebojno delila - vse to pa bi prispevalo k odkritemu in zdravemu ljubezenskem odnosu, kot tudi k samorealizaciji obeh partnerjev. Tak psihološki model komunikacije opredeli čustva kot objekte, o katerih se razmišlja, razpravlja in pogaja, tako v podjetjih kot tudi na intimnem področju.

Avtorica tak psihološki model komunikacije, za katerega ugotavlja, da zavzema ključno mesto v javni (delovni) in zasebni intimni sferi odnosov problematizira. Model komunikacije ponuja metode za vstop v dialog, vendar, kot pravi avtorica, tak model vključuje tudi jezik, ki vsebuje elemente ekonomske produktivnosti in pravice, ki ga ne moremo s takšno lahkoto (kot to prikazujejo psihologi) aplicirati oziroma združiti s sfero intimnih partnerskih odnosov.

[V]rednostna racionalnost, kognitivna in instrumentalna racionalnost ter postopek komezuracije, ki so vsi skupaj predpogoj za tekočo rabo modela komunikacije,

oblikujejo kognitiven slog, ki odnosom odvzame njihovo posebnost in jih preoblikuje v objekte, ki se s tem – ker so vrednoteni po kriteriju poštenosti, enakosti in zadovoljevanja potreb – veliko bolj približajo usodi tržnega blaga. (Illouz 2010, 53).

Če na kratko povzamemo – pomembno dejstvo za racionalizacijo intimnih odnosov znotraj psihoterapevtsko-svetovalne kulture je, kot pravi avtorica, izrazita androgenizacija moških in žensk. Do tega je privedlo to, da se je kapitalizem v 20. stoletju oprl na čustveno dimenzijo dela, kot tudi dejstvo, da je feminizem pri ženski delovni sili promoviral avtonomijo, zanašanje nase in zavedanje pravic znotraj intimne sfere. »Če je tako sfera proizvodnje postavila v središče modelov družabnosti afekt, so intimni odnosi v svoje središče bolj in bolj postavljali politični in ekonomski model barantanja in menjave.« (Illouz 2010, 52).

Drugo pomembno dejstvo pa je izjemna popularnost modela komunikacije, h kateri so vzajemno prispevala kulturna prepričanja terapije, ekonomske produktivnosti in feminizma, ki so se medsebojno prepletali in s tem ustvarili načela in metode za izvzemanje čustev iz sfere intimnega življenja in njihovo postavljanje v središče družbenega v obliki komunikacijskega modela. Komunikacijski model predstavlja čustva kot objekte, o katerih se razmišlja, razpravlja, pogaja in pogovarja. Kot pravi avtorica, sta terapija (z jezikom ekonomske odgovornosti) in feminizem preoblikovala čustva v mikro javne sfere, tj. v sfere delovanja podvržene javnemu pogledu, ki jih uravnavajo postopki govora ter vrednosti poštenosti in egalitarnosti (Illouz 2010). Terapevtska komunikacija čustvom odvzame kavzalnost, to je sposobnost, da nas nerefleksivno usmerjajo v vsakodnevnih situacijah. Številni postopki in metode za nadzorovanje in upravljanje čustev, ki jih - kot to prikazuje svetovalna industrija - lahko nadomestimo z ustreznimi standardnimi govornimi vzorci, kažejo na to, da se čustva vse bolj odmikajo od konkretnih in posameznih dejanj ter odnosov. Kot ugotavlja Šadl (2002, 61), ljudje pri tem, ko poskušamo čutiti, uporabljamo latentna pravila čustvovanja, s temi pravili pa je določena vrsta, intenziteta, trajanje in objekt ustreznih čustev in njihovega izražanja. Ko govorimo o pravih čustvovanja, govorimo pravzaprav o standardih, ki se jih uporablja v emocionalni komunikaciji in s katerimi določamo, kaj se utemeljeno pričakuje in kaj smo dolžni v »valuti« čustvovanja. Določajo torej kaj je primerno v vsakem odnosu (Šadl, 2002). Po Michael Sliverstini lahko govorimo o jezikovni ideologiji. »Jezikovna ideologija je niz samoumevnih idej in ciljev, ki jih ima skupina glede vloge jezika v družbenih izkustvih članov, ki prispevajo k izrekanju izraza te skupine. Jezikovna ideologija modernosti se tako utegne nahajati v tem posebnem verovanju v moč jezika, da nam pomaga razumeti in nadzorovati naše družbeno in čustveno okolje.« (Illouz 2010, 51–54).

4.3 Spletno zmenkarjenje

Pri oblikovanju sodobnih partnerskih odnosov igra vedno večjo vlogo splet. Oblikovanje intimnih odnosov, temelječih na spoznavanju v spletnem prostoru, je postala popularna praksa današnjega časa, ki se javlja kot odgovor na poznomoderne trende sodobne kapitalistične družbe. Tej novi kulturi zmenkovanja lahko rečemo tudi spletno zmenkarjenje, ki je poleg psihološko-svetovalne kulture bistven indikator racionalizacije čustvenosti.

Izjemno popularnost kulture spletnega zmenkarjenja lahko pripišemo tako ideji večje preglednosti in lažjega nadzora maritalnega trga, kot tudi prizadevanju za zmanjšanje negotovosti in tveganja pri izbiri partnerja. V virtualnem prostoru igra osrednjo vlogo posameznikov jaz, razbremenjen ovir telesnih interakcij. Spletno zmenkarjenje torej deluje na način izničevanja telesa, s čimer omogoča bolj celostno ekspresijo posameznikovega avtentičnega jaza. Tako je posamezniku omogočeno, da v relativno kratkem času spozna partnerja z zaželenimi značilnostmi. Na ta način splet deluje v smeri izpolnjevanja novih norm racionalne izbire. (Illouz 2010, Žakelj 2011).

Naj se za trenutek vrnem k prizadevanju za zmanjševanje negotovosti oziroma tveganja pri spoznavanju partnerja. Zdi se mi, da ravno tukaj leži temelj izjemne priljubljenosti spoznavanja partnerjev v virtualnem prostoru. V okviru kapitalistične logike, ki vsiljuje prepričanje o koristnosti delovanja, temelječega na racionalni izbiri, sta spletna tehnologija oziroma spletni prostor reprezentirana kot prostor, kjer uporabnik lažje nadzoruje trg možnosti izbir partnerjev. Na podlagi racionalne analize stroškov in koristi posameznik namreč oblikuje značilnosti, ki jih oseba mora posedovati, da bi z njo vstopil v interakcijo. Z jasno določenimi kriteriji se tako občutek nadzora veča, posledično pa se občutek negotovosti pri izbiranju partnerja zmanjšuje. Tisto, kar posamezniku omogoča večji nadzor, je torej dejstvo o jasno določenih kriterijih, ki omogočajo spoznavanje ustrezne osebe za oblikovanje partnerskega odnosa. Na podlagi tega posameznik lahko svobodno izbira, s kom in kdaj bo vzpostavljena komunikacija, kot tudi, kdaj bo komunikacija, v kolikor se izkaže kot nezadovoljujoča, prekinjena. Spletno zmenkarjenje zato razumemo kot kulturo, kjer se stikata procesa racionalizacije in komodifikacije partnerskih odnosov, čemur namenim več pozornosti nekoliko kasneje.

Naraščajoča popularnost spletnih zmenkov je ustvarila donosen posel, saj število spletnih strani za zmenke vedno bolj raste, skladno s tem pa raste tudi število uporabnikov teh strani. Kot navaja Illouz (2010), so spletne strani postale za zmenke najbolj razširjena kategorija

plačljivih vsebin na spletu, ki s spletnimi oglasi za zmenke v okviru internetne ekonomije ustvarjajo največji profit. In kako delujejo? Temelj spletne tehnologije je v intenzivni rabi psiholoških kategorij in podmen o načinih razumevanja jaza ter načrtovanja družabnosti na podlagi emocionalne združljivosti.

Kot primer si bomo ogledali spletno stran za zmenke eHarmony.com, najhitreje rastočo spletno stran, kot jo opiše Illouz (2010, 96-98). Slednja temelji na psihološko oblikovanem vprašalniku, ki posamezniku pomaga pri oblikovanju njegovega uporabniškega profila. Ta vprašalnik je tudi patentiran, saj eHarmony.com »zagotavlja«, da je stran drugačna, posebna in da je ravno ta vprašalnik pot do spoznavanja »pravega« partnerja, saj omogoča povezovanje uporabnikov, ki so si med seboj najbolj podobni in so s tem tudi najbolj združljivi. Ustanovitelj te spletne strani je klinični psiholog, dr. Nail Clark Warren, ki, kot sam trdi, z zbranimi znanstvenimi podatki, kot so življenjski slog, osebnost, upravljanje jeze ipd., lahko napove uspešnost zakonske zveze dveh uporabnikov. Vprašalnik je sestavljen iz približno 500 vprašanj. Po izpolnjenem vprašalniku sledi plačilo članarine, s čimer se začne iskanje »idealnega« partnerja. Tako oblikovan uporabniški profil je računalniška različica njegovega lastnika, ki se nato primerja s profili drugih uporabnikov, ki si delijo najbolj podobne značilnosti. Da bi posameznik lahko srečal »pravega« partnerja, mora torej najprej izkusiti procese introspekcije, samokarakterizacije, reflektivnega samoopazovanja, kot tudi artikulacije okusov in mnenj. Spletne strani za zmenke so zasnovane tako, da zahtevajo posameznikov objektivni opis samega sebe in povzetek posameznikovih idealov v ljubezni, pri partnerjih in v življenjskem slogu. Takšni postopki virtualne samopredstavitve in iskanja potencialnega partnerja izhajajo iz psihološkega prepričanja, ki je očitno, kot pravi Illouz (2010, 98-99), v vsaj treh aspektih:

1. V okviru virtualne samopredstavitve je jaz razbit na ločene kategorije osebnosti, mnenj, okusov in značaja, z drugim pa je soočen na osnovi ideje in ideologije psihološke in emocionalne združljivosti. Od posameznika se zahteva ogromno samoopazovanja in sposobnost artikulacije psihološkega profila sebe in drugega.
2. Objava profila pretvarja zasebni, intimni jaz v subjekt javnega, saj posameznikov zasebni jaz postane viden širši množici, ali bolj natančno, abstraktnemu in javnemu občinstvu.

3. Splet pri tem prispeva k tekstualizaciji subjektivnosti, torej k načinu samorazumevanja, v katerem je jaz opredmeten prek vizualnih sredstev reprezentacij in jezika.

Iz tega izhajajo štiri temeljne posledice. Najprej - in sicer, da bi posameznik srečal potencialnega partnerja, mora biti močno fokusiran nase in na svoje dojetanje lastnega jaza, ravno tako pa tudi na ideal samega sebe in na ideal drugega. Naslednjo posledico predstavlja sprememba vrstnega reda, ki je bila značilna za tradicionalna romantična razmerja, za katera je veljalo, da je privlačnost nastopila pred vednostjo o drugi osebi, v virtualnem prostoru pa se dogaja ravno obratno – tukaj vednost nastopi pred privlačnostjo oziroma pred fizično prisotnostjo. Pri spletnih zmenkih ljudje nastopajo v vlogi skupka značilnosti, ki predstavljajo temelj vstopanja v interakcijo, šele nato začne pozornost usmerjati k fizični prisotnosti. V okviru tega se jasno pokaže vloga racionalnosti, saj bomo v interakcijo vstopili na podlagi interesov oziroma koristi, ki jih lahko pridobimo od druge osebe. Tretja posledica je ta, da virtualno srečanje poteka pod okriljem liberalne ideologije izbire. Internetna tehnologija najbolj močno predstavlja pojem posameznikovega jaza kot izbirajočega in idejo, da bi romantično srečanje moralo biti rezultat najboljše možne izbire. Spoznavanje partnerja v virtualnem prostoru je torej organizirano znotraj klasične tržne strukture. In zadnja posledica tega je, da splet vsakega uporabnika spletnih strani za zmenke pozicionira na trg v tekmovanje z drugimi, saj je posameznik že s samo prijavo vključen v trenutno tekmovanje z drugimi, ki zanj predstavljajo konkurenco (Illouz 2010, 97–99).

Tehnologija interneta tako jaz pozicionira na protisloven način: po eni strani od nas zahteva, da se moramo obrniti globoko v notranjost, se pravi, da se osredotočimo na svoj jaz, da bi lahko ujeli in sporočili njegovo edinstveno bistvo v obliki okusov, mnenj, fantazij in čustvene združljivosti; po drugi strani pa internet iz jaza obenem naredi blago, ki je postavljeno na ogled javnosti. Postopek iskanja partnerja prek interneta je sočasno sovpadanje intenzivnega subjektivizma – ki privzame psihološko obliko – in objektivnega srečanja skozi tehnologijo in tržno strukturo spletnih strani. (Illouz 2010, 99).

4.3.1 Splet kot nov maritalni trg

Spletna tehnologija spretno združuje dve temeljni kulturni logiki, in sicer potrošniško logiko in logiko psihologije, pod okriljem katerih radikalizira idejo o iskanju najboljše kupčije za iskalca potencialnega partnerja tako v ekonomskem, kot tudi psihološkem smislu. Pri tem so

psihološke kategorije uporabljene za integracijo romantičnih srečanj v potrošniško logiko vedno bolj določenih in rafiniranih okusov. V okviru tega je potrošniška logika prisotna z namenom izboljšanja kakovosti potencialne ljubezenske kupčije, skladno s to pa spletna tehnologija spodbuja vedno večjo specifikacijo in rafiniranje okusa. V sferi zmenkovanja rafiniranje povezujemo z iskanjem načinov izboljšanja svojega položaja na trgu izbor. Iskalci partnerjev na spletu iščejo najbolj optimalno vrednost, hkrati pa s tem poteka tudi rafiniranje okusa, pri čemer se slednji nočejo zadovoljiti s vsakršno kupčijo, saj so prepričani, da vselej obstaja možnost za sklenitev še boljše kupčije. Lahko rečemo, da spletna tehnologija omogoča in celo spodbuja proces barantanja, saj je na spletu trg potencialnih možnosti realen in viden, ker si iskalci dejansko lahko vizualizirajo trg potencialnih partnerjev, medtem ko pa je trg potencialnih partnerjev v realnem svetu pravzaprav virtualen, nikoli popolnoma viden, lahko je samo predpostavljen in latenten (Illouz 2010, 105–107).

V okviru spletnega zmenkovanja predstavljajo virtualna srečanja pravzaprav ekonomske transakcije, saj se posameznik mora znati »tržiti« oziroma kar se da boljše »prodati« na trgu. Na spletu je iskanje potencialnega partnerja strukturirano po tržnih osnovah in formalizirano v obliki ekonomskih transakcij, kjer je posameznikov jaz predstavljen kot produkt, blago, vključeno v tekmovanje s konkurenco na odprtem trgu, le-ta pa je reguliran z zakonom ponudbe in povpraševanja. V okviru tega temelji fizično srečanje na nizu vnaprej določenih preferenc, sam postopek iskanja oziroma izbire partnerja pa je omejen s problemom učinkovitosti, pri čemer so srečanja z drugimi iskalci strukturirana po principu tržnih niš; uporabniškimi profilom (tj. njihovim lastnikom) so tako pripisane fiksne ekonomske vrednosti, ki delujejo tako, da pri uporabnikih spletnih strani za iskanje potencialnega partnerja, zbujejo skrb glede njihove vrednosti, ki si jo na tako strukturiranem trgu vselej želijo izboljšati. Na tem mestu v ospredje prihaja pomen racionalnega delovanja, saj se pri posamezniku javlja zavedanje o aspektih koristi in stroškov, tako v smislu časa, kot tudi v smislu želje po maksimizaciji značilnosti najdenega drugega. Za ponazoritev slednjega si bomo ogledali princip delovanja spletne strani za zmenke, natančneje za hitro ujemanje – match.com, ki jo zelo nazorno predstavi Illouz (2010).

Ta spletna stran oglašuje zmenke kot potrošno blago, saj oglas spominja na televizijsko oglaševanje potrošniških izdelkov: »Hitro ujemanje na internetu je nov, razburljiv način za zmenkovanje z lokalnimi samskimi osebami prek interneta iz vašega doma, pisarne ali sredi aktivnosti z vašim prenosnikom. Preden se boste štiri minute pogovarjali v živo po telefonu, boste videli fotografijo in profil vsake osebe, s katero boste šli na zmenek.« (Illouz 2010,

105). Uporabniki te strani morajo izbrati eno izmed seans, ki jih določajo fiksne ure in datumi – npr. petek, 18. maj ob 19. uri. Te seanse so predstavljene na način, ki ustreza tržnim nišam, saj so »oglaševane« samske osebe, ljubitelji potovanj, nedavno ločeni ipd. Po izbiri niše si posameznik rezervira svoj termin. Nato sledi pogovor s šestimi ljudmi, za vsak pogovor je predviden čas trajanja točno štiri minute. Po štirih minutah je razgovor avtomatično prekinjen, od uporabnika pa se zahteva, da izpolni kartico rezultatov, pri kateri se mora odločiti med tremi kategorijami, in sicer: da, ne in morda. Isti postopek sledi, dokler seansa šestih virtualnih srečanj ni zaključena. Jasno določena populacija in časovno omejena interakcija sta v tem primeru glavna pokazatelja, da je temelj hitrega ujemanja pravzaprav želja po maksimizaciji časa in učinkovitosti, saj uporabniki ne želijo po nepotrebnem izgubljati časa. (Illouz 2010, 105–106).

4.3.2 Virtualna bližina – vzpostavljanje intimnosti v okviru kulture spletnega zmenkarjenja

Nobena tehnologija ne omogoča tako dobro kot spletna tehnologija, da je posamezniku lahko prisoten »tukaj in zdaj«, čeprav je fizično odsoten. Spletna tehnologija predstavlja osvobajanje od fizične vezanosti na prostor, s čimer lahko dostopamo tudi na najbolj oddaljena »mesta« – lahko smo virtualno blizu, čeprav smo fizično daleč. Na tem mestu se mi poraja vprašanje, ali je graditev intimnosti v takih virtualnih, fizično oddaljenih odnosih sploh možna. Mnenja avtorjev so si glede tega vprašanja deljena.

Vzpostavljanje intimnosti v virtualnem prostoru je precej kompleksno in se nanaša tako na možnost za oblikovanje intimnega odnosa, ki ga povezujemo z racionalizacijo izbire, kot tudi na že doseženo raven intimnosti v spletnih odnosih. V tem smislu splet predstavlja orodje za ustvarjanje novih intimnosti. Tako po eni strani odnose v spletnem prostoru karakterizira dokaj hitra vzpostavitev intimnosti, saj odnosi temeljijo na samorazkrivanju, po drugi strani pa so odnosi v virtualnem prostoru razumljeni kot odnosi, kjer graditev intimnosti kot pristnega, realnega izkustva ni možna. Tisto, kar omogoča globino in pristnost emocij, je fizična, *face to face* interakcija, tj. telesni človeški stik. Iz tega izhaja, da je v virtualnem prostoru, kjer je interakcija osvobojena telesnosti, onemogočen razvoj globokih, intimnih in pristnih odnosov, saj se slednji lahko razvijejo le v realnem prostoru. Take odnose torej označuje brezglobinsko emocionalnega izkustva, saj so emocije brez svoje globine. To prepričanje se kaže tudi skozi različna poimenovanja odnosov, vzpostavljenih znotraj

spletnega prostora, in sicer jih označujejo kot ločene intimnosti, oddaljene odnose, odnose ločene povezanosti, hladne intimnosti ipd. (Šadl 1998, 67–69; Žakelj 2011, 42).

Ali kot pravi Bauman, druga plat virtualne bližine je virtualna oddaljenost oziroma paradoksalna narava istočasne bližine in oddaljenosti v samem odnosu. Posameznika v današnjem kompleksnem svetu vodi prepričanje, da za intimno bližino ni več potrebna fizična bližina, kot tudi, da fizična bližina ne pogojuje intimne bližine. Vendar je po drugi strani še vedno prisotna ideja o fizični bližini kot pogoju graditve intimnosti. Ti dve ideji sta si, kot vidimo, v nasprotujočem odnosu (Bauman 2006; Žakelj 2011, 43).

Pri tem se strinjam z mnenjem avtorja (Bauman 2006), da se v okviru kulture spletnega zmenkarjenja, pravzaprav odvijajo spremembe v dojetanju intimnosti, kot smo jo poznali v off-line odnosih. Lahko govorimo o virtualni bližini kot pojavu intimnosti v kiberprostoru. Virtualna bližina namreč spreminja človeško interakcijo, spreminja vstop v partnerske odnose, kot tudi dojetanje samih odnosov, ki postajajo bolj intenzivni, vendar površni, krhki in lahko (hitro) zamenljivi. Iz tega izhaja, da odnose vzpostavljene v spletnem prostoru lahko razumemo kot odnose, v katerih je pravzaprav prisotna visoka stopnja intimnosti, saj taki odnosi po navadi temeljijo na samorazkritju posameznikovega jaza, in pričakovanju o razpravljanju o bolj globokih, intimnih temah. »Potreba po hitrem doseganju intimnosti izvira iz dinamične narave kibernetkega prostora: odnosi, ki se oblikujejo on-line, se navadno hitro razvijajo, prav tako pa tudi hitro končajo« (Žakelj 2011, 43).

Kot vidimo, se intimnost v spletnih odnosih razvija na drugačen način kot v realnem svetu, saj izhaja iz samorazkritja, zaradi česar je potrebno relativno malo časa za njeno vzpostavitev. Če se slednja razvija po drugačnih principih kot v nevirtualnem prostoru, to še ne pomeni nezmožnosti njenega vzpostavljanja v spletnih odnosih. Bistvo je v njeni spremenjeni naravi, pa tudi v samem dojetanju slednje. (Bauman 2006, 78–82; Žakelj 40–43).

Tudi pojav virtualne bližine je posledica sodobnih pogojev življenja, saj se njene značilnosti zlivajo z značilnostmi fluidnega sodobnega časa. Virtualna bližina in oblikovanje odnosov, temelječe na njej, je postalo zelo priljubljeno, ker predstavlja vznemirjenje in zahteva mnogo manj truda in napora kot izkustvo delitve skupnega doma, tj. fizičnega prostora. Razen tega je prednost spletnega zmenkarjenja tudi v njegovi neobvezujoči naravi, saj se posameznik lahko brez slabe vesti ne odzove na poziv za komunikacijo oziroma iz nje v vsakem trenutku lahko svobodno izstopi. Ravno ta odsotnost strahu pred posledicami, ki jih s seboj prinašajo zmenki »v živo«, je tisto, kar spletno zmenkarjenje naredi še posebej privlačno. Ali kot pravi avtor

(2006), »tako se posameznik lahko v vsakem trenutku počuti, kot da gre v nakupovanje partnerja na spletu. To je videti ravno tako, kot da obračamo strani kataloga za naročanje po pošti, z zavedanjem, da nam ni treba kupovati, kot tudi z garancijo, da lahko v vsakem trenutku blago vrnemo, če nismo zadovoljni z njegovo uporabo. Tisto, kar trgovski centri pomenijo za obstoj vsakodnevnega življenja, to spletni zmenki pomenijo za pogajanje o partnerstvu.« (Bauman 2006, 83). Bauman torej spletno zmenkovanje vidi kot sledenje sodobni zahtevi po racionalni izbiri, ki je vedno bolj prisotna tudi na področju intimnih partnerskih razmerij (Kuhar in drugi 2010, 46).

Tako virtualen prostor, znotraj katerega poteka kultura spletnega zmenkarjenja, izpolnjuje nove standarde in norme racionalne izbire.

4.3.3 Spletne romance – odklon od romantične ljubezni

Več kot očitno je, da internetna tehnologija povzroča radikalen odklon od tradicionalne kulture romantične ljubezni, ki je označevala veliko večino devetnajstega in dvajsetega stoletja. Romantična ljubezen - ki jo določa edinstvenost, saj v posameznikovo življenje vstopi nenapovedovano in nepričakovano, kot edinstven dogodek, ki je težko razložljiva in predvsem iracionalna in ki je sprožena že po prvem srečanju in ponavadi ne temelji na kognitivni vednosti o drugi osebi - v posameznikovo vsakodnevno življenje vnaša nemire in pretrese. Spletne romance temeljijo na povsem drugačnih principih, s čimer radikalno spreminjajo oblikovanje intimnih odnosov, s tem pa tudi njihovo dožemanje.

Romantično ljubezen je vodila ideologija spontanosti, medtem ko splet zahteva strogo racionaliziran način izbire partnerja, ki je v totalno nasprotujočem si odnosu z nepričakovano romantično ljubeznijo. Razlikovanje je prisotno tudi v razumevanju fizične prisotnosti, romantična ljubezen je temeljila na fizični privlačnosti dveh materialnih teles, nasprotno pa so spletne romance brez telesnosti, saj temeljijo na breztelesni tekstovni komunikaciji. Racionalno iskanje in racionalno izbiranje sta torej v ospredju spletnega zmenkarjenja. Naslednja razlika je očitna v razumevanju interesov, pri čemer romantična ljubezen predpostavlja odsotnost kakršnih koli interesov, tj. popolno ločevanje med sfero instrumentalnega delovanja in sfero čustev. Nasprotno temu daje spletna tehnologija bistven pomen tako vednosti o drugih, kot vednosti o sebi, s čimer povečuje instrumentalizacijo spletnih zmenkov. Splet torej deluje tako, da vednost in interese postavlja v odločilno pozicijo, občutkom in čustvom pa bistveno zmanjša vlogo. Naslednja razlika je vidna v

pojmovanju ideje o edinstvenosti osebe, v katero smo se zaljubili, ki je spremljala romantično ljubezen. Romantična ljubezen je temeljila na ekonomiji redkosti, iz katere je izhajala ideja o edinstvenosti osebe, v katero se je posameznik zaljubil. Ravno obratno s spletom upravlja ekonomija obilja in zamenljivosti, pri čemer je več kot očiten vpliv kapitalistične logike. Osnovni principi delovanja množične potrošnje so tako s spletno tehnologijo vpeljani na področje romantičnih srečanj v virtualnem prostoru. Spletni zmenki se tako odvijajo pod delovanjem ekonomije obilja, ideje o neskončni izbiri, želje po maksimizaciji učinkovitosti, kot tudi pod vplivom racionalizacije, selektivnega delovanja in standardizacije. Tako smo v današnjem svetu, kot trdi Illouz, priča spreminjanju romantičnih razmerij v blago, izdelano na tekočem traku, ki naj bo konzumirano hitro, učinkovito, v velikem obilju in z minimalnimi stroški. Vodilo razmerij so zopet postali interesi, ki jih narekuje trg, čustva pa so potisnjena v ozadje. Pod vplivom spletne tehnologije, pod katerim se dogaja proces racionalizacije čustev in ljubezni, se dojemanje intimnih odnosov radikalno spreminja, saj so slednji vse bolj prežeti s principi delovanja kapitalistično-potrošniške logike. (Bauman 2006, 7; Illouz 2010, 94–111).

4.4 Percipiranje intimnih odnosov kot blaga

V procesu ustvarjanja globalne kapitalistične družbe je prevladujoča logika racionalnosti prežela vse sfere delovanja posameznikovega sveta, vključno z emocionalno. Ravno tako je odpravila vse, kar se ni ujemalo z načelom koristnosti, učinkovitosti, predvidljivosti, urejenosti in sistematičnosti. (Šadl 2002, 64). Emocionalne izmenjave, med katere spadajo tudi sodobni partnerski odnosi, so postale brezglobinske, površne, mehanične, standardizirane in rutinizirane. Množična načela potrošnje, ki so globoko prodrla v sfero intimnih odnosov, so slednje spremenila v potrošno blago, v blago za kratkotrajno uporabo. Take odnose vodi racionalna logika maksimizacije profita. Bauman v takšni kulturi potrošnje, v kateri vladajo produkti za instantno uporabo in trenutno zadovoljstvo, razume ljubezen kot obljubo pretvoriti izkustvo ljubezni v potrošno blago in kot obljubo, da za rezultate ni potreben poseben trud. (Bauman 2006, 7; Šadl 1998, 64).

Bauman (2009) izkustvo ljubezni oziroma partnerskega odnosa ponazori z obiskom trgovskega centra. Za trgovske centre je značilno, da z različnimi oglasi, marketinškimi motivi in simboli prepričujejo potrošnika v nakupovanje. Dizajnirani so na podlagi ideje o kratkotrajnosti in hitrem spreminjanju potrošniških želja, in ne na podlagi dolgotrajnega

oblikovanja in negovanja potrošnikovih hrepenenj oziroma ljubezni do določenega produkta. Edina želja, ki mora biti vnaprej oblikovana in »vgrajena« v obisk trgovskega centra je, da se pri potrošniku vedno in znova porajajo nove želje za kupovanjem potrošniških izdelkov. Ravno ta kratkotrajnost želje je tisto, kar ji daje prednost pred hrepenenjem po določenem izdelku, saj želja nastane tukaj in zdaj, zaradi široke palete izbir, pa tudi hitro izgine in namesto nje nastane nova. Kratkotrajna želja ne pušča za sabo negativnih posledic, če ni izpolnjena, saj imamo še nešteto drugih možnosti izbire. Če je puritantska etika spodbujala asketizem in zmernost, današnja potrošniška logika spodbuja hedonizem, kratkotrajne užitke, eksperimentiranje, vznemirjenje in zabavo, kar se prenaša tudi v sfero intimnih odnosov. (Bauman 2006; Šadl 2002).

V primeru partnerskih odnosov pustiti, da nas vodi želja in ne ljubezen pomeni, da puščamo možnost za vstop drugih »romantičnih« razmerij v naša življenja, za katera verjamemo, da so lahko bolj izpolnjujoča in zadovoljujoča. Nikoli si torej popolnoma ne zapremo vrata pred boljšim produktom. In ravno ta potrošniška logika, v kateri nas vodijo kratkotrajne želje, je vse bolj značilna za današnja partnerska razmerja, saj se zdi, da nas ljubezen zavezuje, s čimer nam odvzame svobodo – prav slednjo pa nam svetovalna kultura predstavlja kot najvišjo vrednoto. Zavezanost ljubezni posameznik vedno bolj razume kot prelaganje zadovoljstva, ki je prikazano kot za nas največje dobro, h kateremu moramo vsakodnevno težiti. Prav tako je ljubezen povezana s skrbjo in pogajanjem, kot tudi s težkimi odločitvami in kompromisi, pri čemer ostajamo brez zagotovljenih rešitev in koristi. (Bauman 2006, 28–29)

Torej, ko posameznika v partnerskih odnosih vodi želja, se sam odnos odvija po principu nakupovanja in ne zahteva nobenih posebnih veščin, razen skromne veščine povprečnega potrošniškega izkustva, saj je partnerstvo predstavljeno ravno tako kot ostali potrošniški izdelki – kot blago za enkratno uporabo, ki ga moramo konzumirati tukaj in zdaj, brez kakršnih koli predsodkov. Tak partnerski odnos označuje zamenljivost, saj ga, v primeru, da z njegovo uporabo nismo zadovoljni, lahko zamenjamo z novo, bolj izpolnjujočo »robo«. Tudi v primeru, da se odnos izkaže kot zadovoljujoč, se od njega ne pričakuje dolgotrajna uporaba, saj kot vsako blago, tudi partnerski odnos zamenjamo takoj, ko se pokaže možnost nove, bolj napredne verzije. Trajanje vsakega intimnega odnosa je torej pogojeno s koristmi, ki jih prinaša za enega izmed partnerjev. Takoj ko stroški postanejo previsoki in koristi prenizke, partnerskemu odnosu sledi razpad. Zato sodobne partnerske odnose spremlja konstantna negotovost, saj partnerja nikoli nista prepričana v pravilnost svojih odločitev, ker zmeraj obstaja možnost, da je z izbiro sedanjega partnerja bila zamujena prilika za boljši odnos.

Tisto, kar to negotovost (še) povečuje, je zavest o tem, da drugi partner lahko kadar koli svobodno izstopi iz odnosa in da mi na to nimamo nobenega vpliva. V intimnem odnosu je namreč? vselej prisotno zavedanje o tem, da partner drugega partnerja percipira kot blago, s katerim skuša maksimirati koristi in zmanjšati stroške. Prevladujoča potrošniška logika torej sproža percepcijo partnerja kot objekta potrošnje, o katerem presojava po principu blaga oziroma po količini zadovoljstva, ki nam ga lahko ponudi. Tak odnos ima vse značilnosti ekonomske transakcije, o katerih govori tudi Illouz (2010), kjer investiranje v odnos ne zagotavlja profita, temveč povzroča negotovost. A občutek negotovosti v partnerski zvezi ima za zvezo destruktivne posledice. (Bauman 2006, 27–35).

Očitno je, da so v kapitalistični družbi, gotovo vsi odnosi, vključujoč tudi intimne, pogojeni s koristmi za vse vključene, slednje pa pogojujejo njegovo trajanje. Zdi se, da je partnerskih razmerij tipa »dokler naju smrt ne loči« in »v dobrem in slabem« konec, saj nam trg ponuja neskončno možnosti izbir, kjer lahko zmeraj dobimo več »dobrega«. Iz tega izhaja ideja, da mora posameznik biti zelo pozoren pri količini vloženega truda in emocij v partnerski odnos, saj nima nobenega zagotovila o recipročnosti razmerja – en partner se lahko zaveže odnosu, vendar ima drugi partner zmeraj svobodno voljo izstopiti iz razmerja. To prepričanje vedno bolj diktira posameznikovo obnašanje v intimnem odnosu, zaradi česar odnosi postajajo krhki, labilni, površni in kratkotrajni. (Giddens 2000, Bauman 2006).

5 EMPIRIČNI DEL

V petem poglavju magistrskega dela se posvetim empirični obravnavi izbranega problema. Poglavje sestavljajo dve temeljni podpoglavji, pri čemer prvo podpoglavje vsebuje formulacijo problema, kratko predstavitev empiričnega okvira in utemeljitev izbrane metode, medtem ko je drugo podpoglavje namenjeno analizi in interpretaciji pridobljenih podatkov.

5.1. Formuliranje problema

Cilj magistrskega dela predstavlja raziskovanje fenomena racionalizacije intimnih partnerskih odnosov, s katerim želim priti do celovitega razumevanja izbranega problema. Zanima me, kako v okviru procesa racionalizacije intimnih partnerskih odnosov poteka oblikovanje slednjih, ter kakšne so značilnosti tako oblikovanih odnosov. Ker me zanimajo predvsem partnerska razmerja, ki so se obdržala in so v ne-virtualnem svetu funkcionalna, raziskujem tudi skozi katere elemente proces racionalizacije vpliva na ohranjanje uspešnega partnerskega odnosa.

Pri raziskovanju izbranega problema, kot primer racionaliziranih partnerskih odnosov, raziskujem intima partnerska razmerja oblikovana na podlagi spletnega zmenkarjenja, saj je slednje, poleg psihološko-svetovalne kulture bistven indikator racionalizacije čustvenosti.

5.2 Metodološki okvir

Za raziskovanje procesa racionalizacije intimnih partnerskih odnosov, sem uporabila kvalitativno metodologijo, saj le-ta ustreza analizi procesa oziroma poteka določenega dogajanja (Flere 2000, 37). Podatke o izbranem problemu sem pridobila s pomočjo osebnih pol strukturiranih poglobljenih intervjujev, ki jim je sledila kvalitativna analiza in interpretacija.

Vzorec, ki sem ga pridobila z metodo snežne kepe, vključuje 2 ženski in 1 moško osebo z izkušnjami intimnih partnerskih razmerij oblikovanih na podlagi spletnega zmenkarjenja. Metoda snežne kepe je metoda, kjer sodelujoče v raziskavi zaprosimo, da nas seznanijo s svojimi znanci, glede na tematiko raziskovanja (Kvaternik 2013, 9). V mojem primeru to pomeni, da sem na začetku razpolagala le z eno preteklo uporabnico spletnih strani za spoznavanje partnerjev, ki sem jo prosila za pomoč pri razširitvi vzorca. Zaradi občutljivosti

tematike sta dve osebi zavrnili sodelovanje, zato vzorec raziskave ni zadosten za teoretično nasičen opis, vendar pa kljub temu – omogoča dovolj diferenciran in bogat opis izbranega problema. Vzorec zajema populacijo med 25. in 34. letom starosti.

Z namenom pridobivanja podatkov o izbranem problemu, sem se s sodelujočimi v svoji raziskavi pogovarjala o naslednjih temah:

- Nameni uporabe spletnih portalov za spoznavanje potencialnih partnerjev
- Značilnosti spletne komunikacije
- Oblikovanje intimnosti v virtualnem prostoru
- Prehodi v off-line srečanja
- Oblikovanju partnerske zveze v fizičnem prostoru
- Oblikovanje intimnosti v fizičnem prostoru
- Komunikacija v partnerskem odnosu

5.2.1 Utemeljitev izbrane metode

Kvalitativna raziskava je raziskava, pri kateri osnovno izkustveno gradivo sestavljajo besedni opisi ali pripovedi, in v kateri je to gradivo analizirano na beseden način in brez uporabe merskih postopkov, ki dajejo števila (Mesec 1998, 26). „Kvalitativni pristop je namenjen doseganju sveta „tam zunaj“ in razumevanju, opisovanju ter razlagam družbenih fenomenov „odnotraj“ (Kvale 2007), v tem primeru s pomočjo analize izkušenj posameznikov“ (Žakelj 2011, 101). Kvalitativno raziskovanje stremi k intenzivnemu kontaktu z vsakdanjimi situacijami, torej s situacijami, ki so običajne in ki odražajo vsakdanje življenje družbenih akterjev. Temelji na raziskovanju tega, kako posamezniki razumejo in se odzivajo na vsakdanje dogodke v določenih situacijah (Kordeš in Smrdu 2015, 15).

Temeljna zahteva kvalitativnega raziskovanja je ta, naj raziskovalec prisluhne ljudem, ki jih raziskuje. Iz tega izhajajo tri osnovna načela kvalitativnega pristopa, in sicer:

1. Raziskovalec naj bi svoja prizadevanja usmeril na stvarne življenjske probleme ljudi,

2. Raziskovalec naj bi pri raziskovanju bil sprejemljiv in odprt za pridobivanje vsestransko različnih podatkov o raziskovanih, in ne zgolj za podatke, ki so pomembni z vidika njegove teorije,
3. Subjekti raziskovanja naj bi bili proučevani v njihovem vsakdanjem življenjskem kontekstu (Mesec 1998, 28).

5.2.1.1 Raziskovanje stvarnih življenjskih problemov ljudi

Kot ugotavlja Mesec (1998), načelo raziskovanja stvarnih življenjskih problemov ljudi vsebuje dva motiva. Prvi, teoretični motiv, vključuje zahtevo o zastavitvi hipoteze, ki logično izhaja iz teorije in jo je treba preveriti. Drugi, praktični motiv, vključuje željo po obvladovanju in reševanju praktičnih problemov. Ker temelj kvalitativnega pristopa predstavljajo predvsem stvarni, vsakdanji problemi ljudi, in ne toliko teoretični problemi posamezne vede, naj bi raziskovalec izbral problem, ki je pomemben za ljudi, ki so udeleženi v raziskavi. (Mesec 1998, 29).

Skladno s to zahtevo sem tudi sama raziskovala stvarne, vsakdanje *probleme* ljudi, pri čemer sem upoštevala njihov pogled in doživljanje konkretnih situacij. V tem smislu so me zanimale zgodbe ljudi in njihove izkušnje oblikovanja intimnih partnerskih odnosov, temelječih na spletnem zmenkarjenju, kot pokazatelju procesa racionalizacije partnerskih razmerij. Pri tem se stvarnost raziskovanja izbrane problematike nanaša na splet kot nov maritalni trg, kjer je „iskanje“ partnerjev zasnovano po klasičnem principu kapitalistične tržne logike. V kontekstu spletnega zmenkarjenja je metafora trga uporabljena za ekonomski vidik izbire in kupovanja, kot tudi prodajanja, pogajanja in izmenjave (Žakej 2011, 134). Za spletno zmenkarjenje Heino (2010) uporablja izraz *relationshopping*, ki slikovito prikazuje princip tržnega delovanja spletnega maritalnega trga. Ravno tako pa me je zanimalo tudi kako proces racionalizacije vpliva na ohranjanje uspešnih razmerij, ko so le-ta že oblikovana.

5.2.1.2 Odprtost za vsestransko raznolične podatke o subjektih raziskovanja

„Odprtost za raznolične podatke o družbeni stvarnosti je temeljni pogoj znanstvene objektivnosti“ (Mesec 1998, 31). V tem smislu naj se raziskovalec ne bi omejeval samo na raziskovanje tistih vidikov problematike, ki so zanimivi s stališča teorije, ampak naj bi bil odprt za različne vidike, kar vključuje tudi vidike, ki niso relevantni samo in zgolj iz vidika

določene teorije. To pomeni, da raziskovalec mora biti pozoren na vsakršno dogajanje na strani subjektov raziskovanja, tudi če ga ne more umestiti v določeno teorijo. Raziskovalčeva pozornost naj bi bila enakomerno porazdeljena na različne aspekte, s čimer naj bi zavzel vlogo pozornega poslušalca in opazovalca. Raziskovalec se torej ne sme omejiti zgolj na teorijo in preverjanje slednje, ampak mora biti odprt za širino informacij, ki jih bo pridobil od intervjuvancev. Skladno s tem sem tudi sama bila odprta za raznovrstnost informacij, ki so jih intervjuvanci delili z menoj. (Mesec 1998, 31–32).

5.2.1.3 Raziskovanje družbenih celot v njihovem kontekstu

Mesec (1998) tretjemu načelu pripiše dva pojma – pojem celote in pojem konteksta. Raziskovalec bi si moral vedno prizadevati, da bi videl preučevanega holistično, se pravi v povezavi z njegovim celotnim načinom življenja, da bi nato lahko pomen pridobljenih informacij videl v širšem smislu. Pri tem ključno vlogo igra kontekst, saj je vsak posameznik neločljivo povezan s svojim družbeno-kulturnim okoljem, ki hkrati predstavlja družbeno-kulturni kontekst njegovega življenja in delovanja. Ta kontekst močno določa njihovo vedenje in doživljanje sveta. Zato naj bi raziskovalec strmel k pridobivanju celostnega vpogleda v kontekst preučevanega, v njegovo logiko, pravila in samo ureditev (Kordeš in Smrdu 2015, 15). Subjekte tako moramo raziskovati v njihovih vsakdanjih okoljih, saj slednje omogoča ohranjanje kompleksnosti vsakdanjih, stvarnih situacij, ki nam daje širša spoznanja, ki so tudi bolj relevantna za prakso (Mesec 1998, 33–35).

Skladno s tem je raziskovanje potekalo v vsakdanjih okoljih intervjuvancev. Intervjuvanje je potekalo na mestu, ki ga je izbrala intervjuvana oseba. Tako sta dva intervjuja potekala v udobju intervjuvančevega doma, medtem ko sem se z enim od sodelujočih pogovarjala v lokalu po njegovi izbiri. Čas intervjuja je prav tako bil prilagojen prostem času intervjuvanca. Intervjuji so trajali v časovnem razponu od 30 do 90 minut in so bili zapisani s pomočjo avdio zapisa. Avdio zapisi so mi omogočili transkripcijo intervjujev, transkripte intervjujev pa prilagam v prilogi.

5.3 Prikaz rezultatov

Sodelujoče v raziskavi predstavljajo dve pretekli uporabnici in eden pretekli uporabnik spletnih strani za spoznavanje partnerjev, ki so s pomočjo uporabe tovrstnih spletnih strani oblikovali partnerska razmerja. Sodelujoči so stari med 25 in 34 let, in imajo univerzitetno izobrazbo. Zaradi zagotavljanja anonimnosti, bom intervjuvance poimenovala drugače, in sicer Ema (25), Nina (27) ter Bor (34). Vsa partnerska razmerja, ki sem jih raziskovala trajajo več kot tri leta, in jih vsi sodelujoči ocenjujejo kot izjemno uspešne, kar dokazuje učinkovitost spleta pri izbiri »najbolj primerne« partnerja. Učinkovitost pri izbiranju potencialnega partnerja dokazuje tudi to, da so vsi intervjuvanci izpostavili več prednosti spleta kot orodja za spoznavanje partnerjev, saj kot pravi Ema (25) je »prednost definitivno to, da iz udobja domača kavča lahko izbiramo iz široke palete možnih kandidatov za partnersko zvezo, hitro lahko načnemo tudi teme, ki so pri mnogih še vedno tabuizirane, lažje vzpostavimo komunikacijo s ciljno populacijo, saj je na enem mestu zbrano večje število subjektov, tako da obstaja večja možnost, da bomo našli nekoga, ki nam bo dejansko ustrezal.«

Rezultati pridobljeni z intervjuji, so potrdili tezo o močnem vplivu racionalizacije pri oblikovanju in nadaljnjem ohranjanju »zdravih« partnerskih odnosov. Zanimalo me je predvsem kako proces racionalizacije vpliva na oblikovanje partnerskih odnosov, kot tudi kako racionalizacija vpliva na ohranjanje »uspešnih« partnerskih odnosov, ki so bili oblikovani v virtualnem prostoru in so kasneje preneseni v realnost.

S pomočjo intervjujev sem dobila uvid v elemente preko katerih se kaže prisotnost racionalizacije tako pri oblikovanju partnerskih odnosov v spletnem prostoru, kot tudi pri ohranjanju njihove »uspešnosti«. Preden se lotim bolj poglobljene analize, najprej na kratko izpostavljam glavne elemente preko katerih racionalizacija vpliva na oblikovanje in ohranjanje partnerskih odnosov. Elemente, ki jih predstavljam v nadaljevanju izpeljujem na podlagi analize sekundarnih virov opravljene v teoretičnem delu, pri čemer izhajam iz strokovnih del naslednjih avtorjev (Giddens 2000; Illouz 2010; Salecl 2010; Šadl 1997; Šadl 1998; Šadl 2002; Šadl v Luthar 2014):

- **Refleksivno samozavedanje**

V današnji družbi smo ljudje vedno bolj nagnjeni k refleksivnemu samozavedanju, saj nenehno premišljujemo in razglabljamo o naših notranjih stanjih; željah, čustvih, občutkih, prioritetah ipd. Poglobljeno torej analiziramo lastno osebnost in želje, taka poglobljena analiza pa nam omogoča lažjo izbiro »pravega« partnerja, saj točno »vemo« kakšnega partnerja potrebujemo za oblikovanje srečnega partnerstva.

- **Vrednostna racionalizacija osebnosti (lastne in tuje)**

Vrednostna racionalizacija osebnosti v primeru našega izbranega problema predstavlja izbiranje potencialnega partnerja, ki temelji na racionalni osnovi. Izbira partnerja tako izhaja iz že v naprej določenih osebnostnih značilnosti potencialnega partnerja, saj verjamemo, da le izbrane značilnosti ustrezajo naši osebnosti, kar naj bi nam omogočilo oblikovanje uspešnega partnerstva. Vrednostna racionalizacija osebnosti pri izbiri partnerja je jasen pokazatelj tržne narave oblikovanja partnerskih odnosov, saj temelji na sledenju racionalno zastavljenim merilom izbire, kot osnovi tržnega principa delovanja.

- **Povišana stopnja nadzora**

Glede na tematiko mojega raziskovanja, se povišana stopnja nadzora nanaša predvsem na nadzorovanje samopredstavitve in komunikacije na spletnih straneh za spoznavanje partnerjev. Povišana stopnja nadzora v tem primeru izhaja iz vrednostne racionalizacije osebnosti, nekoliko bolj podrobno pa o tem spregovorim v naslednjem poglavju.

- **Lastno trženje na spletnih portalih za spoznavanje partnerjev**

Posamezniki so na spletnih straneh za spoznavanje partnerjev pod nenehnim pritiskom, saj so izpostavljeni veliki konkurenci, kar jih »sili« k nenehnemu povečevanju lastne vrednosti na trgu možnih izbir.

- **Refleksivno zavedanje čustev ter sposobnost njihove artikulacije in upravljanja**

V potrošniški družbi čustva predstavljajo entitete, ki so predmet nenehnega opazovanja, saj o njih nenehno premišljujemo, razpravljamo in se pogajamo (Šadl 1998).

Iz tega izhajata dve »spretnosti«, in sicer:

- Sposobnost refleksivnega čustvenega upravljanja, pri čemer znanje o emocijah in njihovem upravljanju igra čedalje večjo vlogo. Zelo pomembna postaja sposobnost izbire »pravega« čustva za »pravo« priložnost, kar čustva spreminja v preračunljive predmete (Illouz 2010).

➤ Lingvistično upravljanja čustev je naslednja spretnost, ki se nanaša na izjemen pomen komunikacije v skoraj vseh sferah posameznikovega življenja, še posebej pa je pomembna za ohranjanje »zdravega« partnerskega odnosa, saj je čustva treba nenehno verbalno izražati.

- **Ocenjevanje izbire partnerja**

Ocenjevanje izbire lahko povežemo z novimi občutki odgovornosti za doseganje (ne)uspešnega partnerskega razmerja, kar posameznika vodi k nenehnem opazovanju odnosa in prespraševanju o boljših možnostih izbire partnerja. Pri tem v ospredje prihaja tržno načelo zamenljivosti, saj je trajanje odnosa pogojeno s prinašanjem koristi obema partnerjema.

- **Sledenje načelom samorealizacije**

Vedno bolj popularna ideja o samouresničitvi nas spodbuja k percepciji partnerskega odnosa kot prostora za možno samorealizacijo. Še več, partnerstvo naj bi tudi samo bilo prostor samorealizacije, saj naj bi uspešno partnerstvo po idejah svetovalne kulture, predstavljalo najvišjo stopnjo srečnega življenja, ki se jo trudi doseči vedno več ljudi.

5.3.1 Analiza pridobljenih podatkov

V nadaljevanju s kvalitativno analizo pridobljenih podatkov, bolj podrobno predstavim zgoraj navedene elemente, ki kažejo na prisotnost racionalizacije v partnerskih odnosih.

Z intervjuji sem torej ugotovila, da racionalizacija v veliki meri spodbuja reflektivno samozavedanje. Na podlagi pridobljenih podatkov ugotavljam, da iz reflektivnega samozavedanja, ki predpostavlja nenehno prespraševanje o tem kdo smo in kaj hočemo, izhajajo tudi vsi nadaljnji elementi racionalizacije, saj nam ravno poglobljeno samozavedanje omogoča nenehno kalkulacijo in ocenjevanje lastnih potreb in koristi.

Iz reflektivnega samozavedanja, ki temelji na poglobljeni analizi lastne osebnosti in skladno z njo - lastnih želja izhaja tudi vrednostna racionalizacija osebnosti partnerja, saj so naši podatki pokazali, da so vsi trije pretekli uporabniki spletnih strani za spoznavanje partnerjev, imeli zelo jasno izoblikovane kriterije glede izbire potencialnega partnerja, kot tudi glede samega začetka komunikacije:

Pristala sem na komunikacijo samo, če mi je fant bil vizualno simpatičen, če je bil samski, če njegov kraj bivanja ni bil preveč stran od mojega in tudi če starostna razlika ni bila prevelika. Zelo pomembno mi je bilo tudi s čim se ukvarja, kakšne ima interese, ker iz tega že lahko malo sklepaš kako razmišlja. Pomembno mi je, da je fant razgledan. Če so vse te stvari bile izpolnjene, sem se začela dopisovati, če ne pa sploh nisem odgovarjala, saj nisem hotela po nepotrebnem izgubljati časa. (Nina).

Podobno pravi tudi Ema: »Komunikacijo sem začela samo z osebami, ki so imele podobne interese, kot sem jih imela v tistem času tudi sama. Če oseba ni imela fotografije na profilu, recimo sploh nisem odpisala, če mi fant ni bil najbolj privlačen, se je tudi komunikacija težko razvila, saj nisem imela interesa. Pomembna mi je bila tudi starost.«

Bora pa je za začetek komunikacije morala pritegniti vizualna podoba, naslednje najbolj pomembno izpostavlja hobije: » Meni je vedno bila najbolj pomembna fotografija, šele nato interesi oziroma hobiji. Brez teh dveh stvari ni šlo.« (Bor).

Iz zgoraj navedenega je razvidno tudi, da so vsi trije uporabniki poudarjali velik pomen fotografije oziroma fizičnega izgleda osebe na drugi strani, kar lahko povežemo z marketinško logiko tržnega delovanja, saj nas po tej logiki mora najprej pritegniti zunanost »izdelka«, da bi se sploh poglobili v njegove značilnosti.

Vrednostna racionalizacija osebnosti se pokaže kot ključna tako za začetek komunikacije, kot tudi za vstop v partnersko zvezo: »Odločil sem se, ker me je izjemno privlačila njena osebnost, intelekt, imela sva zelo podobne poglede na vse zame pomembne življenjske stvari in na podlagi tega sem vedel, da obstajajo ogromne šanse, da bova zelo dobro funkcionirala kot par. Dobro sem ocenil.« (Bor).

Tako sledenje racionalno zastavljenim merilom izbire spodbuja tržno naravo oblikovanja partnerskih odnosov, saj se na podlagi v naprej določenih značilnosti odločamo, kdo je in kdo ni potencialni »pravi« partner za oblikovanje razmerja. Tržen način izbiranja partnerja je tipičen primer principa potrošnje, saj tako potencialnega partnerja, kot tudi potencialno partnerstvo, vidimo kot potrošniški produkt, ki naj bi nam prinesel določene koristi in ki ga lahko, v primeru da nam ne nudi več teh koristi, zavržemo. V tem primeru uporabniške profile lahko razumemo kot racionalno odzivanje na zakonitosti partnerskega trga, kjer so srečanja organizirana pod okriljem ideologije izbire. Vse to spodbuja komodifikacijo partnerskih odnosov, saj na odnose čedalje bolj gledamo kot na stvari, kvantificirane znotraj neke merske lestvice (Illouz 2010).

Prevladujoča ideja obilja in zamenljivosti je vidna tudi v neobvezujoči naravi spletnih odnosov, saj kot poudarja Nina, prekinitev spletnih stikov poteka brez posledic: » Na spletu je tudi večja izbira, lahko se odločiš za tisto osebo za katero se res hočeš, če ti oseba ni všeč, lahko preprosto prekineš stike, brez večjih posledic.« (Nina). Neobvezujoča narava spletnih odnosov odnosom odvzame globino, kot posledica tega pa nastajajo površinski in mehanski spletni odnosi.

Prav tako na površnost in brezglobnost spletnih odnosov nakazuje odgovori sodelujočih na vprašanje o primerljivosti oblikovanja intimnosti v virtualnem in fizičnem svetu:

» Ne, nikakor ni primerljiva. Intimnost na spletu ne morem enačiti z intimnostjo v živo. Preko spleta gre vse nekako za površinski odnos, za neko odkrivanje, spoznavanje. Seveda lahko poveš svoje težave in dobiš neko tolažbo, vendar to ni enak občutek kot pri stiku v živo.« (Nina).

Podobnega mnenja je tudi Ema: » Ne zdi se mi primerljiva, a definitivno omogoča nek zametek in začetek intime med dvema osebama. Intelektualno se jo še da razviti v spletnih prostorih, vse ostale intimnosti pa se razvijejo lahko do določene mere, saj se intimnost po mojem mnenju povezuje z zaupanjem, ki se gradi v največji meri v živo.« (Ema).

Nadalje ugotavljam, da se uporabniki na spletnem trgu želijo čim boljše »prodati«, saj so na trgu, kjer prevladuje obilje izbir, vselej izpostavljeni tekmovanju z drugimi. Tako Ema na vprašanje, če je svoj profil spreminjala glede na odzive, odgovarja: »Slike sem redno spreminjala, saj sem se tudi sama v času adolescence drastično spreminjala, in mi starejše slike vedno znova niso bile všeč, želela pa sem se predstaviti v najboljši možni luči.« (Ema).

To potrjuje misel Illouzove (2010), ki pravi, da so srečanja z drugimi iskanci strukturirana po principu tržnih niš, saj so uporabniškimi profilom, tj. njihovim lastnikom pripisane fiksne ekonomske vrednosti, ki jim zbujejo skrb glede njihove vrednosti, ki jo na trgu nenehno želijo izboljšati z namenom čim hitrejšega spoznavanja »pravega« partnerja.

Kot naslednji element racionalizacije, ki igra vlogo pri oblikovanju odnosov v računalniško posredovanem svetu, izpostavljam povišano stopnjo nadzora. Splet omogoča, manipulacijo s samopredstavitvijo, kot tudi nadzor nad samo komunikacijo, kar dokazuje tudi odgovor ene od preteklih uporabnic uporabe spletnih strani za spoznavanje partnerjev: »Komunikacijo pa sem vzdrževala samo z osebami, ki niso bile prostaške in so imele podobne interese kot sem

jih v tistem času imela tudi sama. Ogromno »lepotcev« sem ignorirala na račun njihovega načina komuniciranja, ki ni bil na moji ravni.« (Ema).

Sodelujoči so izpostavljali tudi povišano stopnjo nadzora pri samorazkritju: »Na teh straneh mi je všeč anonimnost, saj se sam odločaš kako in v kolikšni meri se boš predstavil. Sam nisem razkrival ne vem kakšnih podrobnih podatkov, izpostavil fotografijo in na kratko predstavil interese, saj sem hotel čim prej dobiti ustrezno partnerico, ki ji bom všeč zaradi tega kar dejansko sem, v nadaljnji komunikaciji pa sva potem šla bolj osebno.« (Bor).

Oboje, nadzor nad samopredstavitvijo oz. samorazkritjem kot tudi nadzor nad komunikacijo, pa ima za končni rezultat lažji nadzor nad samim trgom možnih izbir partnerjev. Na podlagi vrednostne racionalizacije osebnosti, uporabnik namreč že v naprej določi značilnosti, ki jih oseba na drugi strani mora posedovati, da bi se komunikacija sploh začela, pri čemer se občutek negotovosti pri izbiranju partnerja zmanjšuje, občutek nadzora pa povečuje:

»Če punca ni imela osnovnih stvari, ki sem jih želel, sem jo preprosto ignoriral. Zakaj bi zapravljaj čas, če mi že u štartu ni potegnila. Raje sem se posvetil tistim za katere so obstajali znaki, da bi lahko nekaj bilo.« (Bor).

Naslednji način preko katerega racionalizacija vpliva na odnose je reflektivno čustveno upravljanje. V pogojih racionalne komunikacije, moramo posamezniki upravljati s svojimi čustvi, saj moramo znati preceniti situacijo in izbrati »pravo« čustvo za »pravo« priložnost. V svetu računalniško posredovanih razmerij to še toliko bolj prihaja v ospredje, saj uporabniki nad izražanjem čustev imajo nenehen nadzor:

»Glede izražanja čustev sem na začetku bila dokaj zadržana, saj nisem hotela delovati preveč »dostopno«, čisto zaradi neke lastne protekcije. Nisem hotela biti razočarana.« (Ema).

»Na začetku sem bila dokaj zaprta glede čustev, ker nikoli ne veš kako bo tisti na drugi strani odreagiraj.« (Nina).

»Čustva sem prišparaj za malo kasneje, čeprav je iz želje po pogosti komunikaciji najbrž lahko videla mojo zainteresiranost, ki je nisem mogel skriti.« (Bor).

Čustveno upravljanje izhaja iz reflektivnega čustvenega zavedanja, saj vedno bolj popularna svetovalna kultura, poudarja velik pomen zavedanja čustev, ter sposobnost njihove artikulacije (lingvistično upravljanje čustev) in upravljanja (Šadl 2002; Šadl v Luthar 2014). Vsi trije intervjuvanci so izpostavili pomen izražanja čustev v razmerju, z namenom ohranjanja »uspešnega« odnosa, ki je iz virtualnega prostora bil prenesen v realnost:

Zdi se mi izjemno pomembno, da svoja čustva, ne glede na to kakšna so, pokažemo partnerju in jih ne zadržujemo v sebi. S tem se sami počutimo boljše, hkrati pa tudi partner ve kaj se z nami dogaja. Po mojem mnenju moramo vedno izpostavljati tudi tiste drobcene vsakdanje stvari zaradi katerih se počutimo dobro. Ključ je v ravnovesju – moramo izraziti kaj nas bremeni, vendar tudi tisto kar nas osrečuje. Midva se res veliko pogovarjava o tem kako se počutiva. (Nina).

Sodelujoči so izpostavljali velik pomen komunikacije pri reševanju težav, ki so sestavni del vsakega razmerja: »Mislim, da se dva, ki sta skupaj morata naučiti reševati konflikte. Finta leži v iskreni komunikaciji. O težavi se je treba takoj pogovoriti in iti naprej. Mislim, da je to kako znamo v svojem odnosu reševati težave ključno, ker če tega ne znamo, potem lahko kmalu zaključimo vsako razmerje.« (Bor).

Izjemen pomen komunikacije za obstoj uspešnega partnerstva gre pripisati svetovalni kulturi, ki z glorificiranjem vloge komunikacije v partnerskih odnosih vsiljuje idejo o neuspehu ali razpadu partnerskih odnosov kot posledici nezadostne ali neuspešne komunikacije med partnerjema (Šadl v Luthar 2014). Idejo o tem so ponotranjili tudi intervjuvanci, saj so vsi trije zelo zagreto govorili o pozitivnem pomenu komunikacije v odnosu. Pomembno je izpostaviti, da tak psihološki model komunikacije, odnosom odvzame njihovo posebnost in jih na nek način preoblikuje v objekte vrednotene po kriteriju zadovoljevanja potreb, s čimer partnerstva čedalje bolj približuje usodi tržnega blaga. Ravno tako so usodi tržnega blaga po komunikacijskem modelu približana tudi čustva, saj komunikacijski model čustva predstavlja kot objekte o katerih se razmišlja, razpravlja in pogaja, s tem pa krepi vlogo reflektivnega zavedanja čustev (Illouz 2010, 53).

V kapitalistično orientirani družbi, kjer prevladuje načelo obilja in zamenljivosti, tako nenehno ocenjujemo svoje izbire, saj nam je vsiljena odgovornost za kreiranje najboljše možne avtobiografije. Logika ocenjevanja izbire in nenehnega prespraševanja o, za nas najboljših možnostih, je vstopila tudi na področje partnerskih razmerij: » Priznam, da se mi kdaj pojavi dvom ali je to res to, oziroma kako sploh veš, da je to to, vendar se tako razmišljanje pojavi kot posledica trenutnega slabega razpoloženja, po navadi po kakšnem burnem kreganju. Včasih razmišljam kako bi bilo fajn, če bi moj fant bil brez svojih napak in si skušam predstavljat tako osebo.« (Nina).

Sodelujoči izpostavljajo, da občasno posegajo po priročnik tako za uspešno zvezo, kot tudi za uspešno življenje, saj se ob prebiranju slednjih takoj počutijo boljše :

»Včasih preberem kakšen članek ali knjigo o tem, po navadi ko imava kakšno težavno obdobje, ker se mi zdi, da mi razširi pogled na stvari, ki jih itak že poznam, kot da bi mi naredilo nek klik v glavi. Zdi se mi, da mi taka literatura omili pogled na težavne situacije in se takoj počutim bolje.« (Ema).

Pokazalo pa se je tudi, da intervjuvanci vidijo partnersko zvezo kot prostor možne samouresničitve in pomemben vir samoizpolnitve: »V zvezi se moram počutiti srečno, izpolnjeno in predvsem svobodno. Če iz odnosa ne moreš potegniti tisto najboljše zase, to pač potem ni partner zate.« (Bor).

»Uspešno partnerstvo vidim kot prostor skupnega razvoja in sreče, ki posamezniku omogoča, da ostane to kar je, da lahko negujemo in povzdignemo eden drugega v lepih in manj lepih trenutkih.« (Ema).

»Uspešno partnerstvo bi opisala kot nek varen prostor, kamor se vedno lahko zatečem po pomoč, objem ali tolažbo. V prvi vrsti me mora osrečevati, počutiti se moram sprejeto takšno kot sem in ljubljeno. Sestavljata ga dve enakovredni osebi, ki se morata truditi za njun uspešen in srečen odnos.« (Nina).

Naj v naslednjem, zaključnem poglavju povzamem bistvene ugotovitve, ki sem jih pridobila z raziskovanjem.

6 SKLEP

Vpliv kapitalistične logike ekonomskih odnosov in menjave je čedalje bolj očiten tudi v sferi partnerskih odnosov, ki so v prvih desetletjih 20. stoletja veljali za eno izmed najbolj intimnih sfer posameznikovega življenja. Eden izmed temeljnih elementov kapitalistične logike, ki močno spreminja intimne partnerske zveze je nedvomno proces racionalizacije, ki ga – v njegovem vplivu na partnerske odnose – obravnavam v magistrskem delu. Racionalizacija je veljala za temeljno ekonomsko načelo, vendar potrošniška logika prispeva k temu, da racionaliziran način razmišljanja in delovanja vedno bolj postaja edina pravilna oblika delovanja. To omogoča, da delovanje temelječe na racionalni presoji prežema vedno več ravni posameznikovega življenja.

Na področju partnerskih odnosov se logika racionalnega delovanja odraža v procesu racionalizacije intimnosti. V okviru tega izbira potencialnega partnerja, kot tudi obstoj že oblikovanega partnerskega razmerja, izhaja iz racionalne presoje posameznikovih interesov, saj so partnerski odnosi, v skladu s kapitalistično logiko, podvrženi nenehnemu opazovanju ter analizi glede stroškov in koristi (Illouz 2010). Tako kapitalistična logika s spodbujanjem racionalnega načina delovanja in z vsiljevanjem prepričanj o neskončnih možnostih izbire, vpeljuje logiko delovanja ekonomskega trga na področje partnerskih odnosov, s čimer prispeva k spreminjanju in novemu načinu percepcije partnerskih odnosov.

V teoretičnem delu sem z analizo sekundarnih virov ugotovila, da se proces racionalizacije intimnosti v sodobnih zahodnih družbah pomembno odraža skozi svetovalno kulturo in spletno zmenkarjenje (Illouz 2010; Kuhar in drugi 2010; Salecl 2007, Šadl 2002; Šadl v Luthar 2014), kar me je v empiričnem delu usmerilo v intervjuje z osebami, ki imajo izkušnjo partnerskega razmerja v fizičnem svetu, oblikovanega na podlagi spletnih zmenkov.

Avtorji in avtorice s področja raziskovanja prehajanja kapitalistične logike na področja vsakdanjega življenja ugotavljajo, da nam vedno bolj popularna svetovalna kultura z ideologijo izbire, ki jo promovira, na vsakem koraku vsiljuje odgovornost glede oblikovanja in usmerjanja poteka svojega življenja, ki naj bo oblikovano tako, da bomo iz njega lahko črpali kar največ individualnih koristi. Ideali izbire, svobodnega odločanja in samouresničitve nas na vsakem koraku opozarjajo, da smo sami odgovorni za (ne)uspeh lastnega življenja. Logiko lastne odgovornosti za (ne)uspeh svetovalna kultura vpelje tudi na področje partnerskega življenja, saj imamo možnost svobodne izbire partnerja s katerim lahko oblikujemo »srečno« partnerstvo, ravno tako pa imamo na voljo nešteto tehnik in metod s pomočjo katerih naj bi »z lahkoto« usmerjali lastno partnerstvo z namenom njegove uspešnosti in obstoja.

Na podlagi analize in interpretacije pridobljenih podatkov ugotavljam ponotranjenost popularnih idej svetovalne kulture tudi pri sodelujočih v moji raziskavi, saj že sama ideja o uporabi spleta kot orodja za iskanje »ustreznega« partnerja kaže skrb mojih sogovornikov glede oblikovanja čim bolj učinkovitega razmerja. Spletne strani za spoznavanje partnerjev so naraščajoči trend kapitalistično orientirane družbe, kjer naj bi iskanje partnerja z željenimi lastnostmi potekalo lažje in hitreje, in ki naj bi omogočalo oblikovanje učinkovitega partnerskega razmerja, saj je na enem mestu zbrano veliko število kandidatov med katerimi iskalec, na podlagi svojih interesov, lahko svobodno izbira.

Zanimalo me je predvsem na kakšen način oziroma skozi katere elemente proces racionalizacije vpliva na oblikovanje in ohranjanje partnerskih odnosov. Pokazalo se je, da se racionalna logika delovanja na partnerskem področju kaže predvsem skozi reflektivno samozavedanje, vrednostno racionalizacijo osebnosti, tako lastne kot tuje, povišani stopnji nadzora nad samopredstavitvijo, komunikacijo, kot tudi nad samim maritalnim trgom. Prisotnost racionalizacije je vidna tudi skozi lastno trženje na spletnih portalih, skozi reflektivno čustveno zavedanje ter sposobnost čustvene artikulacije in upravljanja, skozi nenehno ocenjevanje izbire partnerja, kaže se pa tudi v sledenju načelom samorealizacije v partnerski zvezi.

Vsi ti elementi tako potrdijo močan vpliv racionalizacije pri oblikovanju in ohranjanju partnerskih odnosov, kot pa tudi prehajanje tržne logike ekonomskih odnosov in menjave na področje partnerskih razmerij.

Partnerske odnose oblikovane na podlagi spletnega zmenkarjenja, ki sem ji raziskovala z intervjuji predvsem označuje sledenje racionalno zastavljenim merilom izbire. To pomeni, da so slednji bili oblikovani na podlagi tržnih principov, saj je izbira partnerja temeljila na v naprej določenih značilnostih, s ciljem prinašanja koristi in zadovoljevanja potreb. Tržna logika pri izbiranju partnerja in oblikovanju partnerskega razmerja je klasičen primer principa potrošniškega delovanja, saj posameznika spodbuja k temu, da tako partnerja kot tudi partnerstvo vidi kot potrošniški produkt, od katerega naj bi dobil kar največ koristi (Illouz 2010).

Ko je partnerstvo preneseno iz virtualnega v fizični prostor, pomembno vlogo začnejo igrati komunikacijske veščine z namenom ohranjanja delujočega odnosa. Povečevanju vloge komunikacije za uspešno partnerstvo gre pripisati svetovalni kulturi, ki nam na ta način vsiljuje idejo o (ne)uspehu kot posledici (ne)zadostne komunikacije med partnerjema (Šadl v Luthar 2014). V okviru tega naj bi partnerja nenehno premišljevala in razpravljala o čustvih, kar nedvomno prispeva h komodifikaciji čustev. Prevladujoča ideja obilja in zamenljivosti krepi razmišljanje v smeri, da se partnerstvo - v kolikor ne prinaša določenih koristi - lahko zavrže, saj vedno obstaja možnost svobodne izbire boljšega »produkta« (Salecl 2010).

Partnerski odnosi tako postajajo površni in čedalje bolj izgubljajo globino človeškega čustvovanja, saj postajajo lahko zamenljivi (Šadl 2002). Očitno je, da tržna narava oblikovanja partnerskih odnosov prispeva k njihovi komodifikaciji, saj se na partnerstva gleda

kot na potrošniško blago, ki se ga »uporablja« dokler so koristi, ki jih uporaba slednjega prinaša, večje od stroškov (Illouz 2010).

Prehajanje ekonomske logike delovanja na področje partnerskih odnosov prispeva k temu, da so intimni odnosi v tudi fizičnem svetu čedalje bolj racionalni, komodificirani in izpostavljeni utilitarističnemu delovanju z namenom doseganja visoko vrednotenega ideala samouresničitve.

7 LITERATURA

Bauman, Zygmunt. 2006. *Liquid love: On the Frailty of Human Bonds*. Cambridge (UK): Polity Press.

Beck, Ulrich in Elisabeth Beck-Gernsheim. 2006. *Popolnoma normalni kaos ljubezni*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Bernik, Ivan. 2010. Spolnost v času individualizma in racionalnosti. *Družboslovne razprave* XXVI, 65: 7–24.

Espeland, Wendy Nelson in Mitchell L. Stevens. 1998. Commensuration as a Social Process. *Annual Review of Sociology* 24 (1998): 313–343. Dostopno prek: <https://steinhardt.nyu.edu/scmsAdmin/uploads/000/341/Commensuration.pdf> (12. februar 2017).

Flere, Sergej. 2000. *Sociološka metodologija: temelji družboslovnega raziskovanja*. Maribor: Pedagoška fakulteta.

Giddens, Anthony. 1990. *The Consequence of Modernity*. Stanford, CA: Stanford University Press.

--- 2000. *Preobrazba intimnosti: spolnost, ljubezen in erotika v sodobnih družbah*. Ljubljana: Založba/ *cf.

Illouz, Eva. 2010. *Hladne intimnosti: Oblikovanje čustvenega kapitalizma*. Ljubljana: Založba Krtina.

Jamieson, Lynn. 1998. *Intimacy. Personal Relationships in Modern Societies*. Cambridge/Oxford: Polity Press/ Blackwell Publishers Ltd.

Kordeš, Urban in Maja Smrdu. 2015. *Osnove kvalitativnega raziskovanja*. Koper: Založba Univerze na Primorskem. Dostopno prek: <http://www.hippocampus.si/ISBN/978-961-6963-98-5.pdf> (2. julij 2017).

Kuhar, Metka in Mirjana Ule. 2003. *Mladi, družina in starševstvo: spremembe življenjskih potekov v pozni moderni*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Kuhar, Roman, Tina Kogovšek in Alenka Švab. 2010. Ljubezen na prvi klik: uporaba interneta za spoznavanje intimnih in seksualnih partnerjev. *Družboslovne razprave XXVI*, 65: 45–64. Dostopno prek: <http://družboslovne-razprave.org/clanek/pdf/2010/65/3/> (7. maj 2016).

Kvale, Steiner. 2007. *Doing Interviews*. London: Sage.

Kvaternik, Ines. 2013. *Terensko delo – metoda raziskovanja in odzivanja na potrebe ciljne skupine*. Učno gradivo: Ljubljana. Dostopno prek: http://www.mizs.gov.si/fileadmin/mizs.gov.si/pageuploads/podrocje/odrasli/Gradiva_ESS/ACS_Izobrazevanje/ACSIzobrazevanje_91Terensko.pdf (2. julij 2017).

Luthar, Breda. 2014. *Kultura in razred*. Ljubljana: Založba Fakultete za družbene vede.

Mesec, Blaž. 1998. *Uvod v kvalitativno raziskovanje v socialnem delu*. Ljubljana: Visoka šola za socialno delo.

Salecl, Renata. 2010. *Izbira*. Ljubljana: Cankarjeva založba.

Šadl, Zdenka. 1997. Spremembe emocionalnih stilov – od industrijske moderne k visoki modernosti. *Časopis za kritiko znanosti*, 25 (183): 161–176.

--- 1998. Sodobne oblike čustvovanja. *Družboslovne razprave*, XVI 27/28. Dostopno prek: <http://druzboslovne-razprave.org/clanek/pdf/1998/27-28/6/> (18. marec 2017).

--- 2002. Emocionalno delo in intimni odnosi v pozni modernosti. *Družboslovne razprave*, XVII, 39: 59–71. Dostopno prek: <http://druzboslovne-razprave.org/clanek/pdf/2002/39/3/> (18. marec 2017)

--- 2014. *Verbalne intimnosti v partnerskih zvezah: spolne in razredne razlike*. Ljubljana: Založba FDV.

Švab, Alenka. 2000. *Nova intimna razmerja? Zasebnost in intimnost v pozni modernosti*. Ljubljana: Založba/ *cf.

Žakelj, Tjaša. 2011. *Sociološki vidiki iskanja partnerjev/partnerk preko interneta*. Ljubljana; Fakulteta za družbene vede. Doktorska disertacija. Dostopno prek: http://dk.fdv.uni-lj.si/doktorska_dela/pdfs/dr_zakelj-tjasa.PDF (12. januar 2017).

PRILOGA A: Transkript intervjuja – Nina, 27 let

UVODNISKLOP VPRAŠANJ

- **Spol** Ženski.
- **Koliko ste stari?** 27
- **Vaša izobrazba?** Magistrica socialnega dela.
- **Koliko traja vaš sedanji partnerski odnos?** 3 leta.
- **Kako sta se spoznala?** Prek socialnega omrežja oziroma spletne strani za spoznavanje novih ljudi – Tagged.
- **Koliko zvez ali srečanj v živo ste do sedaj vzpostavili v tem času (od začetka uporabe portalov)?** 1 zvezo, 3 srečanja.
- **Kako ocenjujete svoj trenutni partnerski odnos?** Kot uspešen, srečen in zadovoljen.

NAMEN UPORABE SPLETNIH STRANI ZA SPOZNAVANJE PARTNERJEV

S katerim namenom ste začeli uporabljati oz. še vedno uporabljate spletne portale za spoznavanje partnerjev?

Z namenom spoznavanja novih ljudi.

Kako ste oblikovali svoj profil? Ste priložili kakšno fotografijo?

Oblikovala sem ga na podlagi resničnih informacij. Napisala sem dejansko starost, spol in mesto bivanja in dodala sem svojo pravo fotografijo.

ZNAČILNOSTI SPLETNE KOMUNIKACIJE

Kako ste se v profilu predstavili?

Zelo kratko in jedrnato. Izpostavila sem spol, starost, od kod prihajam, označila sem svoje hobije in prikazala svojo profilno sliko.

Ali ste svoj profil tudi spreminjali oz. izboljševali glede na odziv in kako?

Nekih drastičnih sprememb nisem počela, na vsake toliko sem dodala kakšno novo fotografijo.

Na osnovi katerih informacij ste »kliknili« oz. vstopili v komunikacijo z osebo na drugi strani?

Pristala sem na komunikacijo samo, če mi je fant bil vizualno simpatičen, če je bil samski, če njegov kraj bivanja ni bil preveč stran od mojega in tudi če starostna razlika ni bila prevelika. Zelo pomembno mi je bilo tudi, s čim se ukvarja, kakšne interese ima, ker iz tega že lahko malo sklepaš, kako razmišlja. Pomembno mi je, da je fant razgledan. Če so vse te stvari bile izpolnjene, sem si začela dopisovati; če ne, pa sploh nisem odgovarjala, saj nisem hotela po nepotrebnem izgubljati časa.

Katere prednosti na splošno bi izpostavili pri spoznavanju partnerja prek spleta?

Na spletu je tudi večja izbira, lahko se odločiš za tisto osebo, za katero se res hočeš; če ti oseba ni všeč, lahko preprosto prekineš stike, brez večjih posledic. Predvsem mislim, da preko spleta lažje in hitreje spoznaš osebo zase, imaš možnost izbire, se pravi, da se lahko odločiš za tistega, za katerega dejansko misliš, da imata neko skupno perspektivo. Pa kljub vsemu temu obstaja neka anonimnost, ni se ti treba takoj razkriti.

Kaj bi pa izpostavili kot pomanjkljivosti?

Hm, predvsem možnost lažnih profilov, saj v bistvu nikoli ne moreš vedeti, kdo je na drugi strani. Pa tudi ta neosebni stik mi ni najbolj všeč.

Ali mi lahko opišete, kako se je razvijala komunikacija s sedanjim partnerjem?

Že od samega začetka so najina dopisovanja bila zelo intenzivna, včasih so se razvlekla tudi čez cel dan. Nato sva se začela pogovarjati po telefonu, pogovori so trajali tudi pozno v noč ali vse do 5. ure zjutraj, ko je on moral v službo. Slišala sva se vse bolj pogosto, včasih celo večkrat na dan. Veliko sva se pogovarjala o psiholoških temah, o odnosih med moškimi in ženskami, o tem, kje sva že vse potovala in kam si še vse želiva iti. Nikoli nama ni zmanjkalo tem za pogovor in z njim sem lahko res bila to, kar sem. Njegovo razmišljanje in isti pogled na svet je bilo tisto, kar me je najbolj pritegnilo.

Ali so se vam ob sami komunikaciji porajala kakšna čustva, občutki?

Da, občutek vznemirljivosti, dobre volje in veselja, s časom se je pojavila tudi zaljubljenost. Želiš si, da bi se s to osebo lahko pogovarjal neprestano, da bi kar »visek« na strani in pogovoru.

Ali ste se s spletnim partnerjem pogovarjala o prej omenjenih čustvih, občutkih?

Na začetku sem bila dokaj zaprta glede čustev, ker nikoli ne veš, kako bo tisti na drugi strani odreagirala.

PREHODI V OFF-LINE SREČANJA

Kateri dejavnik bi izpostavili kot odločilni za srečanje v živo s sedanjim partnerjem?

Težko se spomnim točno, kateri je bil odločilni, vem pa, da so mi bili pri njem vseč njegova razgledanost, komunikacija in nevsiljivost.

Kako se je razvijal vaš odnos?

Ogromno sva se pogovarjala o različnih temah. Pogovarjala sva se predvsem o potovanjih, raziskovanju sveta, kam vse si želiva iti, kje je že kdo bil. Veliko sva se pogovarjala o psiholoških temah, o odnosih med moškimi in ženskami, o prijateljstvih med moškimi in ženskami. Ravno to me je najbolj pritegnilo pri njem, saj sva vedno imela zanimive teme in debate in z njim sem res lahko bila to, kar sem. Na začetku so najini pogovori trajali tudi pozno v noč ali vse do 5. ure zjutraj, ko je on moral v službo. Slišala sva se čedalje bolj pogosto, kmalu vsak dan oz. večkrat na dan (obvezen sms za dobro jutro in lahko noč, kadar nisva bila skupaj). Tudi videvala sva se čedalje pogosteje, prva pijača na javnem kraju, potem kino, kasneje kavica pri enem ali drugem doma ... Na srečo sva tudi živela zelo blizu skupaj in včasih sva res »skočila« eden k drugemu samo na kavo in potem dalje v službo.

OBLIKOVANJE INTIMNOSTI

Kakšna je vaša razlaga intimnosti v partnerskem odnosu?

Intimnost v partnerskem odnosu mi pomeni, da partnerju res lahko zaupam, da mu lahko povem, kaj me muči, da se nanj lahko zanesem in verjamem vanj, da me ne bo pustil na cedilu oziroma me ne bo razočaral, ko ga bom res potrebovala.

Kako gledate na oblikovanje intimnosti v spletnem prostoru? Ali je slednja za vas primerljiva z intimnostjo pri stikih v živo?

Ne, nikakor. Intimnosti v spletnem prostoru ne morem enačiti z intimnostjo v živo. Preko spleta gre vse nekako za površinski odnos, za neko »odkrivanje«, spoznavanje. Seveda lahko poveš svoje težave in dobiš neko tolažbo, vendar to ni enak občutek kot pri stiku v živo.

Kako je v vašem primeru potekalo razvijanje intimnosti s sedanjim partnerjem?

Sama se na ljudi hitro navežem in že prek spleta so se mi pojavljali neki »metuljčki«. Veseliš se osebe, da pride na »on stanje«, čeprav je ne poznaš. Želiš se pogovarjati z njo, tudi če nimaš povedati ničesar pametnega, preprosto želiš biti z njim v stiku. Tudi ko sva si še samo dopisovala, sem imela občutek, da ga kar pogrešam, če se dalj časa nisva slišala.

Kateri elementi so vas motivirali za vstop v partnersko zvezo?

Zdel se mi je, po domače povedano, »fant na mestu«. Imel je urejene stvari v glavi, vedel je, kaj hoče, bil je pošten, prijazen, bil je nevsiljiv, razgledan, priden za delo, znal je poskrbeti sam zase.

OBLIKOVANJE PARTNERSKE ZVEZE

Kakšno vlogo v vašem življenju na splošno igra partnerski odnos?

Partnerski odnos mi je v življenju zelo pomemben. Pomemben mi je z vidika, da imaš ob sebi osebo, ki jo imaš rad in ona tebe, osebo, ki je hkrati tvoj najboljši prijatelj, a hkrati tudi veliko več od tega.

Kako sebi definirate uspešno partnerstvo? Ali menite, da imate tudi sami tako partnerstvo?

Uspešno partnerstvo bi opisala kot nek varen prostor, kamor se lahko vedno zatečem po pomoč, objem ali tolažbo. V prvi vrsti me mora osrečevati, počutiti se moram sprejeto takšno, kot sem, in ljubljeno. Sestavljata ga enakovredni osebi, ki se morata obe truditi za njun uspešen in srečen odnos. Lahko rečem, da imam srečno zvezo. Seveda pridejo dnevi, ko tega ne vidim tako, vendar če potegnem črto in pogledam objektivno, lahko rečem, da ja, da sem srečna.

Kakšno je vaše stališče do ideala »večne ljubezni«?

Verjamem v večno ljubezen. Mnenje sem, da ko enkrat spoznaš partnerja, za katerega meniš, da bi lahko ostal z njim celo življenje, se moraš za to tudi truditi celo življenje. Če želimo, da

nam je lepo in uspešno, se moramo tudi v ljubezni nenehno za to tudi truditi, prilagajati in sprejemati kompromise. Nič ni samoumevno in ljubezen ne bo večna, če vanjo ne bomo vlagali.

Katera »zlata pravila« so po vašem mnenju ključna za obstoj partnerskega razmerja?

Zaupanje, komunikacija, način sprejemanja kompromisov in način reševanja konfliktov.

Kako razumete »delo na partnerskem odnosu«?

Pri tem, da delamo na partnerskem odnosu oziroma vlagamo v partnerski odnos, bi izpostavila, da nam nič ne sme biti samoumevno. Še vedno moramo partnerja prijetno presenetiti, z njim preživeti dovolj kvalitetnega časa, si vzeti čas drug za drugega. V prvi vrsti je pomembno, da partnerju zaupamo. Pomemben se mi zdi tudi način komunikacije, kako se srečujemo s problemi in jih rešujemo. O težavah se moramo pogovoriti in ugotoviti, kaj lahko vsak do partnerja naredi, da do tega ne prihaja več.

Kakšen odnos imate do vedno bolj popularne in razširjene ideje »zdravega« partnerskega odnosa kot najvišje stopnje srečnega življenja?

S tem se strinjam, a v prvi vrsti moramo biti srečni in zadovoljni sami s sabo, šele nato smo lahko srečni tudi v partnerskem odnosu. In če smo srečni v partnerskem odnosu, smo veliko bolj srečni tudi v življenju na sploh. Težave z enega področja se prenašajo na težave drugega področja.

KOMUNIKACIJA V PARTNERSKEM ODNOSU

Kakšno je vaše stališče do težav v partnerskih razmerjih?

Najprej je treba ugotoviti, zakaj je do teh težav sploh prišlo in kako jih sedaj odstraniti. Ter seveda kaj storiti, da do teh težav ne bi več prihajalo.

Ali pri reševanju konfliktov v zvezi posegate po priročnikih za »boljše« partnersko razmerje?

Po priročnikih ne, preberem kakšne članke na spletu ali v reviji na to temo. Na vsake toliko preberem tudi kakšno knjigo s podobno tematiko.

Kakšno je vaše stališče do slednjih?

Razširi oziroma odpre mi pogled na stvari, ki jih že poznam, a kljub temu dobim nek nov pogled, kot da mi določene stvari postanejo bolj jasne in razumljive.

Kakšno je vaše stališče do emocionalne komunikacije v razmerju?

Zdi se mi pomembno, da svoja čustva pokažemo partnerju in jih ne zadržujemo v sebi. S tem se sami počutimo bolje, saj se osvobodimo nekega bremena, na drugi strani pa partner tudi ve, kaj se dogaja z nami. V določenih trenutkih je mogoče bolje, da se naša čustva (jeza) najprej umirijo in se nato pogovorimo o težavah, problemu, saj v navalu jeze hitro izrečemo kakšne stvari, ki jih drugače ne bi. S tem pa lahko prizadenemo partnerja. Najslabše se mi zdi, da stvari (čustva in občutke) zadržujemo v sebi, saj tako partner ne ve, kaj nas muči, in hkrati bremenimo sami sebe. Kar pa vodi v slabo voljo in negativizem – breme in težave pa se samo kopičijo.

Ali se pogovarjata o vašinem odnosu – o stvareh, ki vas osrečujejo oz. ki vas motijo?

Da, zelo veliko.

Kakšno vlogo igra za vas izražanje emocij v vaši zvezi?

Zelo pomembno vlogo. Meni se zdi pomembno, da partnerju lahko pokažem svoja čustva, čeprav se včasih zgodi, da negativne občutke zadržujem v sebi. Vem, da to ni prav in se trudim k zmanjšanju tega, k čemur me spodbuja tudi partner. Prav tako se mi zdi pomembno, da partner meni pokaže svoje trenutne občutke in čustva.

Ali si s partnerjem vse povesta ali kdaj obdržite kaj tudi samo zase z namenom izogibanja »nepotrebnim« situacijam in reakcijam?

Čisto vsake stvari si res ne poveva, kar velja zame in tudi zanj. To pa ravno iz razloga, ker stvar ni pomembna ali da ne pride kasneje do teh »nepotrebnih« situacij. Kot sem omenila, vem, da mi tudi on ne pove vsega, ker mi včasih ravno to tudi odgovori nazaj: »Ni ti treba vedeti vsega« in »Če bi bilo pomembno, bi že vedela.« Tako, da vem, da mi kašnih stvari res ne pove, vendar po drugi strani se tudi zavedam, da se me potem res ne tičejo (informacija o delu ali njegovih kolegih itd).

Ali se pogovarjate o skupni prihodnosti? Ali nameravata ostati skupaj za »večno« ali se vam kdaj glede tega pojavljajo dvomi?

Veliko se pogovarjava o skupni prihodnosti: o krajši in daljši. Pogovarjava se, kje bi/ bova živela; glede otrok, glede službe ... Najin namen, želja je ostati skupaj za »večno«. Priznam, da se mi kdaj pojavi dvom, ali je to res to oziroma kako sploh veš, da je to res to, vendar je to posledica trenutnega slabega počutja oz. razpoloženja, ko itak vidim ves svet sivo in nesmiselno. Ko pa to obdobje mine (po navadi po dobrem pogovoru), pa sem sama sebi smešna s takim črnogledim razmišljanjem.

Ali kdaj razmišljate o tem, da bi mogoče s kakšnim drugim partnerjem lahko imeli »boljše« razmerje oz. da bi se boljše razumeli?

Včasih ob trenutkih, ko se skregava, razmišljam o partnerjevih napakah oz. kako bi bilo fajn, če jih ne bi bilo, in si skušam zamisliti tako osebo. Vendar hitro ugotovim, da taka oz. popolna oseba ne obstaja. Vsakdo ima napake. S partnerjem se super razumeva, vseh mi je najina komunikacija, najino sodelovanje in težko si predstavljam partnerja, s katerim bi se boljše razumela. On točno ve, kako se počutim in kdaj me kaj muči.

Katera je vaša temeljna vodilna ideja za obstanek v nekem partnerskem odnosu?

Da si srečen v tem odnosu, da te osrečuje, da lahko delaš stvari, ki te veselijo; nisi omejen in ujet v »začaranem krogu«. Da si lahko to, kar si, uživaš v življenju s to osebo in se veseliš skupnih trenutkov.

V kakšnem razmerju sta za vas srečno partnerstvo in osebno srečno življenje?

Gre za povezavo med njima. Ne more biti eno področje nesrečno in drugo srečno. Če nisi srečen na osebni področju, boš zelo težko srečen na partnerskem področju. Sama menim, da to negativno energijo nezavedno širimo tudi na bližnje. Če pa si srečen na osebni področju, boš srečen tudi na partnerskem področju.

PRILOGA B: Transkript intervjuja – Ema, 25 let

UVODNI SKLOP VPRAŠANJ

- **Spol** Ženski.
- **Koliko ste stari?** 25.
- **Vaša izobrazba?** Diplomirana socialna delavka.
- **Koliko časa traja vaš sedanji partnerski odnos?**
Skoraj 10 let.
- **Kako sta se spoznala?**
V stik sva stopila prek spletnega portala »Glasujzame.si«.
- **Koliko zvez ali srečanj v živo ste do sedaj vzpostavili v tem času (od začetka uporabe portalov)?**
2 srečanja in 1 zvezo.
- **Kako ocenjujete svoj partnerski odnos?**
Kot izjemno uspešen in zadovoljstev poln.

NAMEN UPORABE SPLETNIH STRANI ZA SPOZNAVANJE PARTNERJEV

S katerim namenom ste uporabljali spletne portale za spoznavanje partnerjev?

Sama sicer sploh nisem imela namena začeti uporabljati tovrstne strani, a so mi prijateljice ustvarile profil zato, ker so tudi same imele svoje. Naš namen je bil sprva predvsem pridobitev nove skupne teme in medsebojno dopisovanje, čemur se je kasneje priključilo tudi dopisovanje s člani spletnega portala, ki so bili nasprotnega spola in pri katerih sem zbudila zanimanje.

Kako ste oblikovali svoj profil? Ste priložili kakšno fotografijo?

Profil so mi, kot sem že rekla, oblikovale kolegice. Sama sem ga kasneje spreminjala in modificirala na ta način, da sem postavljala slike sebe, ki so se mi zdele lepe in privlačne, toda ne na cenen način. Informacij o sebi nisem želela deliti preveč, tiste, ki pa sem jih, pa so bile resnične. Recimo, zapisala sem samo, v katerem mestu in državi živim in koliko imam let.

ZNAČILNOSTI SPLETNE KOMUNIKACIJE

Kako ste se v profilu predstavili?

Moj profil se je po izgledu nagibal na samem začetku bolj k standardnemu, saj še nisem tako dobro poznala samega portala in vnašanja kod, ki je bilo takrat potrebno za posebne učinke in vnose besedil (danes je to lažje). Kasneje sem se tudi tega priučila in sem popestrila sam izgled svojih slik, profila ...

Ali ste svoj profil tudi spreminjali oz. izboljševali, glede na odziv?

Da. Slike sem redno spreminjala, saj sem se tudi sama drastično spreminjala v času adolescence in mi starejše slike vedno znova niso bile všeč in sem se želela predstaviti v najboljši možni luči. Osveževala pa sem tudi informacije o starosti.

Na osnovi katerih informacij ste »kliknili« oz. vstopili v komunikacijo z osebo na drugi strani? Komunikacijo sem začela samo z osebami, ki so imele podobne interese, kot sem jih imela v tistem času tudi sama. Če oseba ni imela fotografije na profilu, recimo sploh nisem odpisala, če mi fant ni bil najbolj privlačen, se je tudi komunikacija težko razvila, saj nisem imela interesa. Pomembna mi je bila tudi starost.

Katere prednosti na splošno bi izpostavili pri spoznavanju partnerja prek spleta?

Prednost je definitivno to, da iz udobja domačega kavča lahko izbiramo iz široke palete možnih kandidatov za partnersko zvezo, hitro lahko tudi načnemo teme, ki so pri mnogih še vedno tabuizirane, lažje vzpostavimo stik s ciljno populacijo, saj je na enem mestu zbrano večje število subjektov, tako da obstaja večja možnost, da bomo našli nekoga, ki nam bo dejansko ustrezal. Pa tudi to, da lahko prekinemo stike brez večjih zapletov, ko se nam tako zazdi, je velika prednost. Kot pripadnici »nežnejšega spola« pa se mi zdi, da je za nas prednost tudi v tem, da pred prvim osebnim stikom v živo lahko pridobimo morje informacij, na podlagi katerih lahko ocenimo, ali je za nas sploh »varno« spoznavanje v živo z določeno osebo.

Kaj bi pa izpostavili kot pomanjkljivosti?

Pomanjkljivosti so predvsem v tem, da za resničnost informacij in slik ni garancije. Še vedno obstaja možnost, da se za sliko skriva povsem druga oseba z drugačnimi nameni, kot jih izpostavlja v komunikaciji z nami.

Ali mi lahko opišete, kako se je razvijala komunikacija s sedanjim partnerjem?

S sedanjim partnerjem sva sprva komunicirala bolj malo, saj sem bila sama primorana hoditi v knjižnico, ker v novem stanovanju še nismo imeli napeljane internetne povezave. Pa tudi moj interes za pridobitev partnerja ni bil tako izražen. To je trajalo kratek čas. Ko pa sem imela možnost biti na internetu vsak dan, je bila najina komunikacija vedno bolj zgoščena, iz dneva v dan, po nekaj ur dnevno sva klepetala in se spoznavala. Iz pogovora v pogovor so se odpirale nove skupne teme, ki so naju zblíževale.

Ali so se vam ob tem porajala kakšna čustva, občutki?

Občutki so se definitivno porajali že ob samem začetku dopisovanja. Bila sem vedno bolj evforična, polna adrenalina in energije. Komaj sem čakala, da zagledam obvestilo o prispelem sporočilu. Še danes se zelo dobro spomnim tistih »metuljkov«.

Ali sta se s spletnim partnerjem pogovarjala o prej navedenih čustvih, občutkih?

Glede izražanja čustev sem na začetku bila dokaj zadržana, saj nisem hotela delovati preveč »dostopno«, čisto zaradi neke lastne protekcije. Nisem hotela biti razočarana.

PREHODI V OFF-LINE SREČANJA

Kateri dejavnik bi izpostavili kot odločilni za srečanje v živo?

Njegov korak v tej smeri in vztrajnost sta bili ključnega pomena. Mislim, da sama nikoli ne bi predlagala srečanja v živo, če ne bi on sam podal tega predloga in pri njem odločno vztrajal.

Kako se je razvijal vaš odnos?

Na začetku sva se zelo veliko pogovarjala, res sva po cele dneve bila na vezi. Po prvem srečanju v živo sem se zelo zaljubila, oba sva se in sva želela čim več časa preživeti skupaj. Dobivala sva se zelo pogosto, hodila sva v kino, na dolge sprehode... Še danes obožujem najine dolge sprehode, kjer se lahko pogovarjava in pogovarjava. Od nekdaj sva si imela zelo veliko povedati. Sčasom je vse to preraslo v resno zvezo in danes si ne predstavljam življenja brez njega. Res sem hvaležna, da sem ga spoznala.

OBLIKOVANJE INTIMNOSTI

Kakšna je vaša razlaga intimnosti v partnerskem odnosu?

Zame je to povezanost, ujemanje, harmonija na več ravneh hkrati. Intelektualno, čustveno, rekreacijsko, spolno ...

Kako gledate na oblikovanje intimnosti v spletnem prostoru? Ali je slednja za vas primerljiva z intimnostjo pri stikih v živo?

Ne zdi se mi primerljiva, a definitivno omogoča nek zametek in začetek intime med dvema osebama. Intelktualno se še da razviti intimo v spletnih prostorih, vse ostale vrste intimnosti pa se razvijejo lahko le do določene mere, saj se intimnost po mojem mnenju povezuje tudi z zaupanjem, ki se gradi v največji meri v živo.

Kako je v vašem primeru potekalo razvijanje intimnosti s sedanjim partnerjem?

Občutki so se definitivno porajali že ob samem začetku dopisovanja. Začetno vznemirjenje so zamenjala čustva, ki jih navadno gojimo do »simpatije«, ki so se stopnjevala iz pogovora v pogovor. Po srečanju v živo pa se je najina intima le še poglobljala. Povezala sva se skozi preživljanje skupnega časa, skupne aktivnosti, kasneje tudi skupno (prvo) izkušnjo spolnega odnosa, spoznavanje socialne mreže eden drugega itn.

Kateri elementi so vas motivirali za vstop v partnersko zvezo?

Podoben pogled na svet, skupni interesi, fizična privlačnost, intelektualna privlačnost. Zdelo se mi je, da sva ustvarjena eden za drugega.

OBLIKOVANJE PARTNERSKE ZVEZE

Kakšno vlogo v vašem življenju na splošno igra partnerski odnos?

Zelo pomembno vlogo, saj v njem vidim možnost za izpolnjevanje svojih mnogih življenjskih ciljev. Predvsem mislim na izkušnjo vloge žene, mame, kasneje babice, ustvarjati skupne spomine, premoženje.

Kako sebi definirate uspešno partnerstvo? Ali menite, da imate tudi sami tako partnerstvo?

Uspešno partnerstvo je po mojem mnenju tisto, ki omogoča poleg skupne rasti, razvoja, sreče, uspeha tudi posamezniku, da ostane to, kar je. Da lahko negujemo in povzdignemo eden drugega v lepih in manj lepih trenutkih, kar pomeni, da te oseba na drugi strani ceni, spoštuje in ljubi ter tolerira tudi tvoje manjše napake, ne le »popolnosti«, ki se v današnjem svetu vedno bolj pričakujejo in izpostavljajo. Definitivno imam uspešno partnerstvo.

Kakšno je vaše stališče do ideala »večne ljubezni«?

Samo po sebi nikoli in nikdar še nič ni trajalo. Ljubezen je kot rastlina, gojiti in skrbeti moramo za njo. S tem mislim, da je potrebno izkazovati naklonjenost, ljubezen partnerju iz dneva v dan, tudi malenkosti štejejo. Prepričana sem, da se s takimi koraki da ustvariti ljubezen, ki bo trajala večno.

Katera »zlata pravila« so po vašem mnenju ključna za obstoj partnerskega razmerja?

Po mojem mnenju je potrebnega ogromno odprtega komuniciranja, skupnih dejavnosti in skrb za tisto posebno »iskrico« (popestritev).

Kako razumete »delo na partnerskem odnosu«?

Za mene to pomeni imeti iskreno, odprto komunikacijo, ki je skladna in omogoča skupno rast in razvoj, da zveze ne vzamemo po določenem času kot nekaj samoumevnega, ampak, da to enoto v našem življenju cenimo, negujemo in ji posvečamo čas in skrb. Da si še vedno vzamemo čas za nekaj novega v času, ki ga preživimo skupaj, da imamo določene rituale, ki nas povezujejo, a vseeno ne smemo zapasti v monotonost razmerja.

Kakšen odnos imate do vedno bolj popularne in razširjene ideje »zdravega« partnerskega odnosa kot najvišje stopnje srečnega življenja?

Do neke mere je ta ideja smiselna. A po mojem mnenju »zdrav« partnerski odnos kot najvišja stopnja srečnega življenja ne more obstajati, če sami pri sebi ne poskrbimo, da smo »srečen posameznik«, ki vnaša elemente sreče v medsebojni odnos. Sprva moramo biti zadovoljni sami s seboj, da bi bili zadovoljni s svojo zvezo.

KOMUNIKACIJA V PARTNERSKEM ODNOSU

Kakšno je vaše stališče do težav v partnerskih razmerjih?

V težavah, ki se pojavijo v času razmerja, vidim predvsem priložnost za razvoj in napredovanje zveze. Ko se razrešijo s skupnimi močmi, je to lahko novo skupno gonilo in izhodiščna točka za nadaljevanje, utrditev in obstoj zveze.

Ali pri reševanju konfliktov v zvezi posegata po priročnikih za »boljše« partnersko razmerje?

Kdaj pa kdaj preberem kakšno knjigo na to temo, seveda ne samo ob težavah. Nasvetov v takih knjigah je res veliko in so vplivali na moje oblikovanje teorije o tem, da je komunikacija ključ do uspeha na vseh področjih, predvsem v partnerskem razmerju.

Kakšno je vaše stališče do slednjih?

Hmmm, veliko jih je, mnogi nudijo zanimive teorije o hitrih receptih za uspeh, a se sama zavedam, da je pot do uspeha malce bolj kompleksna, kot je videti v tovrstnih zapisih. Nekateri pa to dejstvo tudi upoštevajo in zajamejo res ključne in pomembne informacije, ki so nam lahko v pomoč. Sem mnenja, da iz vsakega priročnika lahko izluščimo tisto, kar potrebujemo, le selekcijo moramo imeti razvito do te mere, da vemo, kaj nam lahko koristi in kaj škodi na naši poti do uspeha.

Kakšno je vaše stališče do emocionalne komunikacije v razmerju?

Zdi se mi, da ima komunikacija o čustvih res pomembno mesto v »uspešnih« partnerskih zvezah, saj omogoča, da se partnerja globlje spoznata in povežeta. S tem dovoljujemo dostop osebi nasproti nas do najbolj ranljivega dela, a če ta oseba to spoštuje in zna ceniti, lahko na obeh straneh pridobimo res nepredstavljivo ogromno. Tudi pri naju je bilo tako. Šele, ko sva začela komunicirati o komunikaciji in o čustvih, sva prišla na nov, višji, kakovostnejši nivo partnerske zveze.

Ali se pogovarjata o vajinem odnosu – o stvareh, ki vas osrečujejo oz. ki vas motijo?

Ogromno pogovorov imava na to temo.

Kakšno vlogo igra za vas izražanje emocij?

Zdi se mi zelo pomembno, saj oseba na drugi strani ne more predvideti, kaj čutimo, mislimo oz. »kaj se dogaja v nas«. Izražati emocije z besedami, jokom, smehom ali kako drugače se mi zdi zdravilno za posameznika, kaj šele za partnerski odnos. To je še ena izmed možnosti za skupno in individualno rast.

Ali si s partnerjem vse povesta ali kdaj obdržite kaj tudi samo zase z namenom izogibanja »nepotrebnim« situacijam in reakcijam?

Vse mu povem, ker se v nasprotnem primeru počutim, kot da nekaj prikrivam, lažem. Tudi stvari, o katerih samo razmišljam, z največjim veseljem podelim z njim, saj se to vedno izkaže kot odlična izhodiščna tema za najine poglobljene pogovore.

Ali se pogovarjate o skupni prihodnosti? Ali nameravata ostati skupaj za »večno« ali se vam kdaj glede tega pojavljajo dvomi?

Da, ves čas. Načrtujeva skupno prihodnost in nikoli se nama ne pojavljajo dvomi glede tega.

Ali kdaj razmišljate o tem, da bi mogoče s kakšnim drugim partnerjem lahko imeli »boljše« razmerje oz. da bi se boljše razumeli?

Saj sva skupaj preživela mnogo življenjskih izzivov, ki so od naju zahtevali mnogo prilagajanja eden drugemu, kar naju je še bolj povezal. Drug drugemu sva tudi v vseh teh primerih stala ob strani, se medsebojno podpirala, negovala najin odnos in pa tudi odraščala skupaj (od otroka do najstnika ter sedaj vse do mlade odrasle osebe). Upam si trditi, da ga res dobro poznam, saj se mi je odprl na način, na katerega se še svojemu sorojencu in staršem ni, kot sam pravi in kar vidim tudi sama. Za to sem mu res hvaležna, saj sva takrat imela še en pospešek in razcvet v najinem odnosu, ki še danes traja. Tako, da ne, mislim, da se z nobeno osebo ne bi razumela tako dobro kot se z njim.

Katera je vaša temeljna vodilna ideja za obstoj v nekem partnerskem odnosu?

Odrto komuniciranje in možnost za osebno rast vzporedno z negovanjem partnerskega odnosa.

V kakšnem razmerju sta za vas srečno partnerstvo in osebno srečno življenje?

Mislím, da sta ti dve stvari v zelo tesnem odnosu. Ker če si srečen v zvezi, se veliko lažje spopadaš z težavami na sploh, saj veš, da imaš vedno zagotovljeno podporo in razumevanje.

Priloga C: Transkript intervjuja – Bor, 34 let

UVODNISKLOP VPRAŠANJ

- **Spol** Moški.
- **Koliko ste stari?** 34.
- **Vaša izobrazba?** Diplomirani organizator turizma.
- **Koliko traja vaš sedANJI partnerski odnos?** 2 leti.
- **Kako sta se spoznala?** Prek spleta.
- **Koliko zvez ali srečanj v živo ste do sedaj vzpostavili v tem času (od začetka uporabe portalov)?** 2 srečanja in eno zvezo.
- **Kako ocenjujete svoj trenutni partnerski odnos?** Kot srečen in stabilen odnos.

NAMEN UPORABE SPLETNIH STRANI ZA SPOZNAVANJE PARTNERJEV

S katerim namenom ste začeli uporabljati oz. še vedno uporabljate spletne portale za spoznavanje partnerjev?

Predvsem zaradi hitrejšega procesa spoznavanja, zdi se mi, da prek spleta porabiš veliko manj časa pri pridobivanju ustreznega partnerja.

Kako ste oblikovali svoj profil? Ste priložili kakšno fotografijo?

Dodal sem fotografijo in resničen opis, saj sem predvsem želel, da čim hitreje najdem nekoga, ki mu bom všeč zaradi dejanskih lastnosti.

ZNAČILNOSTI SPLETNE KOMUNIKACIJE

Kako ste se v profilu predstavili?

Na teh straneh mi je všeč anonimnost, saj se sam odločam, kako in v kolikšni meri se boš predstavil. Sam nisem razkrival ne vem kakšnih podrobnih podatkov, izpostavil sem fotografijo in na kratko predstavil interese, saj sem hotel čim prej dobiti ustrezno partnerico, ki ji bom všeč zaradi tega, kar dejansko sem, v nadaljnji komunikaciji pa sva potem šla bolj osebno.

Ali ste svoj profil tudi spreminjali oz. izboljševali glede na odziv in kako?

Sem, ja, menjal sem fotografije.

Na osnovi katerih informacij ste »kliknili« oz. vstopili v komunikacijo z osebo na drugi strani?

Če punca ni imela osnovnih stvari, ki sem jih želel, sem jo preprosto ignoriral. Zakaj bi zapravljaj čas, če mi že v štartu »ni potegnila«. Raje sem se posvetil tistim, za katere so obstajali znaki, da bi lahko nekaj bilo. Meni osebno je vedno bila najbolj pomembna fotografija, šele nato interesi oziroma hobiji. Brez teh dveh stvari ni šlo.

Katere prednosti na splošno bi izpostavili pri spoznavanju partnerja prek spleta?

Predvsem večjo anonimnost, večjo izbiro in lažje vzpostavljanje stikov kot pri srečanjih v živo.

Kaj bi pa izpostavili kot pomanjkljivosti?

Netočne podatke, saj se oseba lahko izkaže za drugačno, kot se je predstavila na profilu.

Ali mi lahko opišete, kako se je razvijala komunikacija s sedanjim partnerjem?

Najprej prek spleta, na chatu. Najprej sva se tipkala bolj redko, do takrat, ko sem zbral pogum in jo povabil na »pijačo«. Na pijanci sva oba imela občutek, da se pozna od nekdaj. Srečanja so postajala vse bolj pogosta, komunikacija pa skoraj vsakodnevna.

Ali so se vam ob sami komunikaciji porajala kakšna čustva, občutki?

Seveda, vznemirljivost, a veš tisto, ko komaj čakaš na sporočilo, včasih tudi tako močno, da ti srce začne razbijati ob vsakem zvoku telefona, ker misliš, da je ona.

Ali ste se s spletnim partnerjem pogovarjala o prej omenjenih čustvih, občutkih?

Čustva sem prišparal za malo kasneje, čeprav je iz želje po pogosti komunikaciji najbrž lahko videla mojo zainteresiranost, ki je nisem mogel skriti.

PREHODI V OFF-LINE SREČANJA

Kateri dejavnik bi izpostavili kot odločilni za srečanje v živo s sedanjim partnerjem?

Dobro konunikacijo preko spleta, bilo mi je všeč, kako razmišlja, na kakšen način komunicira, kakšne cilje ima v življenju. Hkrati je pa bila še zelo luštna. Zato sem se odločil, da jo moram spoznati.

Kako se je razvijal vajin odnos?

Na začetku je vse temeljilo na spletni komunikaciji. Pogovarjala sva se o splošnih temah. Nato sva načela teme o partnerstvu, željah glede prihodnosti, zelo hitro sva se odprla eden drugemu in mislim, da je to bil nek temelj začetka globljega odnosa.

OBLIKOVANJE INTIMNOSTI

Kakšna je vaša razlaga intimnosti v partnerskem odnosu?

Na intimnost gledam kot na neko najglobljo raven partnerskega odnosa, je tista čutnost, sodelovanje, tisto, ko veš, da na nekoga lahko računaš ne glede na vse in mislim, da je ključna za uspešno zvezo.

Kako gledate na oblikovanje intimnosti v spletnem prostoru? Ali je slednja za vas primerljiva z intimnostjo pri stikih v živo?

Ne vem, če bi rekel, da je primerljiva. Seveda se že pri spletni komunikaciji razvije neka oblika intimnosti, če komunikacija seveda traja daljše obdobje, vendar sem se dostikrat spraševal, kdo je zares na tisti drugi strani in če je vse to resnično. Zato sem tudi želel, da se čim prej spoznava v živo, ker sva se prek spleta »začutila« in sem se hotel prepričati, da je vse to res.

Kako je v vašem primeru potekalo razvijanje intimnosti s sedanjim partnerjem?

Neki občutki so se mi že javljali med pogovori na spletu; ko sva se srečala v živo, pa so občutki prerastli v emocije. Res me je očarala.

Kateri elementi so vas motivirali za vstop v partnersko zvezo?

Odločil sem se, ker me je izjemno privlačila njena osebnost, intelekt, imela sva zelo podobne poglede na vse zame pomembne življenjske stvari in na podlagi tega sem vedel, da obstajajo ogromne šanse, da bova zelo dobro funkcionirala kot par. Dobro sem ocenil.

OBLIKOVANJE PARTNERSKE ZVEZE

Kakšno vlogo v vašem življenju na splošno igra partnerski odnos?

Veliko, ker mislim, da je to neka osnova za srečno življenje.

Kako sebi definirate uspešno partnerstvo? Ali menite, da tudi sami imate tako partnerstvo?

Uspešno partnerstvo je zame zveza s pravo osebo, kjer odnos poteka gladko, brez nepotrebnih dram. In ja, imam uspešno partnerstvo.

Kakšno je vaše stališče do ideala »večne ljubezni«?

S pravo osebo ljubezen res lahko traja večno.

Katera »zlata pravila« so po vašem mnenju ključna za obstoj partnerskega razmerja?

Puščanje osebne svobode, dobro poznavanje partnerja, iskrena komunikacija in zaupanje.

Kako razmete »delo na partnerskem odnosu«?

Kot veliko komuniciranja in prilagajanja. Moraš se potruditi, če hočeš, da zadeva deluje.

Kakšen odnos imate do vedno bolj popularne in razširjene ideje »zdravega« partnerskega odnosa kot najvišje stopnje srečnega življenja?

Pa nekako se strinjam s tem. Ker mislim, da če si še ne vem kako uspešen v življenju, če tega uspeha nimaš s kom deliti ... Ne vem, no, mislim, da je vse lažje, ko imaš nekoga ob sebi, ki te razume in podpira.

KOMUNIKACIJA V PARTNERSKEM ODNOSU

Kakšno je vaše stališče do težav v partnerskih razmerjih?

Mislim, da se dva, ki sta skupaj, morata naučiti reševati konflikte. Finta leži v iskreni komunikaciji. O težavi se je treba takoj pogovoriti in iti naprej. Mislim, da je to, kako znamo v svojem odnosu reševati težave, ključno, ker če tega ne znamo, potem lahko kmalu zaključimo vsako razmerje.

Ali pri reševanju konfliktov v zvezi posegate po priročnikih za »boljše« partnersko razmerje?

Ma ne, to se mi zdi bolj žensko področje.

Kakšno je vaše stališče do slednjih?

No, mislim, da lahko pomagajo v določenih situacijah.

Kakšno je vaše stališče do emocionalne komunikacije v razmerju?

Zelo pomembno se mi zdi, da se dva, ki sta skupaj, pogovarjata o čustvih in intimnih zadevah.

Ali se pogovarjata o vašinem odnosu – o stvareh, ki vas osrečujejo oz. ki vas motijo?

Res se veliko pogovarjava o tem.

Kakšno vlogo igra za vas izražanje emocij v vaši zvezi?

Zelo pomembno, saj brez tega ni trdne veze.

Ali si s partnerjem vse povesta ali kdaj obdržite kaj tudi samo zase z namenom izogibanja »nepotrebnim« situacijam in reakcijam?

Včasih tudi zadrživa kaj zase, seveda so to kakšne malenkosti, nič, kar bi bilo povezano z varanjem ali podobnim.

Ali se pogovarjate o skupni prihodnosti? Ali nameravata ostati skupaj za »večno« ali se vam kdaj glede tega pojavljajo dvomi?

Seveda se, saj sva začela graditi najino življenje, zdaj sva midva družina in seveda razmišljava za naprej. Nikoli se mi glede tega ne porajajo dvomi, ker sem s svojo zvezo res zelo zadovoljen.

Ali kdaj razmišljate o tem, da bi mogoče s kakšnim drugim partnerjem lahko imeli »boljše« razmerje oz. da bi se boljše razumeli?

Mogoče sem na začetku zveze kdaj na to pomislil, predvsem ob kakšnih konfliktih. Potem sem pa ugotovil, da to ni rešitev, ker potem lahko non-stop skačeš iz zveze v zvezo. Treba se je naučiti reševati konflikte, tako zveza postane še močnejša.

Katera je vaša temeljna vodilna ideja za obstanek v nekem partnerskem odnosu?

V zvezi se moram počutiti srečno, izpolnjeno in predvsem svobodno. Če iz odnosa ne moreš potegniti tisto najboljše zase, to pač potem ni partner zate.

V kakšnem razmerju sta za vas srečno partnerstvo in osebno srečno življenje?

V zelo prepletenem, ker mislim, da eno pogojuje drugo.