

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Dušanka Mervar

Mentorica:
izr. prof. dr. Breda Luthar

**TRANSFORMACIJA SOCIALNE INTERAKCIJE
S POJAVOM MOBILNIH KOMUNIKACIJ**

diplomsko delo

Ljubljana, 2004

Vsebina

Uvod	2
1. Socialna interakcija	5
1.1 Socialna interakcija z mikro in z makro pespektive.....	5
1.2 Teorije socialne interakcije	6
2. Konstituiranje novih oblik socialne interakcije	9
2.1 Glavna atributa mobilnega komuniciranja – mobilnost in posredovanost.....	9
2.2 Transformacije v mikro sferi.....	11
2.2.1 Preseganje prostora	13
2.2.2 »Mehčanje časa«.....	16
2.2.3 Neprestana dostopnost	17
2.2.4 Močnejša vključenost v socialno omrežje	19
2.2.5 Izključenost iz trenutnega prostorskega konteksta in družbena izolacija	24
2.2.6 Simultano igranje dveh vlog	26
2.2.7 Integracija vlog	28
2.2.8 Nove oblike intimnega povezovanja.....	29
2.2.9 Spremenjena samoprezentacija.....	31
2.3 Transformacije v makro sferi	34
2.3.1 Preobrati v družbeno-politični ureditvi.....	34
2.3.2 Ustvarjanje vitalnega potenciala za manj razvite.....	37
2.3.3 Prilagoditve normativne ureditve družbe.....	38
3. Soočenje tehnološkega vpliva in družbene recepcije	42
3.1 Proces v kulturnem krogotoku	42
3.1.1 Produkcija	43
3.1.2 Identiteta in reprezentacija.....	44
3.1.3 Regulacija	45
3.1.4 Potrošnja	45
3.2 Še nekateri drugi teoretski pogledi.....	46
4. Pogled v prihodnost	48
Sklep	53
Priloge	54
Literatura	58
Drugi viri	61

Uvod

3. aprila 2003 smo praznovali 20. obletnico prvega pogovora preko brezžične povezave, ki se jih danes po vsem svetu vsak trenutek dogaja nešteto. Prva naprava, ki je omogočila ta pogovor, je tehtala skoraj kilogram in težko bi jo primerjali z današnjimi malimi »igračkami«. Od redkega in dragega elitističnega komunikacijskega pripomočka je mobilnik pred približno petimi leti začel prihajati v množično uporabo. Danes bi mobilni mrk povzročil nemalo zmede med uporabniki in ne poznam jih prav veliko, ki bi se tej napravi zlahka odpovedali, vključno z mano.

Svoj prvi mobilnik sem dobila za darilo, kar je bilo takrat, ko smo se Slovenci začeli množično mobilizirati, izredno popularno. Od tega je nekaj manj kot pet let in do česa smo v tem času prišli? Večina danes brez mobilca ne gre več od doma. Isto, kot ne brez denarnice ali ključev.

Mobilniki so se pojavili skoraj v vseh predelih sveta. Še posebej so priljubljeni v Jugovzhodni Aziji, kjer je se je mobilna kultura rojevala že pred napravami, ki jih poznamo danes (tam so bili namreč zelo priljubljeni t.i. »pagerji«). Tokio je mesto, kjer je uporaba mobilnikov postala najbolj očitna. Postalni so nepogrešljiv del vsakdanjika. V Evropi je Skandinavija tista, ki prednjači v številu uporabnikov mobilnikov, vendar imajo tudi v mnogih drugih državah zelo visoke odstotke uporabe. Slovenci smo z več kot milijonom in pol uporabnikov mobilnih komunikacij, tremi operaterji in enim ponudnikom vsebin (pa nas je vsega skupaj le dva milijona) gotovo nekje pri vrhu. Z malo manj entuzijazma mobilne komunikacije napredujejo v Ameriki, Afriki in drugje po Aziji.

Nekoč smo se preko mobilnikov samo pogovarjali, potem so prišla SMS sporočila, ki so v trenutku osvojila predvsem mladino, danes imamo na voljo celo množico raznolikih storitev in napovedi za prihodnost so še bolj pisane. V skladu z možnostmi, ki jih tehnologija ponuja uporabniku, so se prilagajala tudi njena poimenovanja. Ko so bile na voljo samo govorne storitve, smo govorili o »mobilni telefoniji«. Danes najpogosteje zasledimo termin »mobilne komunikacije«, ki pa mu počasi konkurirajo »osebne komunikacije«. Utemeljitev za uporabo slednjega je v tem, da naš mobilnik vse bolj postaja naprava za izvajanje in upravljanje raznolikih komunikacijskih aktivnosti posameznika, s poudarkom na posamezniku kot osnovni celici. V tem delu ostajamo pri uporabi termina »tehnologija mobilnih komunikacij«, ki v strokovnih krogih zaenkrat še vedno ostaja v prevladujoč v uporabi, oz. »mobilno komuniciranje«, če gledamo komunikacijsko dejanje samo.

Pri svojem raziskovanju mobilnega komuniciranja postavim v ospredje enega od pomembnejših družbenih procesov, s katerim je prepleten vsakdanjik vsakega posameznika –

socialno interakcijo. Osnovna teza mojega dela je, da so se s pojavom tehnologije mobilnih komunikacij konstituirale nove oblike socialne interakcije, vendar pa pri tem dodajam pomembno opombo: vsaka tehnološka novost nastaja v družbenem okolju in pod vplivom tega. Prav tako se pomen materialnega artefakta ali kulturne prakse aktivno tvori v vsakdanji potrošnji in ni nikoli dokončno definiran na strani produkcije. To tezo podrobneje razložim z modelom kulturnega krogotoka, ki so ga na primeru Sonyjevega »Walkmana« utemeljili Paul du Gay in drugi avtorji.

Analizo transformacije socialne interakcije sem izvedla v dveh delih. Prvi, ki je naravnano na družbeno mikro sfero, se ukvarja z mobilnim komuniciranjem in njegovim pomenom za posameznika, njegovo vsakodnevno delovanje in povezovanje z drugimi ljudmi. Na podlagi fokus skupine s petimi najstniki, ankete o regulaciji uporabe mobilnikov po srednjih šolah, neposrednega opazovanja navad uporabnikov in sekundarnih virov, ki so mi bili na voljo, sem opredelila devet najbolj značilnih učinkov: preseganje prostora, »mehčanje« časa, neprestana dostopnost, močnejša vključenost v socialno omrežje, izključenost iz trenutnega prostorskega konteksta in družbena izolacija, simultano igranje dveh vlog, integracija vlog, nove oblike intimnega povezovanja in spremenjena samoprezentacija. Pri podrobnejši opredelitvi vsake od teh točk se osredotočam predvsem na mlade – najstnike. Ti so izkazali kot tisti, ki so v mobilnem komuniciranju najbolj ekspresivni in inovativni.

Drugi del moje analize presega nivo vsakdanjega življenja. Socialna interakcija ni samo proces, ki zadeva posameznike in njihovo medsebojno sovplivanje, ampak je tudi proces, v katerem se postopoma vzpostavljajo in transformirajo družbene skupine, institucije, kultura. Mobilno komuniciranje je sčasoma iz elitne aktivnosti postalo običajna praksa v vseh družbenih segmentih in v mnogih državah po svetu. To pomeni, da je uporaba mobilnikov tako razširjena in intenzivna, da ruši vlade, transformira gospodarske sisteme, sproža dopolnitve in spremembe v zakonskih regulativah. Velike upe gojijo tudi države v razvoju, katerim bi tehnologija mobilnih komunikacij zaradi svojih specifik lahko pomagala bližje k razvitemu svetu. Gre za dolgoročne in daljnosežne spremembe, ki segajo nad nivo posameznika in njegovih vsakodnevnih aktivnosti. Te se lahko zgodijo šele, ko si tehnologijo prisvoji zadostno velik del populacije.

Možnosti realizacije potencialov, ki jih sedaj vidimo v mobilnem komuniciranju, pa sprožajo tudi takšne in drugačne napovedi za prihodnost. Bomo nekoč uporabljali eno vsemogočno napravo, ki bo hkrati naš komunikacijski pripomoček, naš orientacijski vodič, naša plačilna kartica in še veliko tega, ali bomo uporabljali za vsako od naštetih funkcij ločene naprave, ki bodo med sabo povezane v mrežo sinergijskega preseganja? Je moralna

panika, ki jo danes sprožajo nekateri z napovedmi orwellovskega in panoptikonskega nadzora, upravičena?

Na odgovore, kaj se bo v prihodnosti v resnici zgodilo, bomo morali počakati. Z gotovostjo pa trdim sledeče: mobilno komuniciranje je postalo zelo pomemben del našega vsakdanjika. Vpliva na oblikovanje posameznikove identitete in na njegove odnose z bližnjimi. Vpliva na posameznikovo percepcijo sebe in percepcijo sveta okoli sebe. Usmerja razvoj kulture, družbenih struktur in gospodarskih aktivnosti. Zato je nedvomno vredno podrobnejše obravnave.

1. Socialna interakcija

1.1 Socialna interakcija z mikro in z makro pespektive

Socialna interakcija je eden izmed najbolj pogosto obravnavanih pojmov, ko gre za vzpostavljanje in ohranjanje mikro povezav in odnosov¹ v človeški družbi ali kot pravita Miller in McHoul (1998: 11) v preučevanju potez vsakdanjega življenja: *»Interakcija med ljudmi je bistveni del vsakdanjega življenja.«* Zavzema bolj ali manj kompleksne oblike, v katere smo posamezniki vpleteni v vsak dan – od bežnih srečanj z neznanci na ulicah, do večplastnih in poglobljenih odnosov z družino, sodelavci, sošolci, prijatelji,...

Socialna interakcija pa ni samo ključen proces na nivoju medosebnih odnosov, ampak ima tudi širši družbeni doseg:

»Na socialno interakcijo lahko gledamo kot na proces, ki primarno zadeva posameznike, ki v njej sodelujejo, ali kot proces, ki poraja in ohranja skupine, institucije, kulturo. V njej se med seboj povezujejo fizično vedenje posameznikov, njihove namere, skriti ali javni pomeni gest in verbalnih izrazov, izmenjave informacij, razumevanje socialnih situacij, sistemi prepričanj, ideologije različnih skupin, skratka – najrazličnejši vidiki družbene biti in dejavnost ljudi.« (Ule, 1997: 198)

Mirjana Nastran Ule definira interakcijo z vidika (socialne) psihologije:

»Psihologija zajema v pojmu interakcije socialnopsihološke procese, ki sodelujejo v medčloveških odnosih. Pojem interakcije pa zajema vse procese, ki se dogajajo med dvema ali več ljudmi, pa tudi med posameznikom in skupino ali med skupinami. Bistveno za te procese je, da gre za neke vrste socialne »vmesnosti«, da premoščajo razlike med posamezniki, jih povezujejo v mrežo soodvisnosti.« (Ule, 1997: 198)

Uletova poudari tudi, da je najpomembnejši proces socialne interakcije komunikacija, to je izmenjevanje informacij.

¹ Socialna interakcija je nujen proces za nastanek in ohranjanje medosebnih in drugih socialnih odnosov, vendar ni enaka socialnim odnosom. Medosebni odnosi so posledica trajnejših ponavljajočih se interakcij med dvema ali več osebami, ki temeljijo na sodelovanju, zaupnosti, naklonjenosti itn. Po drugi strani pa socialne interakcije tudi presegajo socialne odnose, s tem, ko poudarjajo ali slabijo socialni kontekst odnosov. (glej Ule, 1997: 199, 200)

Anthony Giddens poda svojo definicijo s sociološke perspektive in jo opredeli kot proces, v katerem delujemo in reagiramo glede na ljudi okrog nas. (glej Giddens, 2001: 80) Izpostavi, da je preučevanje vsakdanje interakcije za sociologijo pomembno, ker so od nje odvisne bolj permanentne oblike družbene organizacije, ki imajo širše razsežnosti od nivoja življenja posameznikov. Bolj natančno to opredeli s tremi razlogi.

1. Naša vsakodnevna rutina, skoraj konstantna interakcija z drugimi, daje našemu početju strukturo in formo. Z njenim preučevanjem se lahko veliko naučimo o nas kot socialnih bitjih in o družbenem življenju nasploh. Naše vsakdanje življenje je organizirano s ponavljajočimi se vzorci vedenja – iz dneva v dan, iz tedna v teden, iz meseca v mesec, iz leta v leto. Če pride do velike spremembe v življenju posameznika, se ta vsakodnevna rutina sicer spremeni, vendar se v skladu z novo situacijo zopet vzpostavi nov set navad.
2. Preučevanje vsakodnevnega življenja nam razkrije, kako ljudje kreativno konstruiramo realnost. Kljub temu, da našo percepcijo realnosti do neke mere definirajo družbene vloge in norme, v katere smo vpeti, svet okoli nas posamezniki še vedno dojemamo različno, odvisno od naših preteklih izkušenj, interesov in motivacijskih dejavnikov. Posamezniki smo sposobni delovati proaktivno in preko odločitev, ki jih sprejemamo, sooblikovati družbeno realnost. Realnost ni fiksna ali statična – ljudje jo ustvarjamo v procesu interakcije.
3. Preučevanje socialne interakcije osvetli značilnosti razsežnejših družbenih sistemov in institucij. Družbeni sistemi širših razsežnosti so namreč odvisni od vzorcev socialne interakcije, v katero smo vpleteni posamezniki v naših vsakdanjih življenjih.

(glej Giddens, 2001: 82, 83)

1.2 Teorije socialne interakcije

Uletova izpostavi tri glavne modele socialne interakcije:

- interakcija kot izmenjava vedenjskih oblik in dejanj med osebami,
- interakcija kot izraz nezavednih dispozicij in nezavednih vedenjskih vzorcev,
- interakcija kot soočanje in povezovanje socialnih pomenov dejanj.

(glej Ule, 1997: 198)

Teorije socialne interakcije v socialni psihologiji se razlikujejo po tem, kateri model jemljejo za osnovo. Prvi vidik je najbolje opredelila menjalna teorija interakcij: vsaka socialna interakcija pomeni izmenjavo med osebami, bodisi izmenjavo informacij, gest, sekvenc obnašanja bodisi izmenjavo različnih predmetov. Drugi vidik, nezavedne procese interakcije, najbolj podrobno opredeljujeta Bernova transakcijska teorija interakcije in Lorenzejeva teorija

interakcijskih form. Obe izhajata iz svojstvene preinterpretacije psihoanalize. S tretjim vidikom, ki pravi, da ljudje delujemo na podlagi razumevanja pomenov socialnih dejanj, se ukvarja simbolično-interakcionistično usmerjena socialna psihologija. (Ule, 1997)

Simbolični interakcionizem je ena izmed bolj vplivnih smeri v interakcionizmu. Za simbolične interakcioniste pomen ni intrinzičen atribut uma, ampak se ustvarja in se ohranja preko socialne interakcije. Ravno ta proces nenehnega redefiniranja socialnih pomenov je bistvo socialne interakcije ali kot pravi Michael Haralambos v svoji opredelitvi interakcionizma: »Z interakcionističnega vidika se delovanje nadaljuje na podlagi dogovorjenih pomenov, ki se oblikujejo v trajnih interakcijskih položajih«. (Haralambos in Holborn, 1999: 21) Uletova izpostavi, da za simbolične interakcioniste socialna interakcija praktično sovpade z jezikovno komunikacijo, saj je prisvajanje jezika (simboličnih gest) bistveno za polno obvladovanje socialne interakcije in za razvoj subjekta. (glej Ule, 1997: 212) Simbolični interakcionisti verjamejo, da mora definiranje problemov, konceptov in tehnik raziskovanja ter teoretičnih shem temeljiti na neposrednem preučevanju aktualnega socialnega sveta in ne njegovi simulaciji ali nekem vnaprej postavljenem modelu tega sveta. (glej Blumer, 2002: 67)

Na tradicijo simboličnega interakcionizma se je v določeni meri naslanjal Erving Goffman, ki je vse svoje delo usmeril ravno k preučevanju socialne interakcije. Goffmanov pristop k interakciji je največkrat opredeljen kot dramaturški model, ker družbeno življenje opredeljuje skozi gledališko metaforo. Na podlagi te metafore je razvil celo igralno teorijo socialne interakcije. Običajna interakcijska situacija je zanj gledališko prizorišče. Posamezniki so igralci, ki strukturirajo svoje javne performace z namenom vzpostavitve lastne identitete in svoje podobe v očeh drugih. Ta proces imenuje »samoprezentacija« (angl. *the presentation of self*). Vendar pa Goffman sam pravi, da tega gledališkega modela ne smemo jemati preveč dobesedno, ker oriše le določene vidike socialne interakcije.

Kot osnovno vprašanje, na katerem je temeljila Goffmanova analiza, Tom Burns (avtor knjige »Erving Goffman«) opredeli »*What is going on here?*«, torej »Kaj se tukaj dogaja?«. (Burns, 1992: 76) Po Goffmanovem mnenju pravi pristop k preučevanju socialne interakcije ni poglobljanje v posameznika in njegovo psihologijo, ampak preučevanje delovanja več posameznikov, ki so vpleteni v neko skupno aktivnost. Vsak posameznik je v družbenem svetu vpleten v odnose z drugimi posamezniki. V teh odnosih udeleženci verbalno ali neverbalno izražajo svoj pogled na situacijo ter vrednotijo vse vpletene v interakcijo, tudi sebe. (glej Goffman, 1967: 2 - 5) Goffman izpostavi dva procesa, ki sta pomembna za organizacijo družbenega življenja: »eksternalizacija« (angl. *externalization*) in »skeniranje« (angl. *scanning*). Pri »eksternalizaciji« ima v mislih vso posameznikovo pojavnost in vedenje,

ki ga lahko drugi opazujejo, »berejo« ter na podlagi opaženega predvidevajo in sklepajo. Po drugi strani pa ima posameznik tendenco, da opazuje in spremlja dogajanje v svoji neposredni okolici, kar Goffman označi s terminom »skeniranje«. Oba procesa se v družbeni situaciji navadno dogajata vzporedno. (glej Goffman, 1971: 31, 32)

V enem od svojih zadnjih esejev je Goffman zapisal, da je v socialni interakciji opravljenega večino človeškega dela (angl. *most of the world's work gets done*). (glej Burns, 1992: 18) Kljub temu, da tudi te njegove izjave ne gre jemati popolnoma dobesedno, pa je res, da jo močno postavi pod vprašaj tehnološki razvoj ter nove informacijske in telekomunikacijske tehnologije, ki Goffmanovi interakciji vzamejo njen neposredni značaj. Že če pogledamo samo mobilno komuniciranje, lahko ugotovimo, da je to v veliki meri nadomestilo določene vidike neposredne interakcije. Čeprav je Goffman preučeval skoraj izključno neposredno (angl. *face-to-face*) interakcijo, je v nadaljevanju tega dela večkrat omenjen, saj je njegove ugotovitve mogoče prepričljivo aplicirati tudi v kontekstu interakcije, ki poteka s posredovanjem tehnologije mobilnih komunikacij. Goffman se je med drugim veliko ukvarjal z elementi ritualnosti v socialni interakciji. Ritualna dejanja so nezaveden del vsakodnevnih aktivnosti. Če podarimo mobilnik prijatelju, mu nismo podarili samo naprave, s katero opravlja klice, pošilja sporočila ali igra igrice. Implicitno smo s tem dejanjem izrazili zaveznitvo in prijateljstvo, ki ga mobilno komuniciranje utrjuje. Mobilnik postane pomemben del rutine, ko nekemu z SMS sporočilom vsak večer zaželimo »lahko noč«. Koncept, ki ga v povezavi s tovrstnimi pozornostmi izpostavi Goffman, je ceremonialna ritualna izmenjava, v kateri si udeleženca z izmenjavo pozitivnih gest izkazujeta medsebojno naklonjenost (angl. *supportive interchange*). (glej Goffman, 1971: 89, 90) Če nam nekdo pošlje SMS sporočilo, smo zaradi zahteve po recipročnosti, ki jo tovrstni ritual implicitno vsebuje, obvezani sporočilo vrniti. Z izpolnjevanjem tovrstnih oblicij posamezniki krepijo družbene vezi in svojo integriranost v skupnost. Družbena funkcija ritualov, na katere so vezana določena pravila, je v utrjevanju družbenih vezi in posredno imajo pri tem v sodobnem svetu pomembno vlogo tudi mobilniki.

V nadaljevanju se v skladu z definicijami socialne interakcije lotevam konkretnega orisa primerov transformacije socialne interakcije, ki je nastala s pojavom tehnologije mobilnih komunikacij. Pri tem izhajam iz dveh perspektiv. Mikro perspektiva se osredotoča predvsem na vsakodnevno aktivnost posameznikov in njihovo medsebojno povezovanje ter sovplivanje. Druga, makro perspektiva, pa osvetli širše družbene, politične in ekonomske sprememb, ki so nastale z mobilnim komuniciranjem.

2. Konstituiranje novih oblik socialne interakcije

Preden pogledamo, kakšne spremembe je mobilno komuniciranje prineslo v družbo, bomo opredelili dve njegovi glavni značilnosti.

2.1 Glavna atributa mobilnega komuniciranja – mobilnost in posredovanost

V francoščini ga imenujejo »le portable« ali »le G« (krajše za GSM). V finščini so prevzeli ime »kanny«, ki izhaja iz imena blagovne znamke, hkrati pa ima dobesedni pomen »podaljšek roke«. V Nemčiji ga imenujejo »handy«, v španščini »el movil«, Američani ga še vedno kličejo »cell phone«. V arabščini mu včasih pravijo »el mobile«, pogosteje pa »telephone sayaar« oz. »makhmul« (oba izraza se nanašata na prenašanje) ali »telephone gowal« (zračni telefon). Na Tajskem je »moto«. Na Japonskem so ga poimenovali »keitai denwa« (telefon, ki ga nosimo s sabo), ali preprosto »keitai«. Na Kitajskem je »sho ji« (ročni aparat), na začetku pa so ga imenovali »dageda«, kar dobesedno pomeni »veliki brat veliki«, prevaja pa se kot »veliki brat« (izraz pa nima nič opraviti z Orwellom, poimenovanje izhaja iz dejstva, da so bili mobilci takrat na začetku še precej velike naprave). (glej Plant, 2000: 23)

Tudi v slovenskem jeziku pri poimenovanju te naprave nismo šli daleč stran od naštetih asociacij: mobitel, mobilni telefon, prenosni telefon, mobilnik, mobilc in še cela vrsta slengovskih skovank (cegu, kanta,...). Od vseh naštetih je verjetno še vedno najbolj pogosto uporabljan generični izraz za to napravo »mobitel« in z etimološkega vidika bi se bilo verjetno zanimivo vprašati, kolikšen vpliv je na to imel naš prvi operater mobilnih komunikacij Mobitel.

Če naredimo iz vseh naštetih poimenovanj nek zaključek (in pri tem predpostavimo, da poimenovanje naprave, ki jo pri komunikaciji uporabljamo, povzame njene bistvene lastnosti), ugotovimo, da je bistvo te tehnologije njena mobilna narava oz. mobilnost, ki jo uporabniku omogoča. Kot sta poudarila tudi avtorja norveške raziskave o uporabi mobilnikov z naslovom »Nobody sits at home and waits for the telephone to ring« (Ling in Yttri, 2001), nihče več ne sedi doma in čaka, da bo zazvonil stacionarni telefon. Zdaj je na pohodu mobilnik.

Ista avtorja (Ling in Yttri, 2001) ugotavljata tudi, da je prav zaradi atributa mobilnosti pojav mobilnih telefonov revolucioniral koordinacijski potencial telefonije. Če je transport delno nevtraliziral oddaljenost, pa je še vedno obstajala potreba po koordinaciji interakcije. Za to manjkajočo povezavo so poskrbele telekomunikacijske tehnologije. Pred mobilniki je koordinacija potekala med dvema fiksnima točkama, ki ju je povezoval stacionarni telefon,

razvoj mobilnega komuniciranja pa je zmanjšal potrebo po fiksnih centralah. Gre za idejo o mikrokoordinaciji, ko veliki koordinacijski centri niso več potrebni; koordinacija poteka kar v gibanju, na poti.

Poleg mobilnosti je pomemben atribut mobilnega komuniciranja tudi posredovanost, medijiranost komuniciranja oz. interakcije. Ta ima v primerjavi z neposredno interakcijo nekatere specifike, ki jih opredeli Rich Ling (1999) v treh točkah.

1. Omejena »pasovna širina« (angl. *bandwidth*)

Značilnost posredne interakcije v primerjavi z neposredno je omejenost izrazov v interakciji med partnerjema. V neposredni interakciji obstaja možnost niansiranja izražanja. Občutimo lahko medsebojno toplino, opazujemo odzive na različne izjave, zaznamo telesni vonj ali parfum. Neposredna interakcija lahko vključuje tip, vonj, vid, sluh in včasih tudi okus. Zaznamo lahko kontekst, v katerem se interakcija dogaja. Partnerja v konverzaciji lahko medsebojno opazujeta različne vidike parakomunikacije, ki je ne moreta v celoti nadzorovati. Erving Goffman v tem kontekstu loči med sporočili, ki jih okolici posredujemo nadzorovano, in sporočili, ki jih v okolico oddajamo brez vpletenosti zavestne volje, torej nazavedno. Prvi proces Goffman opredeli s terminom »give«, drugega pa s terminom »give-off«. (Goffman, 1971) Pri interakciji, ki poteka preko mobilnikov, ostajata prisotna oba vidika, s to razliko, da je obseg sporočil, ki jih oddajamo, manjši.²

Na podlagi kriterija obseg sporočilnosti, ki jo medij omogoča, Marshall McLuhan loči med »toplimi« (angl. *hot*) in »hladnimi« (angl. *cold*) mediji. »Topli« mediji so po njegovem visoko informativni in ne puščajo veliko prostora za osebno interpretacijo. Telefon je »hladen« medij, za katerega je značilna nizka definicija in nizka informativnost, komunikator ima veliko prostora za osebno interpretacijo. McLuhan ima seveda v mislih stacionarni telefon, saj v času, ko je izšla njegova knjiga »Understanding Media«, še ni bilo govora o mobilnih telefonih. Vendar pa lahko glede na poteze, ki jih pri svoji definiciji »toplih« in »hladnih« medijev upošteva, k slednjim pripišemo poleg stacionarnega telefona brez pomislekov tudi mobilnik. (McLuhan, 1994)

2. Večja medijiranost zasebne sfere

Veliko interakcije, ki je bila včasih neposredna, zamenjujemo s posredno preko mobilnika. Ta je za razliko od stacionarnega telefona, ki ga navadno uporablja večje število posameznikov, osebni telefon. Daje nam občutek intimnosti in osebo, ki ima mobilnik v lasti,

² Socialni psiholog Michael Argyle (1992) ugotavlja, da je komuniciranje preko telefona drugačno od neposrednega predvsem v tem, da se izgubi vsa vizualna informacija. Neverbalno komuniciranje pri neposrednem pogovoru je po njegovem pomembno zato, ker dopolni pomen, ki ga ima izrečeno, pri komuniciranju preko telefona pa te dopolnilne informacije ni.

imamo tako rekoč vedno na dosegu. Veliko zasebnega komuniciranja, ki se je v predmobilnih časih dogajalo neposredno, se zato danes zgodi preko mobilnikov.

3. Večje možnosti vstopa »tretjih oseb« v zasebno sfero

S tem, ko informacijske in telekomunikacijske tehnologije vstopajo v zasebno sfero, je čedalje večja možnost, da neke sicer nevpletene osebe pridobijo dostop do tega vidika našega življenja, kar prej ni bilo mogoče – recimo s prisluškovanjem ali podobnimi načini vdora v zasebnost.

Mobilna narava in posredovanost komuniciranja sta glavna atributa mobilnega komuniciranja, ki določata njegov potek in dinamiko. Glede na to sta zelo pomembna dejavnika tudi, ko obravnavamo nove oblike socialne interakcije, ki so nastale s pojavom tehnologije mobilnih komunikacij.

2.2 Transformacije v mikro sferi

Mobilno komuniciranje se je v našem vsakdanjem življenju zasidrilo tako subtilno in postopoma, da se večina tega še zavedla ni. Tranzicija od dejavnosti, ki je domena elite, do dejavnosti široke in raznolike množice ljudi, se je zgodila v dveh korakih. Zaradi potrebe po večji mobilnosti komuniciranja začne tehnologijo uporabljati določena ozka skupina ljudi. S tem pa, ko uporaba mobilnikov spreminja vedenje in interakcije med posamezniki, ustvarja nove potrebe: čim več ljudi uporablja mobilnike, tem bolj so v uporabo prisiljeni tudi neimetnički. Kar naenkrat postane ta naprava naš stalni spremljevalec, ki vpliva na številne vidike našega življenja. V raziskavi, ki jo je izvedla angleška raziskovalka Sadie Plant, so nekateri ljudje so za opis svojega »razmerja« z mobilnikom uporabili močne besede, kot so potreba, celo odvisnost. V Tokiju so najstniki izjavili, da bi umrli brez svojega mobilca. Ena od šolarok se je opisala kot »wan ko girl«, kar prihaja iz angleškega izraza »one call girl« – svojega mobilnika ne pusti zazvoniti več kot enkrat, preden se oglasi na klic. (glej Plant, 2000: 64)

Pri obravnavi, kako je pojav mobilnega komuniciranja spremenil življenja posameznikov in njihovo povezovanje z drugimi ljudmi, izhajam iz izsledkov raziskav, ki so jih izvedli raziskovalci po svetu, ter iz podatkov, ki sem jih zbrala s pomočjo fokus skupine, ankete v srednjih šolah ter neposrednega opazovanja uporabe mobilnih telefonov.

Pomemben sekundarni vir mojih podatkov so raziskave iz različnih delov sveta (Japonska, Jugovzhodna Azija, Norveška, Velika Britanija, Bližnji Vzhod, ZDA,...), ki so se osredotočile na preučevanje vsakodnevnih situacij, v katerih ljudje uporabljajo tehnologijo mobilnih komunikacij. Zanimiva skupna poteza vseh teh raziskav je v tem, da se ukvarjajo

predvsem s preučevanjem praks uporabe mobilnikov med mladimi, če rečemo zelo splošno so to najstniki in mladi v zgodnjih dvajsetih. Tudi tisti raziskovalci, ki so se v začetku usmerili na širšo starostno populacijo, so na koncu ugotovili, da je predvsem med najstniki uporaba tehnologije usmerjena v bolj ekspresivno komuniciranje, pri ostalih (starejših) skupinah pa gre za bolj rutinsko in instrumentalno rabo. Tako sta recimo norveška raziskovalca v začetku imela namen preučiti »mobilne« navade v treh skupinah: starejši, ljudje srednjih let in mladina. Tekom raziskave sta prišla do ugotovitve, da starejši poudarjajo funkcijo varnosti, tisti srednjih let koordinacijsko funkcijo mobilnikov, mladina pa je pri uporabi mobilnikov bolj kompleksna in raznolika. (Ling in Yttri, 2001) V primeru prvih dveh skupin (starejši, srednjih let) je uporaba bolj ciljno usmerjena, mobilniki so bolj del ustaljene dnevne rutine. V primeru mladine pa gre za komuniciranje, ki ima neinstrumentalno družbeno-emocionalno funkcijo. Ne gre za usmerjeno komuniciranje, ki ima točno določen namen, gre za komuniciranje, kjer je bistvo sporočilnosti izražanje povezanosti. Mladi so tudi sicer »zgodnji osvojitelji« (angl. *early adopters*), ko gre za nove tehnologije, saj so ponavadi bolj naklonjeni učenju, spremembam, vsemu novemu in tistemu, kar je trenutno »in« med njihovimi vrstniki. Vse te izkušnje so tudi mene navedle na to, da sem v fokus skupino povabila srednješolce.

Fokus skupino sem izvedla s petimi najstniki, srednješolci. Med njimi so bila tri dekleta (16, 17 in 18 let) ter dva fanta (16 in 18 let). Ti posamezniki v skupino niso bili izbrani po naključju, ampak so zaključena družba, ki se med sabo dobro pozna in veliko družijo. To je pomembno dejstvo, ker poleg individualne rabe tehnologije mobilnih komunikacij osvetli tudi skupinsko dinamiko mobilnega povezovanja.

Anketo sem izvedla preko elektronske pošte s srednjimi šolami iz vse Slovenije, ki sem jih izbrala naključno iz spiska srednjih šol na spletni strani Ministrstva za šolstvo, znanost in šport (http://www.mszs.si/slo/solstvo/ss/seznam_03.asp). Moj namen je bil ugotoviti, kako srednje šole regulirajo uporabo mobilnikov, predvsem med poukom. V ta namen sem jih postavila sledeče vprašanje: *»Kako so mobilni telefoni postali del življenja v učilnicah in kako uporabo mobilnikov regulirate, da ne moti pedagoškega procesa? (Podvprašanje: Je ta regulacija neformalna, se pravi se je loteva vsak učitelj po svoji presoji, ali imate uporabo mobilnikov opredeljeno tudi formalno, v vaših pravilnikih?)«*. Razlog za to, da v raziskavo vključim srednje šole, izhaja iz predhodne odločitve, da v fokus skupino izvedem s srednješolci. Anketa, na katero je odgovorilo osemindvajset srednjih šol, mi je pomagala razkriti drugi vidik iste tematike.

Na podlagi primarnih in sekundarnih virov, ki so mi bili na voljo, sem izpostavila devet točk, iz katerih je razvidno, kako se konstituirajo nove oblike socialne interakcije:

- preseganje prostora,
- »mehčanje« časa,
- neprestana dostopnost,
- močnejša vključenost v socialno omrežje,
- izključenost iz trenutnega prostorskega konteksta in družbena izolacija,
- simultano igranje dveh vlog,
- integracija vlog,
- nove oblike intimnega povezovanja in
- spremenjena samoprezentacija.

V nadaljevanju vsako od njih podrobneje obravnavam.

2.2.1 Preseganje prostora

»Čas se je ustavil, prostor je izginil. Sedaj živimo v globalni vasi... v simultanem dogajanju.«
(Fiore in McLuhan, 1967: 63)



Slika 2.1

Mobilno komuniciranje je v našem času tisto, ki omogoča preseganje prostorskih omejitev.

Vir: (2002) Mobile minded. Ginko Press Inc., Paradise Drive.

McLuhanov pogled na elektronske tehnologije pravi, da so te ekstenzija naših čutil, še posebej vida in sluha. Naša čutila z njimi pridobijo zmožnost, da zaznavajo dogajanje na globalni ravni, ne samo na nivoju naše fizične prisotnosti. Metafora globalne vasi pomeni, da je svet z novimi tehnologijami postal majhen prostor, v katerem lahko ljudje hitro komunicirajo in v trenutku izvedo za vsak dogodek, ki se je zgodil kjerkoli. (McLuhan, 1995) V človeški evoluciji je bila fizična bližina večjega števila posameznikov na stalni lokaciji nujna za oblikovanje bolj kompleksnih oblik komuniciranja in sodelovanja.

Telekomunikacijske tehnologije pa so ljudem omogočile stalno povezanost s socialnim omrežjem kljub fizični ločenosti in s tem kontinuiteto družbenih odnosov v danih pogojih bivanja.

Stacionarni telefoni so reducirali omejitve, ki jih postavlja fizična oddaljenost, s tem da so ohranili (ali celo povečali) potrebo po omejevanju in osredotočanju na določeno fizično lokacijo. Brezžične komunikacijske tehnologije pa kot prve omogočajo dejansko usklajenost med komuniciranjem in prostorsko mobilnostjo. Pomen mobilnikov je v omogočanju komuniciranja, ki ga ne pogojujeta fizična bližina ali prostorska stacionarnost.³ (Geser, 2002) Uporaba mobilnikov je omogočila premik od tega, da dosežemo ljudi na določenem prostoru, do tega, da so dosegljivi ne glede na to, kje se nahajajo. (Wellman, 2001)

Ena od pomembnejših družbenih funkcij mobilnih telefonov je omogočanje »nomadske intimnosti« (angl. *nomadic intimacy*), kar pomeni, da so ljudje tudi v gibanju in ne glede na to, kje se nahajajo, ves čas povezani s svojim družbenim omrežjem. (Fortunati v Geser, 2000) Respondenti iz moje fokus skupine so ugotavljali, da je iz tega razloga uporništvu proti staršem danes v dobi mobilcev pravzaprav veliko bolj preprosta zadeva, kot je bila včasih. Ena najhujših kazni, ki jim jo lahko določijo starši, je začasna prepoved druženja s sovrstniki, izolacija od prijateljev. Recimo, da so zvečer dogovorjeni s klapo, pa jim starši ne dovolijo ven. Vendar jih s tem prav zares ne kaznujejo. Kot ugotavlja 16-letnica: *»Lahko me zaprejo v mojo sobo. Pa kaj! V resnici mi ne morejo preprečiti, da svojo družbo pokličem. In na ta način sem ves čas na tekočem, kaj dogaja. Ni prav isto, kot če bi bila poleg, ampak nima veze.«* Mobilnikov starši udeležencem fokus skupine še nikoli niso zaplenili. Vsi so se strinjali, da bi bilo to preveliko kršenje njihove osebne integritete ali z njihovimi besedami: *»Ne, ni šans! To je isto, kot da bi mi vzeli zobno ščetko in mi ne bi dovolili umiti zob.«* Če bodo hoteli, da bo kazen v resnici vzgojna, se bodo starši očitno morali naučiti, da prostorsko ločevanje njihovim mobilnim otrokom pravzaprav ne predstavlja neke hude ovire pri druženju s prijatelji⁴.

Telekomunikacijske tehnologije so razširile tudi možnosti ljudi, ki se osebno ne poznajo in se niso nikoli srečali, da se med sabo povezujejo zaradi sorodnih interesov ali drugih razlogov. Veliko interesnih združenj je nastalo na ta način – prostorsko ločeni

³ Dober primer za to, kako infrastruktura mobilnih komunikacij oblikuje našo neodvisnost od fizičnega prostora, je Tompkins Square Park v New Yorku, ki ima poleg običajne infrastrukture mestnega parka tudi širokopasovno brezžično omrežje, dostopno brezplačno. (Goldman, 2001) Tovrstna tehnologija teoretično omogoča zaposlenim, da opravljajo isto delo na klopi v parku, kot bi ga v pisarni. Takšne in podobne možnosti, ki se odpirajo, bodo velik izziv za urbaniste in arhitekta, ki bodo urbano okolje prilagajali za nove načine življenja v mestu.

⁴ Kot so ugotavljali udeleženci moje fokus skupine, je danes učinkovit mehanizem kaznovanja oz. nagrajevanja recimo preplačna kartica, s katero napolniš svoj račun. Ta je postala nova valuta v družinskem ekonomskem svetu. Če ima najstnik račun prazen in mu starši ne kupijo nove kartice ali dajo denar zanjo, je v težavah. V eno smer je prekinjega zanj vitalna zveza z vrstniki.

posamezniki, ki jih je povezoval isti interes, so preko telekomunikacijskih tehnologij vzpostavili kontakt, krepili vezi, razvili svojo definicijo realnosti in ustvarili kolektivno identiteto.⁵ Telekomunikacijske tehnologije omogočajo fizično ločenim posameznikom ustvarjanje skupne virtualne realnosti in kreiranje kibernetike prisotnosti. (Couch, 1996)

Geografska lokacija vsakega uporabnika mobilnika je znana vsak trenutek, razen kadar je telefon ugasnen. To dejstvo se danes že uporablja tudi pri »lokacijsko odvisnih storitvah« (angl. *local-based services*). Preko mobilnika se recimo lahko pozanimamo, kje je najbližja pošta ali kino. (Coursey, 2001) Bolj specifično lokacijsko vezano storitev »ImaHima«, ki je namenjena podpori mobilne skupnosti in na Japonskem že uspešno deluje, je razvilo istoimensko podjetje, ustanovljeno leta 1999. »ImaHima« je japonski izraz za »Imaš sedaj kaj časa?«. Do ideje so prišli njeni avtorji nekega popoldneva po kosilu v Tokiju, ko jih je zanimalo, če so njihovi prijatelji kje v bližini. Storitve deluje tako, da najprej ustvariš svoj profil in svojo listo prijateljev (podobno kot pri internetnih »instant messaging« aplikacijah), vsak od njih pa mora v sodelovanje privoliti. Dodaš tudi seznam svojih predelov mesta, kjer se najpogosteje oz. najrajši nahajaš. Ko si na enem od teh mest, izbereš v meniju »osveži« in vsi tvoji prijatelji so obveščeni, kje tisti trenutek si. V praksi se je izkazalo, da uporabniki preko storitve svojim prijateljem ne sporočajo samo svoje lokacije, kot so predvidevali snovalci storitve, ampak se obveščajo tudi o svojem razpoloženju - sporočilo pošljejo, ko so žalostni in bi si želeli družbe. S tem je psihološki in socialni vidik potrebnega presegel pragmatičnega, zaradi katerega je storitev sploh nastala. (vir: www.imahima.com)

Kako se lahko komercialno tovrstne storitve dalje razvijajo, nam predstavlja Spielbergov film »Posebno poročilo« (angl. *Minority Report*), posnet po zgodbi pisca znanstvene fantastike Philipa K. Dicka. Zgodba se dogaja se v Washingtonu leta 2054. Za nas zanimiv izsek je del, ko se glavni junak znajde v nakupovalnem središču in po identifikaciji se nad njega zgrnejo oglasi, ki ustrezajo njegovemu osebemu profilu. Po analogiji si lahko predstavljamo, kako ob sprehodu mimo trgovin naš mobilnik preplavijo sporočila o ugodnih nakupih tisti trenutek v točno določeni trgovini. Oglaševanje se nas tako intimno in

⁵ Primer tovrstnega »e-tribalizma«, ki je nekaj časa polnil japonsko časopisje, je skupina 30-ih deklet, ki so se poimenovala »Mad Wing Angels«. Našle so se januarja leta 2001 preko japonskega mobilnega interneta »i-mode«. V osnovi je šlo za motoristično skupino deklet, ki pa je vključevala tudi članice brez motorjev. Skupina se ni nikoli srečala ob istem času na istem mestu, mobilnik je bil center za njihovo druženje in koordinacijo. Dekleta so svojo skupino vzele zelo resno in postavile notranja pravila, med njimi takšna, kot je »oko za oko«. 16-letnica je zaradi študija v tujini hotela skupino zapustiti, kar je bilo za ostale nesprejemljivo, zato jo je doletela kazen – štiri druge članice so jo po navodilih vodje skupine nasilno preteple ob srečanju v parku. (»Mad Wing« cyber girl gang arrested, www.japantoday.com)

pronikljivo še ni lotilo. Marsikoga verjetno zanima, kako daleč bomo dovolili ponudnikom potrošnih užitkov.

2.2.2 »Mehčanje časa«

»Telekomunikacijska sredstva celo niso zadovoljna s tem, da zgoščajo razsežnosti, temveč ukinjajo tudi sleherno trajanje, sleherni zamik sporočil in podob...« (Virilio, 1995: 23)

Načrtovanje časa je ključen proces pri organiziranju osebnega življenja, kot tudi pri upravljanju s kolektivnimi oblikami vedenja. Po drugi strani pa je načrtovanje lahko nadležno, če se je potrebno ves čas prilagajati fiksnim dogovorom. V vsakdanjem življenju je razočaranje neizogibno, ko pride do zastojev v prometu ali kakih drugih nepredvidljivosti. Iz te perspektive je očitno, da mobilniki zmanjšujejo potrebo po vnaprejšnjem določanju, spremembe so možne v vsakem trenutku, celo neposredno pred dogovorjenim časom. To omogoča bolj fluidne in neformalne družbene interakcije, ki manj temeljijo na predhodnih dogovorih in bolj na tekoči koordinaciji. Ta omogoča posameznikom lažje upravljanje z nepredvidljivimi spremembami. Iz togega načrtovanja pridemo v proces tekoče, permanentne in dinamične koordinacije ter dogovarjanja. Možnost sprotne prilagajanja nam omogoča drug organizacijski princip časa – ne delimo ga več v posamezne pasove, kot so to počele predmobilne generacije.

Te nove družbene ureditve so sistemi, ki delujejo v realnem času, kjer je vse dogajanje pogojevano s trenutno situacijo, medtem ko vpliv preteklosti in prihodnosti upada. Ko se enkrat navadimo na fleksibilnost načrtovanja urnika, ko je svoboda v točnosti razširjena s stalno možnostjo obveščanja druge strani, se je skoraj nemogoče vrniti v prejšnje razmišljanje, ko to ni bilo mogoče. (Towsend v Geser, 2000) Sadie Plant ugotavlja, da so dogovori so bolj ohlapni, ker imamo vedno v mislih, da se bomo bolj natančno dogovorili kasneje. Obveščamo se o prezgodnjih prihodih ali o zamudah, dogovore sproti premikamo. Ampak takšno prilagajanje lahko rodi tudi nov občutek nesigurnosti. Vse je virtualno, dokler se strani ne srečata, na kraju in v času. (Plant, 2000)

Antropologinja Mizuko Ito, ki živi med Japonsko in ZDA, raziskuje, kako mobilniki preoblikujejo dinamiko moči v domovih japonske mladine. Po njenem je mobilnik je ena od značilnih tehnologij, ki povzročajo zgoščevanje časa (in prostora). Po njenem to ne sugerira bolj preprostega sveta, ampak neprestano vzpostavljanje razmerij moči v kontekstu socialne diferenciacije. Za mlade na primer to pomeni, da svoje povezave z vrstniki uravnavajo oni sami ali kdo drug. To odvisno od dela dneva in kraja, kjer se nahajajo. Ito poudarja, da imajo

mobilniki na Japonskem pri tem centralno vlogo. Japonska mladina ima manj zasebnega prostora, kot ga imajo recimo njihovi vrstniki v ZDA. Japonski domovi so po merilih Američana srednjega razreda zelo majhni in najstniki pogosto delijo sobo s katerim od drugih družinskih članov. Večina tokijskih študentov živi doma pri starših, pogosto tudi potem, ko začnejo delati. Najemnine stanovanj so namreč izredno visoke. Prav tako mladi nimajo svojih lastnih stacionarnih števil in telefonov v svojih sobah. Tudi za to so cene previsoke. Druženje z vrstniki tako poteka zunaj doma. Mobilniki vplivajo na to, kako mladi organizirajo svoja srečanja. V preteklosti je bilo logično pričakovanje, da se je nekdo prikazal na določenem kraju ob določenem času, če je bilo prej tako dogovorjeno. Sedaj pa ni nič nenavadnega, da mladi zamujajo tudi po 30 minut in več brez posebnega opravičila, vendar s tem ni nič narobe, le da obstaja komuniciranje preko mobilnika. (Ito, 2001)

Mladi iz moje fokus skupine razmišljajo podobno. Ena od respondentk se je proglasila za kronično zamudnico: *»Saj ne, da se ne trudim, ampak kar nekako mi nikoli ne uspe priti pravočasno.«* Z mobilnikom je stvar preprosta, pokličeš in sporočiš, da te počakajo. Kot pravi to isto dekle: *»Danes se je potrebno opravičiti, če pozabiš doma mobilnik ali če se ti izprazni baterija, ne pa, če si pozen.«*

Tudi norveška raziskovalca prihajata do podobnih zaključkov – progresivno dogovarjanje preko mobilnikov je tudi tukaj med mladimi najbolj običajna stvar. Mobilnike uporabljajo tudi za mikrokoordinacijo s svojimi vrstniki – kdaj se dobijo, kdaj gredo ven,... Intervjuvanci so pojasnili, da dogovarjanje poteka tako, da določijo okvirno uro in kraj, potem pa sproti usklajujejo, kje in kdaj ter spreminjajo načrte, če izvejo, da se kje drugje dogaja kaj bolj zanimivega. (Ling in Yttri, 2001)

Včasih sta imela vsaka aktivnost in vsak odnos svoj čas. S porastom novih informacijskih in komunikacijskih tehnologij pa je vsak odnos postal neprestana prezenca. To pomeni pomemben premik v človeških odnosih: od epizodičnih do neprekinjenih (angl. *always-on*). (Agre, 2000) Ne glede na to, kje se nahajamo, vedno smo na dosegu samo s preprostim pritiskom na tipko »pokliči« ali »pošlji sporočilo«.

2.2.3 Neprestana dostopnost

Nekdo nas je poklical in ne pokličemo nazaj. Zaradi zavesti o stalni dostopnosti, ki jo omogočajo mobilniki (razen na sestankih, med letenjem, v cerkvi in ob podobnih priložnostih), se ne moremo zanesti na izgovore kot je: *»Želel sem te poklicati, pa nisem mogel, ker nisem našel telefonske govornice.«* Svoboda, ki jo pridobimo s tem, ko se lahko vsak trenutek in kjerkoli povežemo s komerkoli, je na drugi strani pogojevana z več

dolžnostmi – odgovarjanje na dohodne klice, ostati v stiku s prijatelji in znanci, ki od nas to pričakujejo. (Geser, 2000)

Kontroliranje dostopnosti ima več možnih oblik. Palen, Salzman in Youngs (2001) omenijo tri:

- ugašanje telefona (prižgan je samo takrat, kadar pričakujemo kak pomemben klic ali ko sami uporabljamo katero od storitev);
- funkcija identifikacije klicočega CLIP (telefonska številka tistega, ki kliče, se nam izpiše na zaslonu), vendar dilema nastopi, ko se številka zaradi različnih razlogov ne prikaže;
- omejevanje distribucije telefonske številke samo določenim (s tem, ko se posameznik odloči, komu bo zaupal svojo številko in komu ne, ima moč nadzora nad krogom svojih prijateljev in bližnjih ter simbolično izraža bližino ali distanco do posameznih poznanstev).

Mladi iz moje fokus skupine te strategije pogosteje uporabljajo, ko gre za komunikacijo s starši, manj pogosto, ko gre za odnos z vrstniki. Če se telefonska številka ne izpiše, se na klic nikoli ne oglasijo: *»Če me hoče kdo dobiti na moj mobilnik, mora najprej povedati, kdo je. Kaj pa, če je kdo, s komer se nočem pogovarjati?«* Prav tako se skoraj nikoli ne oglašajo, če kliče kdo z neznane številke. Če se na klic ne oglasijo pravočasno, neznanih številk nikoli ne kličejo nazaj. Eno od deklet (18-letnica) je še posebej previdno pri tem, komu zaupa svojo številko. Nekoč je svojo številko objavila v eni od najstniških revij in od takrat je dobivala klice od popolnih neznancev. Celo sredi noči so jo budili. Počutila se je ogroženo: *»Občutek je isti, kot da bi ti nekdo vdrl v tvojo sobo in brskal po tvojih stvareh. Grozno!«*

Težave, ki nastopijo zaradi tega, ker smo neprestano dostopni drugim, je mogoče vsaj delno uravnavati – recimo s strategijami, ki smo jih omenili ali na kak podoben način. Odvisnost od občutka, da so drugi vedno dosegljivi nam, pa je veliko težje racionalno uravnavati, ker izvor težav ni nek zunanji, ampak notranji, psihološki. Za veliko večino izprašanih v raziskavi, ki jo je izvedla Sadie Plant, je mobilnik nepogrešljiv del njihovega življenja, brez katerega si svojega vsakdanjika sploh ne predstavljajo. Afganistanski študent je priznal, da če nima s sabo svojega mobilnika, se počuti nekako izgubljenega. Ne počuti se dobro. Nekaj mu manjka. Zvok izključi, ko je na avtobusu ali v mošeji. Nikoli pa svojega mobilnika popolnoma ne ugasne. (glej Plant, 2001: 30) V Chicagu je skupina mladih, s katerimi se je pogovarjala Plantova, izrazila zaskrbljenost, da lahko tovrstna povezanost zmanjša človekovo samozaupanje, zmanjšuje zmožnosti, da funkcionira sam in jih dela odvisne od mobilnega telefona kot sredstva za pomoč in nasvet. Oseba z mobilnikom je manj izpostavljena, ko se zgodi kaj nepredvidljivega, ni prepuščena sama sebi, ni vržena v avanture, presenečenja ali srečna naključja. Mobilni uporabniki se redko znajdejo v situaciji

izoliranosti predmobilnega sveta, če pa se to že zgodi, se počutijo popolnoma izgubljene ali celo osamljene. Ko se ljudje kar naenkrat znajdejo brez svojih mobilnikov in na to niso navajeni, se lahko počutijo še toliko bolj izolirane in občutljive, kot bi se, če jih nikoli ne bi imeli. (glej Plant, 2000: 63)

Z možnostjo stalnega dostopa do eksternih komunikacijskih partnerjev (kot virov mnenja in nasvetov) se posameznik hitro odvadi zanašanja na lastno presojo, spomin in razmišljanje. S tem nazaduje v stanje infantilne odvisnosti od ozkega kroga »pomembnih drugih« (angl. *significant others*), celo v primerih, ko so ti 10.000 kilometrov stran. S povečevanjem števila situacij in časa, ki ga preživimo v komuniciranju z drugimi preko mobilnikov, se hkrati s tem povečuje vpliv trenutnih pogojev na individualno akcijo in se zmanjšuje vpliv kulturne tradicije in internaliziranih družbenih norm. Pri otrocih je recimo manj verjetno, da bodo razvili avtonomno osebnost, če neprestano komunicirajo s starši. Dogaja se premik iz nadindividualnih in medindividualnih k notranjeindividualnim determinantam družbene interakcije. (Geser, 2000)

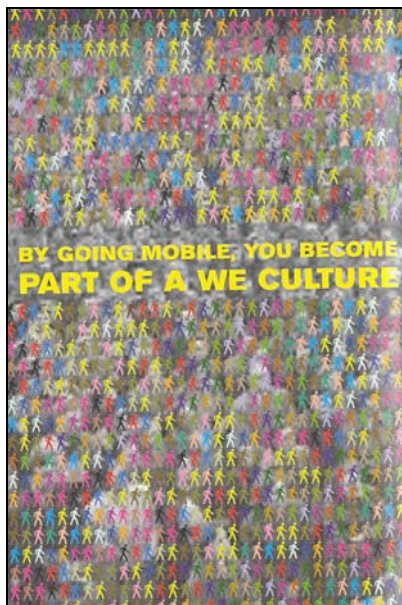
Če pogledamo na posledice tega, da smo z mobilniki lahko ves čas »na vezi«, še z malo bolj poetičnega vidika, so ti povzročili izgubo pozitivnih aspektov »izgubljenega časa«. Obstaja čas psihološke nepovezanosti, ki je do sedaj uravnaval tok komuniciranja znotraj družbenih odnosov. Ti trenutki nepovezanosti so bili zelo pomembni, ker so strukturirali mrežo odnosov v ritmu prisotnosti/odsotnosti. Te trenutke je bilo mogoče zapolniti z razmišljanjem, avanturami, opazovanjem dogajanja, zmanjševanjem uniformnosti našega obstoja itd. (Fortunati v Geser, 2000) Človeško eksistenco bogatijo občutki hrepenenja in domotožja, občutenje nesigurnosti, kaj drugi delajo, žalost, ko dragi odidejo, in veselje, ko se vrnejo. Mobilniki v teh primerih zmanjšujejo čustveno razgibanost – poslavljanje je manj dramatično, ker lahko tudi naprej ves čas ostanemo v kontaktu, zmanjša se napetost ob ponovnem srečanju.

2.2.4 Močnejša vključenost v socialno omrežje

»Družbeni kapital v mobilni skupnosti je stopnja, kakovost, intenzivnost in moč omrežij, v katere je posameznik povezan. Akumulira se v vozliščih omrežja, kjer se pretakajo informacije in zaupanje. Na družbeno in kulturo segmentiranemu polju posedujejo posamezniki z največ povezavami največ družbenega kapitala.« (Toivonen, 2001)

V adolescenci je skupina vrstnikov za mladostnika ključnega pomena. Tako kot so bili prej v otroštvu starši in bodo kasneje v življenju partner in otroci. Interakcija z vrstniki vzame najstniku veliko časa in energije. Odnosi s starši pa pogosto temeljijo na boju za neodvisnost. Lastništvo mobilnika je močno v povezavi s tem, da so mladi v stiku s prijatelji, in s tem, da vedno vedo, kaj se dogaja v tistem trenutku, saj so sicer izključeni iz aktualnega dogajanja in socialnega omrežja. Mobilnik zagotavlja stalno dostopnost, hkrati pa diskretnost, da mladi pri komuniciranju preko telefona niso več izpostavljeni nadzoru staršev. Mobilnik je osebni telefon: ko kličeš, pričakuješ, da se ti bo oglasila specifična oseba, lastnik telefona. Nihče drug, še najmanj pa starši.

Poleg tega, da mladi mobilnik uporabljajo kot eno od strategij za razvoj in kontrolo meja skupine, pa je pomemben tudi za kvantifikacijo popularnosti znotraj te skupine. Najstniki pogosto uporabljajo svoje mobilnike kolektivno – kažejo si sporočila, primerjajo pogostost, obliko in raznolikost klicev, ki jih vzpostavljajo ali sprejemajo. In vse to poteka na precej kompetitiven način. Je njihovih deset zadnjih klicev namenjenih komuniciranju s starši ali s prijatelji? Kako »kul« so shranjena sporočila? Koliko trikov in bližnjic na svojem mobilcu poznajo? Kako drzni in domišljjeni so njihovi klici? Koliko številk imajo shranjenih v svojem mobilcu? (Plant, 2000)



Slika 2.2

Mobilniki imajo funkcijo krepitve družbenih vezi in povezanosti z družbenim omrežjem.

Vir: (2002) Mobile minded. Ginko Press Inc., Paradise

Kot kažejo raziskave po svetu, ima pri najstnikih pred vsemi drugimi načini mobilnega komuniciranja prednost tekstovno. To velja tako za Veliko Britanijo (Taylor in Harper, 2001), Norveško (Ling in Yttri, 2001), kot tudi za Japonsko (Plant, 2000). Kot pravi Sadie Plant, so tokijski »keitai« otroci znani kot »oya yubi sedai« ali »the thumb generation«, se pravi »generacija palcev«. Palcev ne uporabljajo samo za upravljanje mobilnikov, celo na stvari

kažejo s palcem in pritiskajo z njimi na hišne zvonce. Ti otroci pa so vodilni svetovni »tekstpertici«. (glej Plant, 2000: 53) Japonska mladina ima od dva do pet prijateljev, s katerimi komunicirajo preko mobilnika. Med temi intimnimi prijatelji je intenzivnost komuniciranja zelo velika in od njih se pričakuje, da bodo eden drugemu ves čas na voljo. (Ito, 2001)

Gibson (2001) se sprašuje, kakšna sporočila si japonska »mobilna dekleta« tako nujno in goreče izmenjujejo? Nič posebnega, sporočila so ekvivalentna tistim, ki si jih sicer med poukom na listkih izmenjujejo za učiteljičinim hrbtom. Etnolog Truls Erik Johnsen pravi, da je SMS sporočilo⁶ darilo že samo po sebi. Njegova vsebina niti ni pomembna. Sporočilo ima pomen samo po sebi. Je način, da prejemniku povemo, da mislimo nanj. Izmenjava SMS sporočil potrjuje, da pripadamo neki socialni skupini. Istočasno pa SMS sporočila delujejo kot darila. Če nekemu pošljemo sporočilo, pričakujemo odgovor. Sporočilo je žeton za prijateljstvo ali ljubezen. Pomembno je, da prejemnik prepozna to simbolično vrednost in ga pošlje nazaj. Johnsen pravi, da ne smemo predlogo čakati, preden na SMS odgovorimo, ker se to lahko interpretira kot zavrnitev darila. Ta »teorija obdarovanja« je lahko ena od razlag, zakaj so postala SMS sporočila tako zelo popularna.⁷ (Garfalk, 2001)

Norveška raziskovalca (Ling in Yttri, 2001) sta ugotovila, da so eden izmed vzrokov za priljubljenost SMS sporočil tudi ekonomski dejavniki. SMS sporočila omogočajo ekonomsko uravnoteženo izmenjavo – stroški se delijo na oba udeleženca v komuniciranju, za razliko od pogovora, ko vse stroške nosi en sam. Poleg tega pa so tudi cenejša kot klici. Mladi pravijo, da začnejo pošiljati SMS sporočila takrat, ko nimajo skoraj nič več denarja na računu (najpogosteje uporabljajo predplačniški sistem). Pred tem pa se pogovarjajo. Ko nimajo na računu čisto nič več denarja, mladi iz moje fokus skupine mobilnik uporabljajo kot »pager«: *»Pokličeš, prekineš in tisti na drugi strani je obvezan, da te pokliče nazaj.«* Popolnoma sprejemljivo, le da težave nastopijo, ko imata oba prazen račun.

SMS sporočanje je zanimivo tudi zato, ker omogoča pisno izražanje občutkov in misli. Zahteva po kratkosti pa vzpodbuja sporočevalce, da so pristni, odkriti, neformalni, celo predrzni. Hitro predrejo led, hitro izrazijo namene, izvedejo povabilo, vse skupaj brez

⁶ SMS sporočilo je kratko sporočilo, ki vsebuje do 160 znakov.

⁷ Psihološko in socialno potrebo ljudi po povezovanju in druženju pa se izkorišča tudi komercialno – recimo mobilni operaterji in ponudniki storitev pri trženju svoje ponudbe. Kot pravi Carlo Longino, je logika čisto preprosta. Mobilnik omogoča ljudem komunikacijo s svojimi bližnjimi. Trik uspešne mobilne kampanje je izkoristiti to dejstvo tako, da ljudem ponudimo »kul stvari«, ki jih lahko med sabo delijo. Bistvo tega ni toliko vzpostavljanje odnosov med blagovno znamko in potrošnikom, ampak vzpostavljati odnose med potrošniki samimi (angl. *relationship marketing*). (Longino, 2002b) To je opaziti tudi na slovenskem trgu. Mobitelovi redni naročniki imajo recimo možnost ugodnosti, ki so jo poimenovali »Zveza ali Slovenska naveza«. Naročnikom omogoča, da na izbrano telefonsko številko oz. številke kličejo ceneje (in s tem poglobljajo zveze oz. naveze s svojimi prijatelji, intimnimi partnerji,...). Ponudnik storitev Debitel je svojo tovrstno ugodnost poimenoval »Ena ali Dve«. Simobilovi uporabniki se lahko povezujejo preko storitve »E-klapa«, preko katere si ustvarijo spletno družino, pošiljajo sporočila svojim prijateljem, si uredijo njihove podatke in se s svojim profilom predstavijo drugim. (vir: www.mobitel.si, www.simobil.si, www.debitel.si)

tveganja zadrege. (glej Plant, 2000: 56) Zaradi značilnega asinhronega diskurza posameznik lahko dobro premisli, kakšen učinek bo sporočilo imelo, preden ga sestavi in odpošlje. Če uporabimo Goffmanovo terminologijo, so sporočila odlično sredstvo za »ohranjanje obraza« (angl. *to maintain face*) oz. ohranjanje pozitivne podobe o sebi. To lahko posameznik ohrani s konsistentnostjo pozitivnih sporočil o sebi, ki jih oddaja sam, ostali udeleženci situacije ali jih proizvajajo drugi neosebni dejavniki v situaciji. (Goffman, 1967: 6) S tem, ko si pošiljatelj sporočila lahko vzame čas in ga preišljeno sestavi, ima več možnosti, da bo imelo to sporočilo želeni učinek, kot če mora v komunikacijski situaciji reagirati v trenutku in brez razmisleka.

Vse našteje karakteristike SMS sporočil (tekstovnost, kratkost, asinhroni diskurz) vzpodbujajo uporabo specifičnega nekonvencionalnega jezika, ki pomaga definirati občutek pripadnosti skupini, hkrati pa označuje skupino kot edinstveno in drugačno od drugih. Daje ji občutek intimnosti in solidarnosti. Mladi se naučijo besed in fraz, ki se uporabljajo v skupnosti.⁸ To je način izražanja pripadnosti skupnosti in način markiranja tistih, ki niso pripadniki.

Udeleženci moje fokus skupine so mi pokazali nekaj sporočil, ki si jih izmenjujejo s svojimi vrstniki.

- Povabilo na večerno zabavo:

wassss up bejb?? drink dons ob 20.00. irish pub? just be there! CUL⁹

- Sporočilo, ki se nanaša na najstniško TV serijo »Felicity« (udeleženka fokus skupine je preko SMS sporočil razpravljala s prijateljico o možnem nadaljevanju serije):

po moje je takole – oni hočejo, da mi mislmo, da je sla z b., ampak po moje nas hočejo nahecat in je sla z n. al pa s taksistom. hm :)

- Pozdrav s potovanja:

*Mi pijemo v nasi sobici, zamujas sneg, Ruse, enega iz Sanjine kategorije Lovable...
Pogresamo te! A+s+j*

⁸ Na strani slovenskega operaterja Mobitel najdemo seznam tovrstnih izrazov, ki so ga poimenovali »Slovenski kratkopis«. (vir: www.pinkponk.com) Jemljemo ga verjetno le kot enega od primerov, bolj ali manj umetno tvorbo, ker so uporabniki in njihova domišljija šli svojo pot. V vsakodnevni uporabi se tvori veliko novih fraz, izrazov, skrajšav, od katerih nekatere takoj utonejo v pozabo, druge pa se »primejo« in krožijo po zaslonih mobilcev.

⁹ CUL izhaja iz angleškega izraza »see you later«, se pravi »se vidimo kasneje«.

- Ljubezensko sporočilo:
za dezjem vedno sonce posije, in za soncem se dez vlije, ni življenja brez harmonije, in ves da ni pesmi brez melodije... tako se pocutim ko te ni ob meni...
- Eno od verižnih sporočil, ki kroži med mladimi:
PULZ: 200
TLAK 190/100
DUSEVNO STANJE: DEPRESIJA
KONCENTRACIJA: JE NI
STRAST: NI VEC MERLJIVA
DIAGNOZA: ODVISNOST OD TEBE
- Dopisovanje med poukom:
zlatko je iz minute v minuto manj zlat! sonca ni spljoh in dan ne obeta nic posebnega. kaksen je plan?

Glede na to, da je pri najstnikih šola pomemben del njihovega vsakdanjika sem udeležencem fokus skupine zastavila tudi vprašanje o uporabi mobilnikov v šoli. Priznali so, da je pisanje sporočil med poukom zanimiv in zelo adrenalinski doživljanj, saj če te pri tem dobijo, ti kazni ne uide. O tem, kako je z uporabo mobilnikov v šoli pa sem se pozanimala tudi na drugi strani. S pomočjo ankete sem pridobila osemindvajset odgovorov iz različnih srednjih šol po Sloveniji. Navajam tri, ki so najbolj izčrpni in reprezentativni:

- Gimnazija Jesenice:
»Mobilni telefoni so vsekakor postali tudi del šolskega življenja. Kar se tiče uporabe mobilnih telefonov v času pouka, imamo formalno opredeljeno (v šolskem hišnem redu), da v času pouka (med urami) uporaba mobilnih telefonov ni dovoljena (med odmori pa dijaki mobilne telefone lahko uporabljajo). Priznati moramo, da so se takrat, ko so mobilni telefoni prišli v uporabo, pojavile težave z zvonjenjem med poukom, zaradi tega je sedaj ta zadeva opredeljena v hišnem redu. Vsekakor pride tudi do kršitev, ki pa jih učitelji sami sankcionirajo. Te kršitve so redke in običajno nastopijo le zaradi tega, ker dijaki res pozabijo izklopiti mobilni telefon. Uporaba mobilnih telefonov nič kaj bistveno ne vpliva na potek pouka. Lahko pa rečemo, da vpliva na življenje dijakov (dogovarjanje,...).«

- Srednja zdravstvena šola Novo mesto:
»Uporabo mobilnikov med poukom smo opredelili s Hišnim redom. Če komu pozvoni telefon med poukom, če pošilja sporočila ali jih prejema, dobi ukor razrednika ali naslednji vzgojni ukrep (ki je na vrsti). Ugotavljamo, da mobilniki med poukom sploh niso moteči.«
- Poklicna in strokovna srednja šola Celje:
»Po hišnem redu je uporaba mobilnikov prepovedana v šoli. Če zadeva zazvoni, je odvisno od učitelja, ali opozori učenca. Bolj rigorozni učitelji pa mobilitel odvzamejo, dokler ne pridejo starši ponj v tajništvo.«

V vseh šolah, ki so odgovorile na zastavljeno vprašanje, imajo pravila uporabe zapisana v pravilniku šole. Mobilniki so očitno postali tako pomemben del življenja, da počasi njihov vpliv prodira tudi v institucionalne vidike našega življenja, kot to razvidno iz primera šol. Njihova prisotnost se je v izobraževalnih institucijah izkazala za tako močno, da je bilo potrebno dovoljene oz. prepovedane prakse uporabe mobilnikov formalno opredeliti z napisanimi pravili. Ta vidik nove normativne ureditve družbe bomo bolj podrobno obravnavali v enem od sledečih poglavij.

2.2.5 Izključenost iz trenutnega prostorskega konteksta in družbena izolacija

Poleg pozitivnih vplivov na družbeno povezovanje in vključevanje v skupnost ima mobilno komuniciranje tudi nasprotne učinke: posameznike izključuje iz trenutne fizične situacije in povečuje njihovo družbeno izolacijo.

S tem, ko se z njihovo uporabo omejujemo od fizičnega prostora, mobilniki podpirajo tendence k zmanjševanju novih poznanstev. Mobilno komuniciranje krepi povezave, ki so bile vzpostavljene v neposredni interakciji, in ne vzpostavljanja novih povezav. (Mackay, 1997: 292) Javni prostor postaja samo ozadje, v katerem posamezniki ohranjajo intimnost s tistimi na drugi strani telefonske linije. Medtem ko posamezniki zaradi večje intenzivnosti komuniciranja (ne glede na prostor ali čas) poglobljajo že vzpostavljene odnose, zmanjšujejo stike z (ne)znanci v neposrednem okolju. (Geser, 2000)

Ljudje uporabijo mobilnik tudi, ko se želijo namerno distancirati od fizičnega okolja – s tem drugim sporočajo, da so zaposleni in da se jih ne sme motiti. Ženske iz različnih delov sveta, s katerimi se je pogovarjala Sadie Plant (2000), so dejale, da se z mobilnikom počutijo bolj varne, zdi se jim, da imajo večji nadzor nad situacijo, še posebej pa so poudarile vrednost mobilnika kot »ščita« pred nezaželenimi pozornostmi iz okolice (angl. *phone-shield*). Podobno funkcijo so mobilcu pripisala tudi dekleta iz moje fokus skupine. Mobilnik

uporabljajo, kadar ne želijo, da jih kdo ogovori.¹⁰ Zelo dobrodošel pa je tudi, kadar so v neznanu družbi ali na zabavi in se nikakor ne morejo vključiti v skupino. Da ne izgledajo »brezvezne«, potem pokličejo svoje prijatelje ali pišejo SMS sporočila in s tem dajejo vtis, da so zaposlene.

Če pri nešteti primerih izključevanja iz fizičnega konteksta negativne učinke na drugi strani odtehta to, da se s tem krepijo povezave s tistimi na drugi strani telefonske linije in so negativne posledice s tem vsaj delno nevtralizirane, pa to težko rečemo za primer, ki sledi. Eden od Japonskih operaterjev ponuja storitve »virtualnih prijateljev«. Mnogi najstniki imajo celo množico »meru tomo« – dopisnih prijateljev, ki jih niso nikoli srečali in jih verjetno tudi ne bodo, poznajo se samo preko mobilnikov. Veliko teh prijateljstev vključuje konstruirane osebnosti in včasih kompleksna omrežja sumljivih povezav. Za nekatere najstnike so ti virtualni prijatelji celo nadomestilo za prave prijatelje, kot so recimo video igrice nadomestilo za »pravo življenje«. Eden od japonskih študentov je izrazil zaskrbljenost, da mladi »keitai« uporabniki postajajo manj zmožni neposredne družbene komunikacije. (glej Plant, 2000: 57)

Takšnih primerov mobilne zabave in navezovanja virtualnih poznanstev je veliko. Predstavljajmo si lep sončen dan, ura je ena popoldne. S prijateljem sedimo v mestu na kavi. Kar naenkrat se na našem mobilniku oglasi sirena. Hitro ga zgrabimo in pogledamo, kaj se dogaja. Robot, zamaskiran v privlačno mlado damo, stoji pred lokalom. Še preden lahko karkoli storimo, bum! Robot z laskersko puško razstreli steno za nami. Že naslednji trenutek ogenj vrnemo s popolnim uspehom – robot je uničen. Prijatelj nam čestita za uspeh. V resnici ni bil nihče ubit. Gre za igro »BotFighters«, prvo svetovno lokacijsko igro, ki jo je razvilo malo švedsko podjetje za mobilno brezžično zabavo It's Alive. S tem, ko so uporabniki priključeni na brezžično omrežje, se lahko borijo proti pravi živim nasprotnikom, ne proti računalniku. Igra se zlije s uporabnikovim vsakdanjim življenjem, z njegovo dnevno rutino. Njeni snovalci so igro opredelili kot »zavojevalno igro« (angl. *pervasive gaming*) in to mislijo zelo resno – edini način, da prenehaš z igranjem je ta, da ugasneš svoj mobilnik. Mobilnik je v igri hkrati radar in orožje, pravzaprav edini element v igri. Ko je sovražnik blizu, uporabnika o tem opozori. Potrebno se mu je dovolj približati, da se lahko uporabi orožje – nasprotnika lahko »ustreliš« s poslanim SMS sporočilom. (vir: www.botfighters.com; Frauenfelder, 2001)

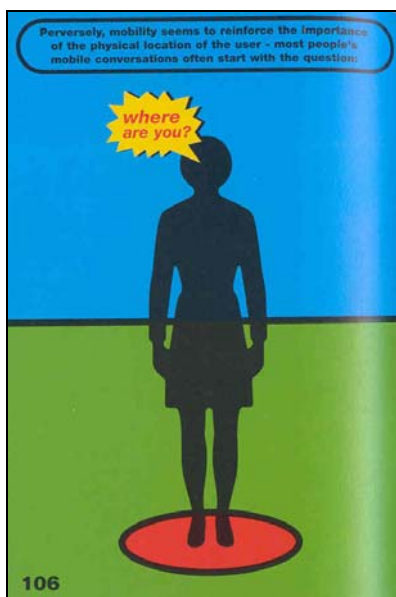
Poleg takšnih bolj kompleksnih iger pa jih obstaja ogromno bolj preprostih, ki so že del funkcij telefona ali se jih zelo preprosto na mobilnik naloži. To postaja zelo donosna

¹⁰ Goffman bi v tem primeru mobilnik poimenoval »marker«, objekt, ki označuje meje (ne)dostopnosti. Markerji so lahko različnih vrst in označujejo različne oblike teritorialnosti ali lastništva. Kot markerji so lahko uporabljeni fizični objekti, kot je to v primeru mobilnika, ali celo besede. (glej Goffman, 1971: 65, 66)

industrija, ki uporabnika prilepi na zaslon mobilnika in ga odlepi od vsega, kar se dogaja okrog njega.

2.2.6 Simultano igranje dveh vlog

»Psihološka mobilnost naredi vprašanje »Kje si?« za veliko več kot praktično vprašanje. To vprašanje je poskus kontekstualizirati in locirati to, kar bi bil sicer samo oddaljen glas. To vprašanje je tudi nekakšno priznanje dejstva, da mobilni uporabniki funkcionirajo v odmaknjenem, malo shizofreničnem svetu.« (Plant, 2000: 61)



Slika 2.3

Vir: (2002) Mobile minded. Ginko Press Inc., Paradise Drive.

Vsa človeška komunikacija do neke mere temelji na medsebojnem poznavanju udeležencev. Pri tem gre za vrednote, cilje, pa tudi za poznavanje preprostih dejstev, kot je kontekst¹¹, v katerem se v trenutku interakcije komunikacijska partnerja nahajata.

Klici na mobilnik lahko prihajajo v nepredvidljivih trenutkih in od uporabnika zahtevajo, da nenadoma preusmeri svojo pozornost. To je zelo neugodno v trenutkih, ko je recimo že vpleten v interakcijo ali se zelo zavzeto ukvarja z nečim drugim. Tovrstno komuniciranje zato od ljudi zahteva, da menjajo vloge in da uspejo svojo pozornost hitro preusmerjati v katerem koli trenutku. Pri mobilnih telefonih je to še toliko bolj izrazito, ker lahko klici ujamejo klicanega v zelo raznoliki množici mentalnih stanj, družbenih ali fizičnih okoliščin. Težavne situacije upravljanja s klicem, katerega namen in emocionalni register sta neskladna z okoljem, v katerem se oseba fizično nahaja, so lahko celo komične. Določeni

¹¹ Argyle (1992) poudari, da je pri komunikaciji za jasnost sporočil zelo pomembno, da komunikacijska partnerja poznata kontekst, v katerega je drugi vpleten (poleg tega, da govorita isti jezik in da imata nek skupen fond informacij).

pogovori lahko vzpodbudijo emocionalne in telesne reakcije, ki so nekompatibilne s percepcijo fizičnega okolja. Mobilni uporabniki pogosto izgledajo, kot da ne vedo, kaj bi sami s sabo, ne vedo, kako oblikovati ton glasu in držo, ki normalno spremlja tovrstni pogovor. Mobilniki zahtevajo, da uporabniki upravljajo s prepletanjem fizične in pogovorne situacije tako, da upoštevajo obe. Veliko mobilnih uporabnikov se je naučilo funkcionirati hkrati v dveh svetovih v psihološkem smislu. To pa še zdaleč ni preprosto, saj kot pravi Goffman (1967: 113, 114) »...ima pogovor svoje lastno življenje in svoje lastne zahteve. Je majhen socialni sistem s tendencami po ohranjanju svojih meja; je majhen svet z lastnimi heroji in malopridneži, ki ga povezujejo zaveze in lojalnost.«

Plantova (2000) opredeli tri načine, kako se prejemnik klica lahko obnaša:

- »pobeg« (angl. *flight*): uporabnik se takoj distancira od dogajanja v fizičnem okolju, odide z mesta interakcije in se posveti izključno klicu;
- »začasna ustavitev« (angl. *suspension*): mobilni uporabnik ostane prisoten na prostoru neposrednega dogajanja, vendar se popolnoma posveti klicu;
- »vztrajanje« (angl. *persistence*): mobilni uporabniki ostajajo prisotni v dogajanju v svojem fizičnem okolju in se hkrati odzovejo na klic.

Mobilniki so povzročili tudi vzpostavitev nove vloge »čakajočega opazovalca« (angl. *hanging bystander*), ki se med klicem ukvarja s »strategijo čakanja« (angl. *waiting strategy*) – z razmišljanjem o tem, ali in kako bo nadaljeval interakcijo, ko bo klic končan. (Ling v Geser, 2000) Z nadomestno neverbalno komunikacijo pa se lahko nekdo, ki se pogovarja po telefonu, obrača tudi na tiste, ki stojijo ob njem: da jim sporoči, da so še vedno pomembni, čeprav je pozornost usmerjena na sogovornika preko telefona ali da jim sporoči, naj počakajo, ker želi po zaključenem telefonskem pogovoru z njimi nadaljevati interakcijo.

Kljub vsej obzirnosti do tistega, ki čaka, pa je 18-letnik iz moje fokus skupine poudaril, da ničesar ne sovraži bolj, kot to, da se z nekom pogovarja in ju prekine klic na mobilnik. Le redke situacije so po njegovem tako nujne, da tisti na drugi strani linije ne more počakati še nekaj minutk na povratni klic. Medtem ko čaka, se počuti kot drugorazredni sogovornik, ki si ne zasluži zaključene pozornosti. Poleg tega pa mu je zelo nelagodno, ko je prisiljen poslušati pogovor drugih in se ne znajde prav dobro, kako bi ravnal.

Geser (2000) opozarja na to, da je v primerjavi z branjem časopisa ali poslušanjem »Walkmana« uporaba mobilnika bolj agresiven način izključevanja iz okolice. Poleg tega, da ima lahko ob sebi sogovorce, ki jih za čas pogovora po mobilniku zapostavi, lahko s pogovori zmoti zasebnost ostalih prisotnih, še posebej v primerih, ko se ti ne morejo umakniti (avtobusi, restavracije,...). Ko se uporaba mobilnikov širi, je čedalje večji vdor zasebnega obnašanja v sfero javnosti. Ko se uporabniki mobilnikov pogovarjajo po telefonu, so hkrati v

dveh sferah - v tisti, ki jo zasedajo fizično in v virtualni sferi svojega pogovora. Medtem ko so ljudje doma v pogovorih preko stacionarnega telefona v sproščeni situaciji »izza odra«, ki jim dovoljuje, da se popolnoma posvetijo klicu, pa je v primeru klica na mobilnik prejemnik pogosto vpleten v dogajanje »na odru«. To od njega zahteva, da se hkrati vključi v dve zahtevni (in pogosto konfliktni) aktivnosti. Večja je razlika med vedenjskimi zahtevami obeh sfer, težje je situacijo obvladovati. Zelo raznolik spekter dejavnikov določa, kako prejemnik na klic reagira, kako izdelano in intimno je njegovo verbalno izražanje, katerim od tem se poskuša izogniti itd. Iluzija intimnosti, ki jo ustvari dejstvo, da pogovor preko mobilnika poteka v dvoje, spodbuja sogovornika, da govorita o stvareh, ki niso primerne, da jih slišijo ostali prisotni. Pogosto se uporabniki obnašajo, kot da so sami v prostoru. Ne zmorejo hkrati obvladovati fizičnega prostora, v katerem se nahajajo, in virtualnega prostora, v katerem teče mobilno komuniciranje.

Odnos do mobilnika se giba na kontinuumu od oboževanja do sovraštva, odvisno od tega, v kakšno pozicijo nas postavi. V vsakem primeru pa je mobilnik še relativno nov objekt v našem življenju, okoli katerega se še ni oblikoval popoln konsenz o tem, kaj je sprejemljivo in kaj ne. Ko bodo pravila igre bolj jasna, bo verjetno tudi obvladovanje bolj ali manj neprijetnih situacij manj neprijetno, kot je to danes.

2.2.7 Integracija vlog

Geser (2000) ugotavlja, da mobilniki lahko pomagajo posameznikom zmanjševati pritiske, ki jih prinašajo različne vloge in njihova fragmentacija (značilna za visoko kompleksna okolja), na dva načina: z večanjem zmožnosti združevanja in koordinacije različnih (simultanih) vlog ter s povečevanjem zmožnosti ohranjanja vlog, ki zahtevajo neomejeno vpletenost (angl. *pervasive roles*).

Posamezniki v modernih družbah kombinirajo množico različnih vlog. Individualizacija se je povzpela do te ravni, da vsaka oseba izdelava svoj značilen set vlog in svojo specifično pot menjave vlog skozi čas. Vsaka vloga zahteva fizično prisotnost na specifičnem kraju (delovno mesto, dom, cerkev, šola,...). Usklajevanje različnih vlog pomeni razporejanje vlog v časovnem sosledju ter stresno prostorsko mobilnost posameznika. Z možnostjo, da posameznik menjava vloge, ne da bi spremenil svojo prostorsko lokacijo, mobilni telefoni olajšajo harmonizacijo dolžnosti, ki jih zahtevajo različne vloge. Diahrono menjavanje vlog nadomesti skoraj sinhrono izpolnjevanje raznolikih nalog. Primer, ki ga predstavi Geser (2000): ženske lahko izpolnjujejo nekatere svoje materinske dolžnosti »na

daljavo«, medtem ko so na delu (angl. *remote mothering*), po drugi strani pa lahko izpolnjujejo nekatere od delovnih dolžnosti, medtem ko so matere (angl. *remote work*).

Poleg kombiniranja različnih vlog pa mobilniki omogočajo tudi stalno dostopnost tistih, katerih vloge to zahtevajo: matere so vedno na voljo svojim otrokom, managerji so dostopni vsak trenutek, ne glede na to, če so na dopustu, na potovanju,... Uporaba mobilnikov je v tem primeru namenjena izmenjavi informacij, ki omogočajo vzdrževanje normalnega toka vsakodnevnega življenja. Ling in Yttri (2001) ugotavljata, da čeprav se na prvi pogled to zdi ekspresivna funkcija, ima v veliki meri tudi instrumentalni aspekt. Mobilnik se v tej vlogi v glavnem uporablja za konkretne dogovore in pogovore o praktičnih vprašanjih (če je eden od staršev pozen iz službe, o tem obvesti svoje otroke in partnerja,...). Mobilnik je odlično sredstvo za usklajevanje in prepletanje zasebnega življenja in dela.

Z udeleženci moje fokus skupine smo ugotovili, da prihaja med starši in otroci do določene razlike v percepciji uporabe mobilnikov. Starši želijo, da imajo njihovi otroci mobilnike predvsem zaradi varnosti - da jih lahko pokličejo kadarkoli in kjerkoli, če se jim slučajno kaj neprijetnega pripeti. To kar starši poimenujejo skrb za varnost, otroci pogosto vidijo kot kontrolo nad njimi. Sicer pa mladi priznavajo, da je mobilnik tudi osvobajajoč, ker jim starši po drugi strani tudi veliko več dovolijo, le da jim obljubijo, da jih večkrat poklicali in obveščali o dogajanju. Ugotovili pa smo tudi, da mobilnik zahteva veliko stopnjo zaupanja med otroki in starši, saj si morajo verjeti na besedo. Zelo preprosto je namreč reči staršem, da spiš pri prijateljici, v resnici pa ponočuješ zunaj s prijatelji.

Družine so z mobilnikom pridobile novega člana, ki deluje kot povezovalni člen med posamezniki in je pomemben element pri upravljanju sodobnega družinskega življenja.

2.2.8 Nove oblike intimnega povezovanja

»No, in potem deset let pozneje druga prijateljica doživi podoben začetek usodne romance. Z SMS-om. Bukowski poezija. Dovolj intriganten in vznemirljiv, da mu odgovori v enakem stilu. In on odgovori nazaj, in tako naprej. Igra asociacij. In potem finale: blind date. Po verjetnostnem računu se ne bi izšlo. V življenju se je. Zdaj je prvič v življenju zaljubljena do onemoglosti. In še zmeraj si pošiljata sporočila.« (Milek, 2002)

Mobilnik je sredstvo, ki je spremenilo ljubezensko povezovanje. Kako lahko je poslati SMS sporočilo z vsebino »konec je, dragi«, v primerjavi s tem, da to povemo neposredno v obraz in prenašamo čustvene izbruhe z nalivom solz. Je pa tudi v razmerjih intimne narave tako, da imajo mobilniki lahko osvobajajočo vlogo ali pa so sredstvo represije.

Sadie Plant je veliko ljudi zaupalo, da jim mobilniki olajšajo laganje partnerjem o občutkih in namerah. Veliko jih je priznalo, da preverja mobilnike svojih partnerjev, če imajo kaka sumljiva sporočila ali klice. Veliko jih zato uporablja dva mobilnika, enega za splošno uporabo, drugega za ljubezenska razmerja. Eden od anketirancev v Londonu je slednjega poimenoval kot »shagbile« (mobilnik za »grobe« klice). Po možnosti so »ljubezenski« mobilniki vezani na predplačni sistem, kjer je v nasprotju z naročniškim zagotovljena uporabnikova anonimnost. (glej Plant, 2000: 55) Veliko zvez, ki so preveč »mobilizirane«, postane pretesnih. Dekle iz moje fokus skupine (17-letnica) je omenilo, da je pustila fanta, ker jo je neprestano klical in uporabljal mobilnik za preverjanje, kje je, kaj dela...

Na Japonskem je mobilnik vzpodbudil na primer popularnost »enjo kosai«, plačanega zmenka. Telefonski klubi so bili vedno zelo priljubljen način med študentkami in šolarkami, kot tudi zaposlenimi ženskami in gospodinjami za vzpostavljanje kontaktov s potencialnimi ljubimci. Zasebnost, anonimnost in mobilnost, ki jih omogoča mobilnik, so tovrstne kontakte še olajšali. Mobilniki se uporabljajo za objavljanje ali branje malih oglasov na mnogih temu namenjenih straneh mobilnega interneta¹². (glej Plant, 2000: 59)

Na Švedskem se storitev za iskanje zmenkov imenuje »Flirtylizer«. Osnovna ideja je ta, da uporabnik pošlje SMS ljubezensko sporočilo tistemu, s katerim bi šel rad na zmenek. Prejemnik mora ugotoviti, od koga je sporočilo, s tem da pošlje sporočilo »osumljenemu«. Če ugotovi, od koga je sporočilo prišlo, je ta razkrit in par lahko naredi naslednji korak. Če ne ugotovi pravega pošiljatelja, začne flirtanje z nekom novim. (Stroud, 2001) Podobno storitev SMS flirtanja ponuja slovenski Simobil – »SMS Flirt«:

»Predstavi se, poišči nove prijatelje in klepetaj z njimi s svojim telefonom! Povej, kakšen si, zaupaj nam, kakšno osebo iščeš, in zabava se lahko začne! Ustvari svoj profil, potem pa s svojega telefona pošlji ključno besedo FLIRT na številko 9454. Kar pogumno, tvojega imena in številke ne bomo izdali nikomur, saj te bodo novi prijatelji poznali le po vzdevku. SMS Flirt, res fina zadeva za vse Si.mobilne.« (vir: www.simobil.si)

Radosti in razočaranja starih strategij približevanja nasprotnemu spolu so se umaknila novim napravam in storitvam, ki so ekvivalent za staro klasiko – recimo insceniranje slučajnega srečanja v dvigalu ali povabilo na pijačo v baru. Če bi veliki klasiki filmskega

¹² Predhodnik storitev, ki jih na Japonskem za ljubezensko povezovanje danes ponujajo mobilniki, je bil »Lovegety«, majhen radijski oddajnik, ki je obstajal v ženski in moški različici. Ta je oddajal signal in ga pošiljal vsem ostalim imetnikom naprave, ki so bili oddaljeni največ pet metrov. Signali so bili definirani glede na to, kakšen je bil interes imetnika »Lovegetyja« - pogovor, zmenek ali veza. Če se je partner z ustreznim profilom znašel v bližini, je naprava začela piskati. V štirih mesecih, odkar je prišel na trg, je bilo v uporabi 400.000 »Lovegetyjev«. (Japan's lonely hearts find each other with »Lovegety«, www.cnn.com)

zapeljevanja živeli danes, bi bili Humprey Bogart, Clark Gable ali Richard Burton nedvomno opremljeni z mobilnikom. Kot je recimo junak v danskem (dogmatskem) filmu »Staro, novo, sposojeno in modro«, ko pokliče svojo simpatijo na njeno poroko (tik preden ta dahne usodni da) in ji sicer nič kaj spevno, a kljub temu uspešno zapoje preko mobilnika, da si želi preživeti preostanek življenja z njo. In ona seveda zapusti nesojenega ženina pred oltarjem in pobegne s svojim ljubimcem... Kako že? ...srečna do konca svojih dni.¹³

2.2.9 Spremenjena samoprezentacija

Samoprezentacija je pomemben del naših vsakdanjih interakcij, kot pravi Goffman (2002) ne le za vplivanje na našo javno podobo, temveč tudi za vzpostavljanje naše lastne identitete. Mobilnik je v kontekstu mobilnih komunikacij kot element samoprezentacije prisoten na dveh nivojih – eno je sama pojavnost mobilnika kot objekta (model, vsi elementi »okraševanja« telefona,...), drugo pa je samoprezentacija ob uporabi mobilnika. Tako izgled mobilnika kot tudi njegova uporaba imata simbolični pomen.

Mladi so še posebej tisti, ki sledijo modnim smernicam, tudi ko gre za mobilno komuniciranje. Šteje vse - od barve mobilnika, do melodije zvonjenja, grafik,... Vse to da njihovim mobilnikom osebno noto, ki jih po eni strani naredi unikatne, po drugi strani pa jih zaradi sledenja zapovedim poveže s skupino vrstnikov. Najstnice v Hong Kongu imajo svoje mobilnike prelepljene z vpadljivimi nalepkami, ki se svetijo, utripajo,... V mnogih delih Jugovzhodne Azije dekleta nosijo mobilnike kot funkcionalni del nakita. (Plant, 2000)

Tudi podatki, zbrani s skupinskimi intervjuji med mladimi v Londonu, govorijo o tem, da je zelo pomembno, kaj znamka telefona, model in barva govorijo o njegovem imetniku. (Taylor in Harper, 2001) Nič drugače ni s slovenskimi najstniki - eden od udeležencev moje fokus skupine mi mobilnika celo ni hotel pokazati, ker naj bi bil prestar in ne v skladu z modnimi zapovedmi.

Razkazovanje mobilnikov je stvar mode, stila, hkrati pa je mobilnik tudi funkcionalna naprava, ki jo imamo nekje izpostavljeno tudi samo zato, da je pri roki. Udeleženci fokus skupine so zatrdili, da imajo svoje mobilnike kje zunaj (recimo na mizi v lokalni) v večini primerov samo zato, ker je tako bolj praktično. Če telefon zazvoni ali dobijo sporočilo, to takoj opazijo in se lahko hitro javijo. Le redko mobilnik kažejo zato, da bi pritegnili pozornost. Kot so mi zaupali, tako ali tako nimajo denarja za najboljše in najdražje modele.

¹³ Ko smo že pri filmih, tudi mobilniki so dobili svoj filmski festival. V New Orleansu so v okviru letne konference mobilnih in internet operaterjev izvedli »World Smallest Film Festival«, da bi prikazali možnosti filmske produkcije za mobilnike. Na festival je svoja dela prijavilo več kot sto, v glavnem neodvisnih avtorjev. (Iwatani, 2003)

Če bi imeli recimo katerega od novih modelov s fotoaparatom, bi pa to sigurno hoteli pokazati svojim vrstnikom. Tako na funkcionalne potrebe uporabnikov kot na modne zahteve in trende pa so se odzvali tudi oblikovalci oblačil – delajo torbe s posebnimi žepki za mobilnike, jakne in hlače z majhnimi žepi, posebne etuije za nošenje mobilnikov in podobno. Vse to zato, da bi bili mobilniki »pravilno« izpostavljeni, vedno blizu in pri roki.



Slika 2.4

Mobilnik je na Japonskem fetiš, močno personaliziran objekt, dekoriran z nalepkami, trakci in antenami. K okraševanju spadajo tudi slikice – ohranjevalniki zaslona, melodije zvonjenja, ... ki se jih navadno vsake toliko časa zamenja in predstavljajo donosen posel.

Vir: (2002) Mobile minded. Ginko Press Inc., Paradise Drive.

Mobilnik pa je v družbeni prostor prinesel še eno novo obliko vedenja - »nastopaško telefoniranje« z namenom očaranja »občinstva«. Fantje svojemu prijatelju preko mobilnika recimo jasno in glasno razlagajo, kako so osvojili neko dekle. Vendar takšno »strateško samopredstavljanje«, kot ga poimenuje Uletova (1997: 214), ko posamezniki zavestno manipulirajo s svojim samopredstavljanjem, ponavadi ni preveč uspešno, saj ga interakcijski partnerji praviloma hitro razkrijejo. Enemu od takšnih primerov razkritja sem bila priča med vožnjo na mestnem avtobusu, ko se je fant v prisotnosti svojih prijateljev po mobilniku dogovarja za zmenek z nekim dekletom, tisti trenutek pa mu je mobilnik še zazvoni. V trenutku je bilo vsem jasno, da je ves prizor samo zaigran.

Kot odgovor na nove fiziološke in psihološke potrebe, ki so jih sprožili mobilniki in njihova uporaba, so ljudje razvili nove oblike mimike in gestikulacije, ki jih uporabljajo v svojem vsakdanjem življenju. Spreminjajo se načini, kako uporabljamo svoje telo, prste, palce, roke in oči, medtem ko kličemo ali prevzemamo klice, pošiljamo ali prejemamo sporočila. O tem, kako smo ustvarili smo nov jezik telesa, ki ga lahko opazujemo povsod po svetu, je naredila zaključke Sadie Plant (2000). Tisti, ki se pogovarjajo po mobilniku v javnosti, zavzemajo eno od dveh telesnih poz: »lahkotno komuniciranje« (angl. *speakeasy*) ali »odmaknjeno komuniciranje« (angl. *spacemaker*). Prvi se držijo vzravnano, z glavo pokonci

dajejo videz samozavesti. Jasno izražajo, da ne želijo, da jih kdo zmoti pri njihovem početju. Druga poza daje vtis introvertnosti, umaknjenosti od zunanjega dogajanja, še posebej v kontekstu živahnega dogajanja na mestnih ulicah. Na ta način si posameznik zagotovi zasebnost, iz katere je zunanji svet vidno izključen. Drži se rahlo naprej, ponavadi je obrnjen stran od ostalega dogajanja – proti steni ali se giba (lahko v krogih, sem in tja...), medtem ko govori. Eno roko uporablja, da drži mobilnik, drugo pa da zmanjša (resnični ali namišljen) zunanji hrup.

Plantova (2000) je opredelila tudi nekatere značilnosti uporabe različnih funkcij mobilnika. Tisti, ki so manj vajeni uporabe mobilnikov, ga ponavadi držijo v eni roki, medtem ko z drugo roko (z enim ali več prsti) pritiskajo na tipke (angl. *the phone tap*). Bolj spretni in izkušeni uporabniki mobilcev držijo navadno mobilnik v eni roki in dostopajo do tipk s palcem te iste roke (angl. *the gentle touch*), medtem pa na tipkovnico skoraj ne pogledajo. Njihovo popolno poznavanje le-te je zanje popolnoma naravno. Njihovi gibi so čisto minimalni, s palcem mirno in kontrolirano brzijo po tipkah. Na Japonskem se palci še bolj zaposleni: s palcema obeh rok igrajo igrice, za pisanje sporočil in upravljanje klicev pa uporabljajo enega.

Obstajajo tudi variacije v tem, kako ljudje med pogovorom premikajo oči. Nekateri jih ves čas živahno sprehajajo po okolici, vzpostavljajo bežne kontakte z ljudmi v bližini. Drugi pa svoj pogled usmerijo na eno točko ali se zazrejo nekam v prazno. (Plant, 2000)

Mobilniki so nedvomno postali del naše samoekspresije, njene zavedne in nezavedne dimenzije. Če smo jih nekoč diskretno nosili nekje skrite in jih uporabljali obzirno do svoje okolice, pa je danes situacija precej drugačna. Postajajo običajen del družbenih situacij in skupaj z drugimi sporočili, ki jih o sebi oddajamo naši okolici, o nas veliko povedo.

2.3 Transformacije v makro sferi

»Brezžične tehnologije so najboljši način, da postane online večina svetovne populacije. Ožičenje (wiring) sveta v preteklem stoletju, od telegrafa do interneta, je povzročilo uničenje starih socialnih vzorcev in prepeljalo do vzpostavitve novih. Postavitev brezžične infrastrukture pa bo v prihodnjih desetletjih prav tako temeljito pretreslo sedanjo družbeno ureditev.« (Rheingold, 2002)

Družba kot celota se zaradi neke tehnologije fundamentalno ne spremeni, dokler ta ne doseže določene ravni penetracije med populacijo. Tehnološke inovacije uspejo le, če zmorejo prepričati signifikanten del ljudi, da bodo doprinesle h kakovosti njihovih življenj. Spremembe v družbi se dogajajo zelo počasi, v veliko majhnih dogodkih, ki se zgodijo v vsakodnevem življenju posameznikov, njihovih družin, prijateljev in sodelavcev.

2.3.1 Preobrati v družbeno-politični ureditvi

Mobilniki uvajajo v lokacijsko determiniran družbeni red element entropije, ker spodbujajo dvostranske mikrosocialne komunikacijske odnose. Ti producirajo kaos, ker se dogajajo neodvisno eden od drugega in jih nobena centralizirana organizacija ne more opazovati, kaj šele nadzorovati.¹⁴ (Agre v Geser, 2001)

Eden prvih primerov, ki je pokazal močan družbeno-politični potencial mobilnih komunikacij, je revolucija, ki se je leta 2001 zgodila na Filipinih. Kot pravi avtor članka »The TXT Revolution«:

»Nekaj pomembnega se je zgodilo v odnosu med politiko, ljudmi in tehnologijo. Pred tednom so bili mobilniki samo nekaj več kot igrače, naprave za flirtanje, za hitre in preproste dogovore, za pošiljanje neslanih šal. V petek pa so, prvič v zgodovini, povzročili revolucijo. V revolucijah je bil včasih običajen izrek, da mora ostati v bitki smodnik suh, danes pa je ključna stvar, da ne ostanemo brez delujočega mobilnika.« (Parry, 2001)

SMS sporočila so pomagala pri mobiliziranju milijona ljudi in množične demonstracije so pripeljale do odstopa predsednika Estrade. Mobilnik je postal simbol te revolucije. (Pimentel, 2001; Arnold, 2000; Bociurkiw, 2001; Rafel, 2002) SMS sporočila

¹⁴ Veliko monarhov in diktatorjev je prepovedalo tovrstno povezovanje, ker so v njem videli grožnjo svojemu sistemu. Ko je Stalin ugotovil uporabno vrednost telefona, je izjavil: *»Ne morem si predstavljati drugega močnejšega orožja proti revoluciji v našem času.« (Couch, 1996: 170)*

so na Filipinih ostala zelo priljubljena tudi po revoluciji. Celo do te mere, da so uporabniki sprožili pošiljanje sporočil kot je recimo: »Der is lyf Byond txtng. Get 1!«.¹⁵ (Torres, 2001)

»Učinek snežne kepe« (angl. *snowball effect*), ki vodi k hitro rastoči bazi aktivnih članov ali simpatizerjev, se lahko zgodi samo, kadar je zagotovljena široka aktivna participacija. (Geser, 2000) Tovrstno širjenje sporočil zahteva, da so sporočila zelo preprosta, da se ne popačijo v procesu večfaznega širjenja. S tekstovnimi sporočili, kot so SMS sporočila, je to popačenje minimalno, ker se sporočila reproducirajo in razpošiljajo v izvorni obliki. Možnosti za hitro kolektivno aktivacijo je večja v skupinah z velikim številom aktivnih članov, ki delujejo kot prenašalci sporočil. Eno od sporočil v filipinski revoluciji se je glasilo: »Military nids 2 c 1 milion critical mass. pls join. pas on.«¹⁶ (Plant, 2000: 75)

Bolj nedavna zgodba je ta o demonstracijah proti vojni v Iraku, ki so bile prav tako podprte z mobilno komunikacijo. Te dogodke opisuje avtor članka »Smart Mobs: Activists go Wireless.«:

»Dan preden so koalicijske sile napadle Irak se je v San Franciscu zbralo približno 100.000 protivojnih protestnikov. Nad glavami so jim krožili helikopterji, sirene so glasno tulile, na ulicah je bilo na stotine policajev. Z demonstranti so se igrali igro mačke z mišjo. Vendar so ti uspeli vedno ostati korak pred policijo; koordinirali so se s pomočjo klicev preko mobilnikov, s pomočjo SMS sporočil in piratskih radijskih postaj.« (McKay, 2003b)

Sodobni protestniki poleg mobilnikov uporabljajo še številne druge dosežke sodobne tehnologije, ki v povezavi s tehnologijo mobilnih komunikacij postanejo učinkovito sredstvo tako za koordinacijo, kot tudi za distribucijo sporočil javnosti. (Anti-war protesters go digital, www.cnn.com)

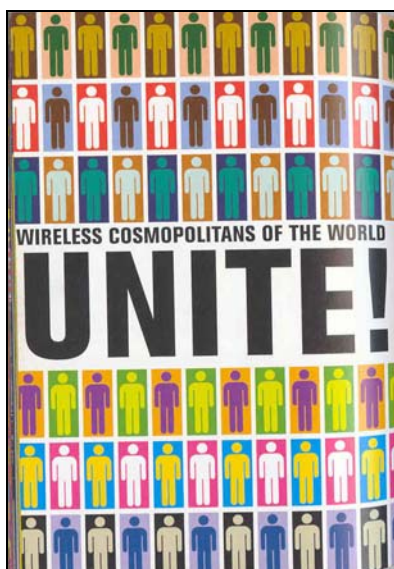
Zelo popularen termin, na katerega zadnje čase pogosto naletimo v povezavi z mobilniki in družbeno-političnim aktivizmom, je »moblogging« (iz angl. izraza *mobile web logging*). »Moblogging« izhaja iz »weblogginga«¹⁷, ki je bil znan že veliko pred prevlado

¹⁵ »There is life beyond texting. Get one!« (Življenje je tudi drugje, ne samo v pošiljanju sporočil. Živi ga!)

¹⁶ »Military needs to see one milion critical mass. Please join. Pas on.« (Vojska mora videti en milijon kritične mase ljudi. Pridruži se. Pošlji sporočilo naprej.)

¹⁷ »Blogs« ali »weblogs« (termin bi lahko poslovenili kot »spletni dnevnik«) predstavljajo posebno spletno stran ali podstran, ki obiskovalcu omogoča, da prek posebnega vmesnika svoje mnenje, ideje, razmišljanja, novice, informacije, poročila, fotografije in ostala gradiva umesti na spletno stran ter s tem prispeva k oblikovanju in razvoju nadaljnjih vsebin. »Blogs« so primerni tako za vzpostavljanje nove oblike komuniciranja v poslovnem življenju kot tudi v zasebnem. So osebni, objavljeni brez cenzure in predstavljajo del skupnosti, ki jo hkrati tvorijo z vzpostavljanjem komunikacije med njenimi člani.

mobilnikov¹⁸. Mobilnik (ali kako podobno napravo) uporabljamo za objavo najrazličnejših vsebin na spletu - to je lahko tekst, slike ali druge vrste datotek, lahko pa tudi kombinacija več njih. (vir: www.marginwalker.org) Na spletni strani www.moblogging.org najdemo (poleg podrobnih navodil in trikov, kako lahko telekomunikacijske tehnologije uporabimo za uspešno izvajanje demonstracij in prelisičenje policije) tudi primere, ko je bila tehnologija v ta namen že uspešno uporabljena. Recimo za londonske protivojne proteste (vojna v Iraku) je imel BBC posebno stran, kjer je lahko vsakdo objavljajal slike. Drugi primer je protestnik v San Franciscu, ki je hodil naokrog kot »WiFi točka«¹⁹ in je neprekinjeno objavljajal novice na svoji spletni strani. (vir: www.moblogging.org)



Slika 2.5

Mobilno komuniciranje omogoča povezovanje ljudi po vsem svetu in ima s tem ogromen mobilizacijski potencial.

Vir: (2002) Mobile minded. Ginko Press Inc., Paradise Drive.

Še en primer ogromne mobilizacijske in koordinacijske moči sodobnih tehnologij je projekt, ki so ga poimenovali »Flash Mobs«. Tukaj ta moč ni usmerjena k posebnemu cilju, ampak je sama sebi namen, gotovo pa je to odlična šola za vse prihodnje aktiviste, ne glede na njihove namene. Primer: od sto do tristo ljudi (po različnih podatkih) se je 24. julija 2003 zbralo v Rimu v veliki prodajalni knjig in glasbe. Prodajalce so spraševali za knjige, ki ne obstajajo. Naenkrat so sprožili spontano ploskanje. In potem izginili. Nepričakovano, kot so se pojavili. Podobni dogodki so se zgodili tudi v nekaterih drugih večjih mestih po svetu – v New Yorku, v Minneapolisu, na Dunaj, v Dallas, v Bostonu, v Birmingham,... in tudi že v Ljubljani. Precej velika množica ljudi se naenkrat pojavi, izvede preprosto predstavo in izgine

¹⁸ Eden prvih, ki je logiko »weblogov« uporabil v povezavi z mobilniki, je bil Joi Ito (brat že večkrat omenjene Mizuko Ito, za katera Howard Rheingold pravi, da sta tokijski del plemena, ki živi v prihodnosti. (glej Rheingold, 2002: 4). Velja za pionirja »moblogginga« in tudi sicer se njegov »moblogg« pogosto navaja ob definicijah kot tipski primer: <http://joi.ito.com/moblog/>.

¹⁹ »Wi-Fi« (kratica za Wireless Fidelity) je popularno ime za visokofrekvenčno lokalno brezžično omrežje (WLAN). (vir: www.whatis.com)

v nekaj minutah. Vsak v svojo smer. Projekt »Flash Mobs« se epidemično širi po vsem svetu. (vir: www.flashmob.info; <http://cheesebikini.web.aplus.net>; Cerar, 2003)

Velika moč rekrutacije, ki jo ima mobilno komuniciranje, se povezuje z nezmožnostjo nadzora le-tega. To se sliši kot magična kombinacija za upor proti centraliziranim sistemom moči. Našteti primeri so verjetno šele napoved potenciala, ki ga mobilno komuniciranje na tem področju prinaša.

2.3.2 Ustvarjanje vitalnega potenciala za manj razvite

Tehnologija mobilnih komunikacij ima veliko več potenciala pri vključevanju manj razvitih narodov v sfero digitalnega komuniciranja kot računalniška tehnologija. Že v letu 2001 je imelo več kot 100 narodov (mnogi med njimi so afriški) več mobilnih kot stacionarnih telefonskih priključkov. V primerjavi z osebnimi računalniki in internetom mobilne telefone danes uporabljajo ljudje iz različnih družbenih slojev po vsem svetu. Ena od značilnosti prodora uporabe mobilnega telefona je vključevanje množic nepismene populacije iz manj razvitih držav južne poloble, ki ne bodo nikoli imele denarja za nakup osebnega računalnika in ki nimajo niti infrastrukture za vključevanje v tradicionalne povezave s stacionarnimi telefoni.

V Indiji, kjer 70% ljudi živi v ruralnih predelih in kjer nimajo dostopa do elektrike in telefonov, načrtujejo v vasi z zelo slabimi pogoji za življenje prinesiti napredek na poseben način. Njihov cilj je, da s pomočjo telekomunikacij in IT-ja okrepijo distribucijsko omrežje kmetijskih produktov. V ta namen bodo vzpostavili tri omrežja – telefonsko, internetno in transportno, ki se bodo medsebojno povezovala in podpirala. Vsaka vas bo dobila mobilni telefon, s katerim bo upravljali vozički na kolesu. Hkrati si bo deset vasi delilo po en tovornjak, ki bo njihove produkte odpeljal na trg. Mobilne telefone bodo uporabljali za to, da se bodo s šoferjem dogovorili za prevzem. Dostop do interneta si bo prav tako delilo med sabo deset vasi, služil pa bo temu, da bodo kmetje preverili, na katerem trgu lahko dosežejo najvišje cene svojih produktov.²⁰ (Kumar, 2002)

V Afriki se sateliti in mobilna tehnologija uporabljajo za poučevanje na dveh nivojih – eno so izobraževalne institucije (kolikor so sploh vzpostavljene), drugo je splošno izobraževanje skupnosti, še posebej žensk, o temah kot so zdravje, osebna higiena, vzgoja otrok in podobno. (Goldman, 2003) Prodaja mobilnikov, ki stanejo v Afriki približno sto dolarjev, ni ravno preprosta stvar. Večina prebivalstva tukaj preživi z dvema dolarjema na

dan. Vendar pa je raba mobilnikov kljub temu precej razširjena. To je omogočil dostop do teh naprav na nivoju skupnosti. Večina revnega prebivalstva si lastnega mobilnika sicer res ne more privoščiti, so pa nekateri posamezniki postali hodeči komunikacijski centri, ki poskrbijo za to, da pride mobilnik v prave roke, ko ga nekdo potrebuje. Ta način izvira iz globoko vkoreninjenega afriškega načina življenja, ki temelji na skupnosti in skupnih dobrinah. Ekonomska in družbena vrednost mobilnika je v afriških državah veliko večja, kot je v bolj razvitih državah. (Wachira, 2003; Ashurst, 2001)

»Mobilna pismenost«, ki je pomeni mejo za vstop med uporabnike mobilcev, ima nizko osnovno zahtevnostno stopnjo. Mobilni uporabnik hitro postane kdorkoli, ne glede na starost, spol, kulturno ozadje, premoženje, prihodke, družbeno pozicijo,... Mobilniki s tega vidika odpirajo nov vidik zmanjševanja razlik med ljudmi. Vendar če bolje pomislimo, ne glede na to, da posedovanje mobilnika postane razširjeno po vseh segmentih populacije in v državah z različno stopnjo gospodarske razvitosti, bodo vzorci dejanske uporabe še vedno odsevali družbeno in meddružbeno neenakost. Uporaba mobilnikov je namreč povezana z različnimi nameni družbene akcije, družbenimi odnosi in družbenimi vlogami. Prej, kot da bi inicirali korenite spremembe, se mobilniki inkorporirajo v obstoječi način življenja in zaradi inventivnosti uporabnikov samih doprinašajo k različnim vidikom vsakdanjika. Z uporabo mobilcev postanejo aktivnosti, ki smo jih izvajali v predmobilnih časih, hkrati bolj preproste in bolj kompleksne.

2.3.3 Prilagoditve normativne ureditve družbe

Ali je primerno, da se oglasimo na klic na mobilnik, medtem ko večerjamo z družino? Je za koga moteče, če se na mestnem avtobusu na ves glas pogovarjamo s prijateljem na drugi strani telefonske zveze? Je sprejemljivo, da se na neodgovorjen klic odzovemo s tekstovnim sporočilom ali smo obvezani poklicati nazaj? Veliko takšnih in podobnih vprašanj se poraja v času, ko brez mobilcev ne naredimo več niti koraka. Situacije, v katerih se mobilni komunikatorji znajdemo, so zelo raznolike in nepredvidljive, pri tem pa je pomembno predvsem to, da v teh situacijah nismo sami, ampak smo pri tem vključeni v različne kombinacije povezav z drugimi posamezniki ali skupinami. Takoj, ko posameznik deluje v družbenem okolju, pa se začnejo postavljati vprašanja o primernosti oz. neprimernosti njegovih aktivnosti v relaciji do drugih.

²⁰ Vzporedno poteka v Indiji še en projekt. Skupina indijskih znanstvenikov in inženirjev je razvila dlančnik, da bi pomagala revnim in nepismenim pri doseganju informacijske dobe. Poimenovali so ga »Simputer«. Ta izgleda kot debelejša verzija dlančnika, vendar ima več spomina in močnejši procesor. (Ward, 2001; Regano, 2003)

Družbene norme, kot jih definira Goffman, so vodila za aktivnosti, ki jih podpirajo družbene sankcije: negativne sankcije zagotavljajo kazni za kršitelje, pozitivne sankcije so nagrade za njihovo spoštovanje. Norme niso nujno formalno zapisane in kodificirane, ampak delujejo tudi neformalno, kot samoumevni predpisi. (glej Goffman, 1971: 124, 125)

Mobilni klici lahko pridejo kadarkoli, kjerkoli in v prisotnosti poljubnega števila prisotnih. V mnogih predelih sveta je postala sposobnost primerne ravnanja na strani klicanega in ostalih prisotnih pomembna družbena veščina. Mobilne komunikacijske tehnologije so namreč povzročile kolonializacijo javnega prostora in institucionalnega okolja s strani zasebnih komunikacij.²¹ Tradicionalni komunikacijski mediji (množični mediji, pa tudi stacionarni telefoni) so omogočali vdor javne sfere v sfero zasebnosti. Moderne tehnologije – internet in še posebej mobilniki – pa so to tendenco obrnile, ker omogočajo posameznikom prenos svojih sporočil v javno sfero. Posledično postaja javna sfera »skupna dnevna soba« (angl. *common living room*) (Kopomaa v Geser, 2000) in pojavil se je nasproten problem – kako zaščititi javna mesta pred nekontroliranimi vdori zasebnih praks (npr. s prepovedovanjem uporabe mobilnikov na nekaterih krajih). (Fischer v Geser, 2000).

Zasebni pogovori v javnih prostorih zahtevajo precejšnjo stopnjo tolerance na strani klicateljev, ki so pripravljene razpravljati o svojih privatnih zadevah v okolju, kjer jih lahko poslušajo popolni tujci, in na strani okolice, ki je prisiljena poslušati brez avtonomije v odločanju, če to želi ali ne.²² Goffman v tem primeru govori o kršenju teritorialnih pravil, ki definirajo sprejemljivo mejo poseganja v individualni prostor. To ni nujno fizični poseg telesa, ta poseg se lahko zgodi tudi z zvokom, z besedami, kot je to v primeru mobilnikov. (glej Goffman, 1971: 68).

Sadie Plant ugotavlja, da sta pri definiranju sprejemljivega in nesprejemljivega mobilnega vedenja odločilna dva dejavnika: narava družbene in kraj, kjer se aktivnost dogaja. V majhnih skupinah prijateljev ali sodelavcev so konflikti zaradi uporabe mobilnikov manj pogosti, ker so člani teh skupin usklajeni glede vrednot, navad in pravil. Opazimo dva široka tipa skupin: »vključeni« (angl. *innies*) in »izključeni« (angl. *outies*). Kot »izključene« imenujemo tiste skupine, ki mobilnik uporabljajo zelo diskretno. Če so v skupini, se fizično

²¹ Hugh Mackay (1997), ko se ukvarja s preučevanjem potrošnje v vsakdanjem življenju, opredeli mobilnik kot tehnologijo, ki omogoča vzpostavlanje zasebnih pogovorov v javnem prostoru.

²² S tem, ko poslušamo pogovor, vstopamo v svet ljudi, ki so v pogovor vpleteni. Mlada učiteljica iz Chicaga je zaupala Sadie Plant, da ji prisilno poslušanje pogovora preko mobilnika ne pomeni toliko vsiljevanja kot frustracijo, ker ne sliši tudi drugega sogovornika. Nekateri od teh »polovičarski« pogovorov so bili celo boljši od »soap oper« na televiziji. »Pogosto upam, da bom slišala še nadaljevanje zgodbe. In sem zelo razočarana, ko oseba z mobilnikom odide z avtobusa.« (Plant, 2000: 47) Če v tem primeru uporabimo Goffmanovo terminologijo, lahko rečemo, da mobilnik ustvari zahtevo po povečanju »vljudnostne nepozornosti« (angl. *civil inattention*), diskretne (ne)pozornosti, ki jo izražamo ob neposrednih srečanjih z nepoznanimi. (Goffman, 1971) V neposredni interakciji se ta odraža recimo ob srečanju neznancev na ulici, ki se od daleč premerita s pogledi, ko pa se približata, pogled umakneta in se delata, kot da eden drugega niti opazila nista.

distancirajo od nje, ko prevzamejo klic. To je lahko poteza, ki zagotovi zasebnost, hkrati pa s tem klicani izrazi sprejemanje nenapisanih pravil, ki v taki skupini veljajo. V teh mikro skupinah mobilnik sprejemajo kot nek zunanji element, ki ne spada v njihovo družbo. Prav nasprotno pa so skupine, ki jih imenujemo »vključene«. Mobilnik je v tovrstnih skupinah veliko bolj očitno in naravno vključen v dinamiko in interakcije skupine. Mobilniki so pri njih pogosto postavljeni na mizo oz. kako drugače izpostavljeni. Njihov običajni način obnašanja ob sprejemu klica je »vztrajanje« – mobilni uporabniki ponavadi ostanejo na svojem mestu v družbi in poleg že obstoječe interakcije izvedejo še mobilni pogovor, ki se lahko med seboj tudi prepletata. Tretja kategorija skupin je kombinacija »vključenih« in »izključenih«. V teh mešanih skupinah se lahko pojavijo konflikti. Jasno se pokaže nezadovoljstvo, če kdo mobilnik uporablja brez upoštevanja dogajanja v neposredni okolici. Prekinitev, ki jo povzroči mobilnik, lahko vzpodbudi napetost v skupini; ostali udeleženci situacije mobilne uporabnike izključijo iz trenutne interakcije in jasno izražajo svoje nezadovoljstvo. (Plant, 2000)

Poleg narave družbene skupine je po Plantovi pomemben tudi kraj, kjer se aktivnost dogaja. Nekateri prostori so že proglašeni kot neprimerni za uporabo mobilnikov: obstajajo sankcije za uporabo mobilnika med letenjem, pri vožnji z avtomobilom ali v bolnišnici. Vlaki v Veliki Britaniji, na Japonskem, v Švici in v ZDA imajo t.i. »tihe« vagone. Restavracije v mestih kot sta Cairo in Chicago so uvedle prepoved uporabe mobilnikov ali so uporabo prepovedale v delu restavracije. (Plant, 2000)

Poleg tako splošnih dejavnikov, kot sta narava družbene skupine in mesto, kjer se mobilne komunikacije dogajajo, pa ima pomembno vlogo pri normativnih opredelitvah tudi kultura.²³ Zahodna kultura je a priori bolj naklonjena uporabi mobilnikov, ker družbene norme posameznikom načeloma ne prepovedujejo tipično zasebnega obnašanja v javni sferi. Na primer pari se v javnosti lahko objemajo in poljubljajo. Večina nezahodnih kultur pa ima bolj stroge norme, ki preprečujejo javno izvajanje aktivnosti, ki so sicer primerne za zasebno sfero. (Geser, 2000) Opazovalci so bolj tolerantni v tistih družbah, kjer je uporaba mobilnikov bolj ustaljena in dolgotrajna praksa. Upabniki mobilnikov pa so bolj obzirni do svojega

²³ Glavni razlog, ki recimo na Japonskem vzpodbudi sovražnost do uporabe mobilnikov, je dejstvo, da japonska družba ne tolerira glasnih zunanjih zvokov. Vozniki ne hupajo, ko so jezni. Avtomobilski alarmi so tihi. Ljudje ne kričijo. Tuje se redko med sabo pogovarjajo. Ko voznik avtobusa pri rdeči luči na semaforju ugasne motor, je v avtobusu stroga tišina. Glasno zvonjenje telefona je zelo nezaželeno, pa čeprav si je lastnik mobilnika za zvonjenje nastavljal najbolj popularno melodijo. To je verjetno tudi eden od razlogov, zakaj je na Japonskem tekstovno sporočanje postalo tako popularno. SMS sporočila so manj vsiljiva, ker lahko prejemnik sam odloči, ali se bo na sporočilo odzval in kdaj bo to storil. SMS sporočila zagotavljajo diskretnost, da bo prejemnik sporočilo prejel, ne da bi kdo drug to opazil. V primeru klica nikoli ne vemo, v kakšnem okolju bomo klicanega dobili in ali so prisotni tudi drugi ljudje.

okolja v družbah, kjer so mobilniki manj integrirani v njihovo vsakdanje življenje.²⁴ (glej Plant, 2000: 30)

O družbeni sprejemljivosti oz. nesprijemljivosti v komunikacijskem kontekstu pa razmišljajo tudi proizvajalci mobilnikov. Podjetje Ideo, ki se ukvarja z industrijskim oblikovanjem, je ustvarilo »SoMo« (*Social Mobile Phones*), mobilnik za družbeno regulirano komuniciranje. »SoMo« je nastal kot interni projekt v podjetju in ni namenjen uporabi v realnem življenju. Ustvarili so ga, da bi vzpodbudili dialog o vlogi mobilnikov v javnem prostoru. Nastale so štiri različice mobilnika z različnimi družbeno usmerjenimi funkcijami. »SoMo1« z rahlim elektrošokom opozori uporabnika, da preglasno govori; moč je odvisna od tega, kako glasno govori. Če uporabnik opozorila ne upošteva, lahko elektrošoki postanejo neprijetno močni. »SoMo2« se uporablja v situacijah, ko ne moremo govoriti. Z njim lahko produciramo izraze, kot so »hmm« in podobno. »SoMo3« je podoben majhnemu klarinetu. Da bi vtipkali številko klicanega, ne uporabljamo običajnih tipk, ampak kombinacijo gumbkov, pri tem pa moramo pihati, da ustvarimo zvok. Klicanje zahteva poseben postopek, ki ni primeren v vsaki socialni situaciji, zato klicatelj vedno presodi, kdaj se to spodobi in kdaj ne. »SoMo4« ima namesto običajnih melodij zvonjenja zvok, kot bi nekdo trkal na vrata. (Frauenfelder, 2003; Think before you talk, www.economist.com)

Dolgoročno gledano bo uporaba mobilnikov podvržena bolj natančni družbeni kontroli, kot se je to zgodilo z veliko drugimi novostmi, ki so spremenile posameznikovo javno pojavljanje. S časom se področje zakonsko regulira, na neformalni ravni pa se pojavijo novi moralni standardi in pravila »lepega« vedenja. Nove oblike javnega vedenja so na začetku bolj tolerirane, ker še niso tako pogoste in vseprisotne ali ker niso še tako dobro znane negativne posledice. Po drugi strani pa se glede nekaterih vidikov toleranca do uporabnikov tudi poveča, ker je uporaba vse bolj množična. Z mobilnikom se je že zgodilo tako, da ga ima v Sloveniji skoraj vsakdo.²⁵

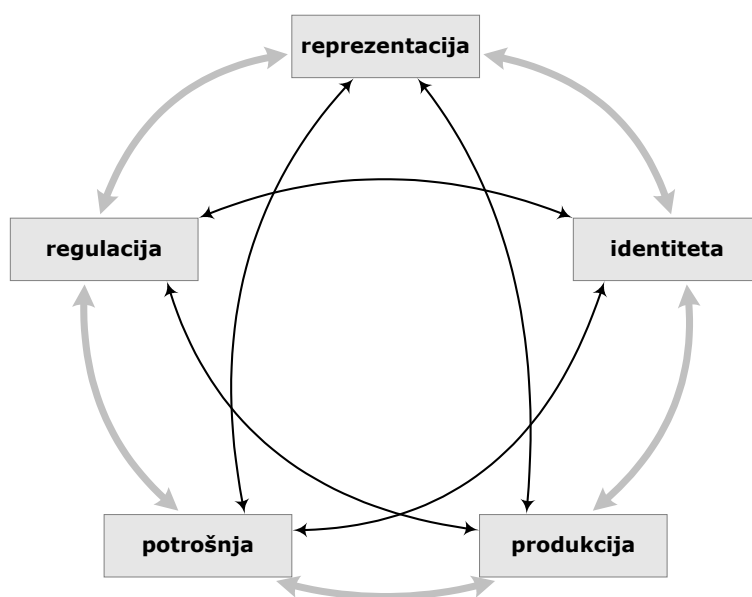
²⁴ Zanimiv primer so Amiši, ki so postali kliše za zavračanje vsega, kar je v povezavi s tehnologijo. Njihovo zgodbo v zvezi z mobilnimi telefoni opiše Howard Rheingold v članku »Look Who's Talking«. Desettisoče ljudi je oblečenih v identična oblačila, svoja polja obdelujejo s konjsko vprego, njihovim prebivališčem pa manjka celo elektrika. Vendar pa uporabljajo potrošne artikle kot so plenice, rolerji in roštilj na plin. Nekaterim se zdi ta kombinacija paradoksalna, celo kontradiktorna. Lahko pa bi rekli tudi sofisticirana. Amiši imajo namreč zelo elaboriran način za presojo, katere pripomočke uporabljajo. Njihovo upiranje tehnološkemu napredku je več kot preprosto zavračanje vsega povprek. In mobilnik je ena od zadev, ki so jo sprejeli. (Rheingold, 1999)

²⁵ Neprimerne in iritirajoče rabe mobilnikov pa bo kljub vsem pravilom in normam verjetno vedno zadosti. Malo za šalo, malo zares – za usmerjanje jeze glede mobilnikov v pretežno neškodljivo smer (čeprav po zelo ludističnih načelih), je poskrbelo finsko podjetje Fennoingua, ki je 23. avgusta 2003 v mestu Savolinna organiziralo že četrto svetovno prvenstvo v metanju mobilnih telefonov. Tekmovanje je potekalo v dveh kategorijah: »freestyle« in »original«. Pri prvi so s točkami ocenjevali umetniški vtis in daljavo meta, pri drugi pa le daljavo. Lanski zmagovalec je vrgel mobilnik 66,72 metra daleč in s tem postavil nov svetovni rekord, za bronasto kolajno pa je zadostoval met slabih 55 metrov daleč. (Tekmovanje v metanju mobilnikov, Delo, 10. 4. 2003)

3. Soočenje tehnološkega vpliva in družbene recepcije

V predhodnih poglavjih smo ugotovili, da so se s pojavom tehnologije mobilnih komunikacij konstituirale nove oblike socialne interakcije. Ob tem pa si je potrebno zastaviti vprašanje tudi v drugo smer – kako družbeni dejavniki pogojujejo razvoj tehnologije?

3.1 Procesi v kulturnem krogotoku



Slika 3.1

Na shemi lahko identificiramo pet glavnih kulturnih procesov – reprezentacija, identiteta, produkcija, potrošnja in regulacija – ter relacije med njimi.

Vir: Du Gay, Paul in drugi (1997): Proizvodnja pomena v potrošnji: primer Sonyjevega Walkmana. Teorija in praksa, 34 (4): 709 – 725, FDV, Ljubljana.

Kot danes (in že nekaj let) mobilnik, je tudi »Walkman« ob uvedbi na trg (leta 1979) doživel različne odzive v družbi – od navdušenega prisvajanja do moralne panike. To je seveda sprožilo tudi zanimanje družboslovcev. Avtorji knjige »The Story of the Sony Walkman« so vzeli primer Sonyjevega »Walkmana« za ponazoritev teze, da se pomen materialnega artefakta ali kulturne prakse proizvaja znotraj kulturnih procesov, ki tvorijo neke vrste kulturni krogotok (glej sliko 4.1). Pri tem izhajajo iz ugotovitve, da je v družboslovju predolgo veljalo mnenje, da proces proizvodnje produktov in storitev popolnoma določa njihovo uporabo.²⁶ Po njihovem mnenju je ustvarjanje pomena, ki ga ima produkt za potrošnike, bolj kompleksen proces - pomen se ustvarja v produkciji, v načinih reprezentacije, glede na vrsto identitet, ki jih povezujejo z objektom, v praksah regulacije njegove uporabe in

²⁶ Proizvodnja je tista, ki edina določa potrošnjo, in v tem pogledu ni prostora za človeškega akterja. Želja po trošenju je »lažna« potreba, ki so jo ustvarili proizvajalci in oglaševalci samo zato, da bi prodali čim več blaga. To perspektivo najpogosteje povezujemo z delom članov Inštituta za družbene vede in njegovih učencev, znanega kot Frankfurtska šola (Adorno, Horkheimer, Marcuse). (Du Gay in drugi, 1997b)

distribucije ter v praksah potrošnje. Avtorji poudarjajo, da so za potrebe analize te elemente predstavili med seboj ločeno, v realnem življenju pa so med seboj povezani in prepleteni. Z vidika preučevanja posameznih elementov zato niti ni pomembno, kje z analizo začnemo in kje krog zaključimo. (Du Gay in drugi, 1997a)

3.1.1 Produkcija

Pri produkciji ne gre samo za tehnični vidik proizvodnje materialnega objekta, ampak je pomembno tudi, v kakšni organizacijski kulturi oz. »kulturi produkcije« (angl. *culture of production*) je produkt nastal. V primeru »Walkmana« avtorji obravnavajo okolje v podjetju Sony, njegove organizacijske vrednote in način dela, ki so vplivali na oblikovanje ideje o produktu ter na specifičen način proizvodnje in trženja produkta. (glej Du Gay in drugi, 1997a: 42 - 59) V primeru mobilnika je stvar nekoliko bolj kompleksna, ker je proizvajalcev mobilnikov več, prihajajo iz različnih držav in kultur. Tudi sam produkt ima lahko veliko različnih funkcij, ki lahko variirajo od bolj osnovnih do bolj zahtevnih, pa tudi glede na potrebe in zahteve kulturnega okolja itd. Vendar če pri mobilnikih potegnemo rdečo nit z zgodbo o »Walkmanu« in ostanemo na Japonskem, lahko pogledamo primer podjetja, ki se ukvarja s proizvodnjo in prodajo mobilnih produktov in storitev, uspešno japonsko podjetje NTT DoCoMo²⁷. Na Japonskem se je rodil za zdaj še edini pravi in uspešen mobilni internet na svetu: »i-mode«. Uvedli so ga že leta 1999, za tem pa stoji že omenjeno podjetje NTT DoCoMo. Japonci preko svojih mobilnikov surfajo po pravem mobilnem internetu z barvami in zvokom in številnimi storitvami (pošiljanje e-pošte, igranje igrice, elektronsko bančništvo, trgovanje z delnicami, nakupovanje kart in vozovnic,...). Uspeh »i-mode« je zagotovila izbira prave tehnologije, pravega poslovnega modela in pravega marketinškega pristopa. Za slednjega je še posebej pomembno, da so natančno opredelili svoje potencialne uporabnike, ženske v 20-ih, ki so bile identificirane kot ključni trg za »i-mode«. Zagotovili so, da storitev ponuja, kar jih je zanima – strani za nakupovanje, horoskope, strani za nalaganje novih melodij, preprosto upravljanje z elektronsko pošto. Tudi naprava, ki omogoča sprehajanje po brezštevilnih spletnih straneh, je zanimiv multifunkcionalen japonski tehnološki dosežek: »keitai« - mobilnik, internet naprava, miniaturni računalnik, ki neopazno zdrsne v vsak žep. (Rose, 2001)

Je to zgolj naključje, da je ena od največjih zgodb o uspehu na področju mobilnih komunikacij nastala ravno v japonskem podjetju? Japonska vodi v svetu potrošne elektronike.

²⁷ DoCoMo je akronim za »Do communications over mobile network«, »dokomo« pa je tudi japonska beseda, ki dobesedno pomeni »vsepovsod«.

Je družba, ki da veliko na udobje. Istočasno pa Japonci čutijo odpor do vsega nepotrebnega. Stvari imajo radi čiste, preproste in učinkovite. Določen kulturni artefakt je prav takšen in ne drugačen delno tudi zato, ker je nastal v podjetju, ki izvira iz določene družbe z določenimi vrednotami, ki se kažejo v organizacijski kulturi in posledično produkcijski praksi. Torej, težko bi govorili o popolnem naključju.

3.1.2 Identiteta in reprezentacija

Kot smo že ugotovili, kulturni pomen ne izvira iz materialnega objekta samega, ampak iz kulturnih praks, med katerimi je tudi reprezentacija kot proces konstrukcije pomenov z uporabo jezika. Oglaševanje je ena izmed bolj vidnih praks reprezentacije v sodobnem potrošniškem svetu. Ta ima jasen ekonomski cilj – čim bolje prodajati produkt in maksimizirati prihodek od prodaje, hkrati pa je tudi kulturna praksa - produkt opremi z določenimi asociacijami in ustvarja identifikacijo med potrošniki in produktom oz. njegovim pomenom. Če oglaševanje deluje, se potrošnik identificira z osebami, ki nastopajo v oglasih in produkt uporabljajo. Vendar to ne pomeni, da mora potrošnik v oglasu videti sebe takšnega, kot je v resnici. Gre za to, da potrošnik v uporabniku produkta vidi osebo, kot bi sam rad bil. Oglaševalski jezik ne odseva toliko identitet takšnih, kot so v družbi že vzpostavljene, ampak v večji meri družbene identitete skozi proces reprezentacije konstituira. (glej Du Gay in drugi, 1997a: 24 – 40) Za ponazoritev te teze pogledjmo nekaj konkretnih primerov oglasov za mobilnike in storitve mobilnega komuniciranja.

V oglasu za Siemens M55 (glej prilogo A) je ta mobilnik simbolno povezan s škorpionom. To je žival, ki jo enačimo z močjo, dominantnostjo, strastjo, samozavestjo, brezkompromisnostjo, napadalnostjo, strahospoštovanjem. Če želimo napraviti vtis močne in samozavestne osebe, ki je deležna spoštovanja na vsakem koraku, brez pomisleka kupimo mobilnik Siemens M55, kot je to storilo dekle v oglasu. Potem nam bodo vsa brata odprta.

Tudi v SiMobilovem oglasu (glej prilogo B) imamo mlado dekle, ki pa v tem primeru nastopa v popolnoma drugi vlogi kot dekle iz Siemensovega oglasa. V nasprotju z mlado, strastno žurerko imamo tukaj resno, hladno in premišljeno poslovno žensko, ki živi v gibanju. In ravno mobilnik je tisti, ki ji to omogoča. Prilagodljivost in mobilnost je pogoj za uspeh v sodobnem poslovnem življenju. In verjetno ni naključje, da je v tem oglasu ženska in ne moški, ki pregovorno obvladujejo poslovni svet. Mobilnik daje depriviligiranim mladim ženskam možnosti za uspeh v poslovnem univerzumu, ki je sicer domena moških.

V Mobitelovem oglasu (glej prilogo C) je mobilno komuniciranje tisto, ki nas povezujejo z našimi dragimi tudi, ko nismo v njihovi neposredni bližini, hkrati pa še veliko

drugega. Za dedka in babico, ki sta na počitnicah na Hrvaškem, je mobilnik veza z otroki in vnuki, hkrati pa še informacijski center za dogajanje doma in po svetu ali sredstvo za pošiljanje počitniških pozdravov. V miru lahko uživata svoj dopust, brez skrbi, ker sta vedno na tekočem, kaj se dogaja z družino. Tudi v tem oglasu je poudarjena ena ključnih lastnosti in prednosti mobilnega komuniciranja – kjerkoli in kadarkoli.

3.1.3 Regulacija

Podobno kot se je zgodilo z »Walkmanom«, sedaj tudi mobilnik postaja pogosta tema, ko gre za njegov vpliv pri vzpostavljanju razmerja med zasebno in javno sfero. Pri tem se pojavljajo različna mnenja, ki se zvrstijo na kontinuumu od skrajno pozitivnega gledanja do popolnega pesimizma. Če nekateri vidijo mobilnik kot sredstvo za širitev osebne svobode in možnosti izbire, ga drugi vidijo kot grožnjo za moralne vrednote in urejeno javno življenje. Slednje se nanaša predvsem na že v predhodnih poglavjih podrobneje obravnavano dejstvo, da mobilnik omogoča prenos nekaterih vidikov zasebnega življenja v javno sfero. Nekatere oblike regulacije družbeno nezaželenega vedenja so se že izoblikovale, po drugi strani pa je postal mobilnik z razširitvijo uporabe družbeno širše sprejemljiv in tudi meje tolerance so se povečale. V prihodnje bo šel razvoj regulacije verjetno po eni strani v smer še strožje in bolj kodificirane regulative, po drugi strani pa se bo toleranca do mobilnikov in njihove uporabe v javnem življenju do neke meje zaradi razširjenosti njegove uporabe še povečala.

3.1.4 Potrošnja

V primeru »Walkmana« je Sony naredil številne raziskave, na podlagi katerih je prišel do dejanskih potreb in želja potrošnikov in produkt v skladu s tem tudi prilagodil. Mnenje potrošnikov je bilo ključnega pomena pri tem, kako se je produkt razvil in se razvija še naprej. (glej Du Gay in drugi, 1997a: 58 - 59)

Prav tako tudi mobilniki niso preprosto vrženi na trg in v uporabo brez kakršnega koli stika s potrošniki. Proizvajalci sicer poskušajo produkt opremiti z določenimi pomeni in asociacijami, vendar to še zdaleč ni konec njegove biografije. Pomeni kulturnega artefakta niso definirani s strani proizvajalcev, ampak se redefinirajo in aktivno tvorijo tudi v vsakdanji potrošnji. Pomembno je, kaj ta produkt pomeni tistim, ki ga uporabljajo. Vzpostavljanje pomena je proces, ki ni nikoli dokončen. (glej Du Gay in drugi, 1997b: 709 - 723)

Kaj je lahko mobilnik? Za najstnike je vez z vrstniki, možnost večje osamosvojitve od staršev. Za starše pomeni mobilnik vez z otroki, zagotovilo za večji nadzor nad njimi in zato

manj skrbi. Za ostarele je vez z družino, sredstvo za hiter klic na pomoč, zagotovilo občutka večje varnosti. Za zaljubljenca je močna ljubezenska vez z dragim. In še bi lahko naštevali.

Kot pravi Carlo Longino (2000), potrošniki ne spreminjajo svojega življenja, da bi ga prilagodili tehnologiji, ampak prilagodijo tehnologijo, da se vključi v njihova življenja. Ljudje ne iščejo mobilnih storitev, ki bi spremenila njihova življenja. Zanimajo jih storitve, ki bodo njihov vsakdanjih popestrile, izboljšale.

3.2 Še nekateri drugi teoretski pogledi

Odnos med tehnologijo in družbeno recepcijo le-te raziskujejo tudi nekateri drugi avtorji. Carl Couch v delu »Information Technologies and Social Orders« (1996) raziskuje povezanost med komunikacijo, informacijskimi tehnologijami in družbenimi strukturami s stališča simboličnega interakcionizma. Tudi po njegovem mnenju je povezanost med tehnologijo in družbo vzajemno vplivanje: družbeni odnosi, ki jih ljudje vzpostavljajo, reflektirajo informacijske tehnologije, ki jih uporabljajo, po drugi strani pa način, kako uporabljajo informacijske tehnologije, odseva družbene odnose. Ko se informacijska tehnologija pojavi, bo njena uporaba imela posledice za družbene odnose, recipročno pa bodo družbeni odnosi vplivali na to, kako se bo ta tehnologija sploh uporabljala. (Couch, 1996)

Podoben kompromisni pogled součinkovanja tehnologije in družbe podaja Wise. Sečišče med tehnologijo in družbenim prostorom je navada. Navada je spomin, telesni spomin. Tehnologij ne pozabimo, premaknejo se iz zavestnega spomina v telesni. Čutimo jih v naših interakcijah, v načinu gibanja, v načinu mišljenja, v našem habitusu. Po njegovem je vprašanje, ki si ga moramo postaviti, če želimo kritično raziskati spreminjanje narave tehnologij in njihove učinke, sledeče: kje se v novih tehnologijah odseva kultura in kako tehnologije kulturo preoblikujejo? (Wise, 1997)

Brian Winston v uvodu svojega dela »Media Technologies and Society« ugotavlja, kateri faktorji vplivajo na razvoj tehnologije do tiste faze, ko tehnologija dejansko pride na trg in služi nekemu namenu. Če pogledamo model kulturnega krogotoka, je to vsa pot, ki jo objekt naredi od produkcije do potrošnje. Pri Winstonu znanost zagotavlja potrebno kompetenco, ki je podlaga za tehnološko izvedbo. Ta dva elementa se srečata v polju družbene sfere. Tehnolog načrtuje napravo – dobi idejo, formulira problem in hipotezo rešitve. Winston poudarja, da je tehnolog družbeno bitje in da se ves ta proces dogaja znotraj družbene sfere. Zakaj so nekateri prototipi sprejeti, medtem ko drugi niso? Odgovor na to vprašanje je v vplivu družbene sfere - če v družbi obstaja potreba po določenih tehnologiji, prototip postane izum ter s tem pride iz laboratorijskega okolja v realni svet, na trg. Sprejetje

ni nikoli takojšnje, ne glede na to, kakšne so potrebe po tehnologiji. Kot družba smo do izumov shizofreni. Po eni strani verjamemo v nujnost napredka, po drugi strani pa želimo obdržati nadzor nad uvajanjem vsake novosti. Tehnološki objekt pa je tudi, ko je že na trgu in v uporabi, lahko modificiran ali izpopolnjen. Winston s svojim modelom utemeljuje tezo, da tehnološki razvoj v tem segmentu pogojuje in determinira družbena sfera, morebitnega povratnega vpliva pa ne omenja. (Winston, 1998)

Arnold Pacey v knjigi »Meaning in Technology« (1999) raziskuje medsebojni vpliv tehnologije in človeške družbe, s tem da vzame za analitično enoto posameznika in njegovo izkušnjo. Po njegovem pomen tehnologij ni definiran na strani produkcije, ampak imajo determinirajoč pomen prakse uporabe. Posamezniki uživajo ob dejstvu, da bodo ustvarili nekaj, kar ne bo prepuščeno naključjem, v resnici pa je izkušnja večine umetnikov, znanstvenikov in izumiteljev nasprotna temu - da se njihovo delo uporabi in razvije na načine, ki si jih še zdaleč niso mogli predstavljati, kaj šele načrtovati.²⁸ (Pacey, 1999)

Obstajajo pa tudi temu slednjemu pogledu diametralno nasprotna mnenja. V tem taboru je recimo McLuhan, ki je proslavil izjavo »Medij je sporočilo.« (angl. *The medium is the message.*) in jo kasneje s Quentinom Fiorejem recikliral in revitaliziral v knjigi »The Medium is the Message«. V svoji tezi da primat vplivu medijev, ki jih obravnava kot ekstenzijo človeških psihičnih ali fizičnih sposobnosti. Ti po njegovem popolnoma oblikujejo in upravljajo oblike človeškega povezovanja in aktivnosti. (McLuhan, 1994; Fiore, McLuhan, 1967)

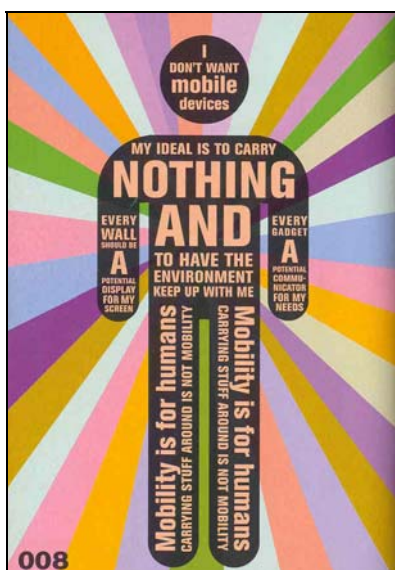
V tem poglavju je bil moj namen opredeliti odnos med družbenim in tehnološkim razvojem. Kot to ponazorijo omenjeni teoretski pogledi, ta odnos ni enodimenzionalen, ampak veliko bolj kompleksen. Če pogledamo tehnologijo mobilnih komunikacij in socialno interakcijo, ugotovimo, da so se s pojavom te tehnologije konstituirale nove oblike socialne interakcije. Hkrati pa ugotavljamo tudi, da se razvoj vsake tehnologije, preden pride dejansko v uporabo, dogaja v družbenem okolju in ne v nekem vakuumu. Tudi v praksah potrošnje tehnologija oz. produkt ponuja samo nek potencial, realizacija tega potenciala pa je odvisna od specifične uporabe. Ali povedano v jeziku avtorjev kulturnih študij: pomen kulturnega artefakta se tvori in razvija v spletu kulturnih procesov, ki tvorijo kompleksen kulturni krogotok, v katerem imajo pomembno mesto tako proizvajalci kot tudi potrošniki.

²⁸ Eden izmed primerov, kako se uresničijo človekovi impulzi po ustvarjanju umetnega življenja in kako lahko kreacija uide izpod nadzora kreatorja, je »Frankenstein« Mary Shelley (1816–17). Knjiga je vsekakor preroška, če upoštevamo anticipacijo entuzijazma kasnejših generacij nad roboti, umetno inteligenco, genske manipulacije in nove reprodukcijske tehnologije.

4. Pogled v prihodnost

»Sumljiv tip v dežnem plašču se premika med policami v trgovini z živili in tlači artikle v žep. Napoti se proti izhodu mimo kovinskega detektorja, kjer ga ustavi varnostnik. »Pozabili ste račun, gospod,« mu pravi, ko mu podaja znan kos papirja, ki je prišel iz avtomata ob vratih.« (Takeuchi Cullen, 2001)

Takšen in podobni scenariji niso več znanstvena fantastika. Sicer smo še daleč od tega, da bi se tako preprosto sprehajali po nakupih, a določene storitve tudi že pri nas napovedujejo premike k mobilnemu plačevanju²⁹. In če je verjeti Howardu Rheingoldu, je samo stvar časa, ko bo mobilna tehnologija vseprisotna: »Stvari, ki jih držimo v naših rokah, že govorijo svetu okoli nas. Istočasno, ko okolje postaja bolj »čuteče« (angl. *sentient*), se naprava v naših rokah spreminja iz »prenosne« (angl. *portable*) v »nosljivo« (angl. *wearable*).³⁰« (Rheingold, 2002: 86)



Slika 4.1

Naprave, ki jih bomo nosili naokoli kot del svoje opreme, bodo komunicirale z našim okoljem in širile zmožnosti naših čutov.

Vir: (2002) Mobile minded. Ginko Press Inc., Paradise Drive.

Kljub temu, da je veliko govora o tem, da bo konvergenca komunikacijskih tehnologij in računalništva pripeljala k pojavu enega samega visoko razvitega osebnega digitalnega asistenta ali neke vrste web telefona/računalnika (angl. *Ultimate Device*), se jih veliko

²⁹ Ena od tovrstni storitev je recimo Mobitelova »Moneta«, ki omogoča nakupe in plačevanje z mobilnikom na različne načine – preko interneta, na prodajnih mestih in preko avtomatov. (vir: www.mobitel.si)

³⁰ NTT DoCoMo meni, da je svet – ali vsaj Japonska – že pripravljena na tovrstne nove trende. Na trg so namreč lansirali na mobilnik v stilu ročne ure, ki so ga poimenovali »Wristomo«. Uporablja se lahko v stilu Dicka Tracyja - tako, da je pritrjen okoli zapestja - lahko pa se ga tudi sname z roke in se ga uporablja kot običajen telefon. »Wristomo« je opremljen z dostopom do e-pošte in dostopom do mobilnega interneta »i-mode«, podpira pa tudi lokacijske storitve. Očitno pa ta ideja ni tako slaba, saj je tudi Bill Gates na »Consumer Electronics Show 2003« podobno napravo predstavil kot naslednjo generacijo osebnega računalnika. (Wrolstad, 2003; Batista, 2003)

pridružuje Rheingoldovem mnenju, da bo prihodnost prinesla veliko majhnih družin med sabo povezljivih naprav, ki bodo namenjene opravljanju specifičnih nalog v specifičnih situacijah. Te miniaturne naprave naj bi med sabo komunicirale preko brezžičnega omrežja in uporabnikom omogočale izvajanje nalog s 100% mobilno svobodo. Integrirana bodo v naša oblačila in naš življenjski stil, tako da bodo praktično nevidna. («The Ultimate Device» – From »Anytime, Anywhere« To »Always and Everywhere«, www.accenture.com; Langheinreich in drugi, 2000; Lyon, 1994)

Vse večji izziv za inteligentno vsepovezano družbo pa postajata zasebnost in zaščita osebnih podatkov. S tem, ko jih uporabljamo za shranjevanje naših osebnih podatkov, postanejo naši mobilni spremljevalci nekaj več kot samo komunikacijske naprave. Postanejo naši zaupni prijatelji. (Schneider in drugi, 2000; Stemberger, 2002) Brez uspešnih podvigov za zaščito osebnih podatkov bo nastala infrastruktura za nadzor, ki bo onespobila marsikateri zakon in ostale mehanizme za zaščito zasebnosti, ali kot pravi Mattern (2002): *»Velikemu bratu se bo pridružilo veliko majhnih bratov.«*

Ko gre za vprašanja zaščite zasebnosti in osebne integritete, vedno znova na misel prihaja Orwell in njegova knjiga »1984«. Popolnoma razumljiv odziv, glede na to, da knjiga obravnava velikanski birokratski aparat, miselno policijo in figuro Velikega brata na vseprisotnem telezaslonu, ki so vpleteni v vsak najmanjši del posameznikovega vsakdanjika. Winstona Smitha, ki si drzne razmišljati po svoje, končno strejo in vda se v konformnost pod nadzorom države. Elektronski mediji – seveda v omejeni obliki, ki jo je lahko Orwell poznal leta 1948 – so glavno orodje za manipulacijo z državljani. Razne oblike elektronskega nadzora omogočajo miselni policiji, da je ima pod stalnim nadzorom vse vidike intimnega življenja državljanov in odnose, ki jih vzpostavljajo.

»Za Winstonovim hrbtom je telekran še vedno čenčal o surovem železu in o tem, kako so prekoračili Deveto triletko. Teleekran je sprejemal in oddajal obenem. Vsak šum, glasnejši od od tihega šepeta, ki ga je povzročil Winston, je telekran tudi sprejemal; še več, dokler se je mudil na vidnem polju, ki ga je obvladovala kovinska ploščica, ga je bilo mogoče videti in slišati. Seveda ni bilo mogoče vedeti, ali te v danem trenutku opazujejo; bodi tako ali drugače, priključili so se lahko na tvoj oddajnik, kjerkoli so hoteli. Živeti si moral – in si živel, iz navade, ki se je spremenila v nagon – v domnevi, da prisluškujejo vsakemu šumu, ki ga narediš, in opazujejo – razen v temi – vsak tvoj gib.« (Orwell, 1983: 6)

Eden od pomembnih vidikov Orwellovega Velikega brata je bila nezaznavnost nadzora. Tisti, ki so bili pod nadzorom, niso vedeli, kateri trenutek si lahko vzamejo za

sprostitev. Prav tako je nezaznavnost nadzora značilna za Benthamov »Panopticon«, ki je postal znan s Foucaultovimi študijami v 80-ih letih prejšnjega stoletja:

»Iz tega izhaja glavni učinek Panoptikona: pri zaporniku povzroči zavestno in nenehno stanje vidnosti, ki zagotavlja samodejno delovanje oblasti. Doseže, da so učinki nadzora stalni, čeprav je njegova dejavnost diskontinuirana; povzroči, da popolnost oblasti teži k temu, da postane njeno dejansko izvrševanje odveč; da je ta arhitekturni aparat stroj, ki ustvarja in vzdržuje oblastno razmerje, ki ni odvisno od tistega, ki izvršuje oblast; skratka, povzroči, da so jetniki zajeti v oblastne razmere, katere nosilci so oni sami. (...) Zato je Bentham postavil načelo, da mora biti oblast vidna in nepreverljiva.« (Foucault, 1984: 200)

»Panoptikon« je močna metafora za razumevanje elektronskega nadzora. Družba kot zapor, kjer so opazovalci nevidni. Nadzor izhaja iz občutka zapornikov, da so ves čas pod nadzorom. Nikamor se ne morejo skriti, nikjer nimajo svojega zasebnega prostora. Kot pravi dobesedno Benthamov neologizem, ki izhaja iz grščine: panopticon = vsevidni prostor.

Obrise tovrstnega vsepristonega nadzora lahko v kontekstu mobilnih telefonov zasledimo že danes. Recimo mobilnik s fotoaparatom postaja vse bolj razširjen, zato so država in lokalne oblasti ponekod že začele omejevati njihovo uporabo. V Italiji je komisija za zaščito osebnih podatkov zaostriila pravila, na kakšen način se tovrstne mobilnike lahko uporablja. Pravila o tem so postavile tudi nekatere organizacije same – vključujoč slači klube, nočne bare in telovadnice. V Savdski Arabiji so telefoni s fotografskimi aparati popolnoma prepovedani, njihova uporaba pa je prepovedana ali strogo regulirana tudi v drugih državah Bližnjega Vzhoda. V Združenih arabskih emiratih in na Japonskem je bilo nekaj moških že obsojenih zaradi uporabe fotoaparata na telefonu v vojeristične namene. (Furtive phone photography spurs ban, www.bbc.co.uk)

Ta trenutek je težko predvideti, kako bo šla družba daleč v vzpostavitvi nadzora, ko pridejo nekoč do skupnega imenovalca še biotehnologija in brezžični sistemi.³¹ Tehnologija za vstavljanje računalniških procesorjev ali drugih komponent v človeško telo za različne namene že obstaja oz. bo izpopolnjena v naslednjih nekaj letih. Če danes rečemo, da

³¹ Frank Nuovo iz Nokie, ki ga je Spielberg povabil k sodelovanju pri svojem že omenjenem filmu »Posebno poročilo« (angl. *Minority Report*), pravi, da prihodnost le ne bo toliko drugačna od sedanjosti. Po njegovem bodo ljudje še vedno uporabljali eksterne komunikacijske naprave in ne takih, ki bi postale del telesa. Ljudje namreč nismo preveč navdušeni nad tovrstnimi posegi v telo. Prihodnost bo veliko bolj podobna sedanjosti, kot misli večina ljudi – podobne bodo ostale funkcije, vrednote in načini komuniciranja. Komunikacijski pripomoček bo sestavljen iz več naprav, ki bodo med sabo komunicirale, vendar ne bodo povezane z žico. Glavna funkcionalnost bodo ostale glasovne komunikacije, saj so najbolj podobne neposrednemu človeškemu komuniciranju. Veliko sprememb pa bo v obliki in materialih, iz katerih bodo te naprave. Veliko bo novih zabavnih vsebin in dostop do interneta bo postal običajna stvar, zato bo bolj elaboriran postal predvsem grafični vmesnik. Velik pomen bosta imeli personalizacija in individualizacija naprav in storitev. (Longino, 2002a)

orwellianskega tipa nadzora nikakor ne bi dovolili, pa se o možnostih vseeno lahko vprašamo. Kaj če bi tovrstna tehnologija pomagala pri preprečevanju ugrabitev otrok? Kaj pa, če bi jo lahko uporabili za zmanjševanje grožnje terorističnih napadov? Ko so ljudje prestrašeni, si želijo zaščite. V takih primerih so se pripravljene za večjo varnost odreči svojim pravicam. Vse to pa hrani pošast nadzora, ki tiho in nevidno raste ter družbo spreminja v družbo nadzora. (Grebb, 2003; McKay, 2003a)

Kot pravi Rheingold (2002), ima ista tehnologija potencial, da je uporabljena kot orožje za družbeno kontrolo ali kot sredstvo za upor. Po njegovem je zelo verjeten simultani in kontradiktoren efekt: ljudje bodo pridobili novo moč, hkrati pa bodo izgubili staro svobodo. Poleg že omenjene nevarnosti ogrožanja svobode in zasebnosti prinašajo telekomunikacijske tehnologije prihodnosti še dve nevarnosti: ogrožanje kakovosti življenja (ugodje, ki ga prinaša tehnologija, pretehta dejstvo, da nas spravlja ob pamet in gre čez meje sprejemljivega) in ogrožanje človekovega dostojanstva (s tem, ko smo v čedalje večji simbiozi s stroji, postajamo vse bolj mehanski in vse manj človeški). Vendar je njegova napoved po drugi strani tudi optimistična: naprave bodo ljudem pomagale pri koordinaciji aktivnosti z drugimi ljudmi po svetu in – kar je morda še bolj pomembno – z ljudmi v bližini. Skupine ljudi, ki bodo te naprave uporabljale, bodo pridobile na družbeni moči, pridobile bodo nove možnosti za organizacijo svojih interakcij.³²

V opozicijo vsem dehumanizirajočim napovedim lahko postavimo tudi razmišljanje Douglasa Rushkoffa, ki mobilno komuniciranje proglašuje za promotorja renesance današnje družbe. Glede na to, da so javni mediji daleč od tega, da bi bili »psi čuvaji« (angl. *watch dogs*) demokracije, je čas, da to vlogo prevzamejo novi mediji – mobilniki. Avtor jih poimenuje »*People's Media*«, mediji ljudstva. Mobilniki, ki so trenutno v prodaji, niso več samo telefoni ali dlančniki, so hkrati še fotoaparati in kamere. Vsak, ki hodi okrog z eno od teh naprav, je potencialni novinar. Prihodnost progresivnih medijev, ki vzpodbujajo razvoj demokratičnih vrednot, državljanske zavednosti in avtonomne akcije, ni v kreiranju novih vsebin, ampak novih kontekstov. V prvotni renesansi so ljudje prvič dobili dovoljenje za

³² S takšnimi pozitivnimi ambicijami delujejo tudi izvajalci projekta na Finskem, ki je znan kot »Helsinki Virtual Village« (HVV). Sonera, vodilno finsko telekomunikacijsko podjetje, skupina poslovnežev, akademikov in urbanistov dela na projektu, da bi v novem helsinškem predmestju Arabianranta ustvarili posebno skupnost. Prebivalcem in zaposlenim na tem območju naj bi do leta 2010 ponudili najnovejšo brezžično infrastrukturo in najnovejše brezžične storitve. Da bi se priključili na sistem, uporabniki ne bi potrebovali osebnega računalnika, ampak samo mobilni telefon. Ta lokacija bo tudi mesto eksperimenta v realnem svetu, ki bo razkril odgovore na vprašanja o mrežni skupnosti in družbenih efektih tovrstnega povezovanja. Večina tehnologije, ki bi omogočila takšen scenarij že obstaja, vendar ni v splošni rabi. Nihče še ni uspel postaviti takšnega sistema, ki bi deloval na realnem prostoru za realne ljudi. Sistem ve, kje se uporabnik nahaja vsako minuto, vsak meter, ve za vsak zapravljen denar, zato mora imeti človek veliko zaupanja v njegovo varnost in zanesljivost. (Shaw, 2001; Morais, 2001)

lastno interpretacije religije, družbe in politike, današnja renesansa pa nam govori, da je pomembna tudi naša samoekspresija. (Rushkoff, 2003a; Rushkoff, 2003b)

Sklep

Tezo, da pojav tehnologije mobilnih komunikacij transformira socialno interakcijo, utemeljujejo primeri, ki smo jih navedli na predhodnih straneh. Mobilno komuniciranje nam omogoča sekundne preskoke v prostoru, zagotavlja zelo dobrodošle manipulacije s časom, po eni strani krepi naše že utrjene družbene vezi in hkrati zmanjšuje tendence k vzpostavljanju novih, odnose postavlja kot neprestano prezenco, postaja pomemben del naše samoekspresije, spreminja nas v multifunkcionalne posameznike, ki se sočasno soočajo z več vlogami... Hkrati pa nas kot posameznike presega in postaja ena od determinant kulturnih, družbenih, gospodarskih in političnih sprememb.

Verjetno pa se je v zaključnih besedah primerno vprašati tudi o vrednostnih dimenzijah teh sprememb: ali lahko tem učinkom prisodimo pozitiven ali negativen predznak? Nam je mobilno komuniciranje prineslo več dobrega kot slabega? Ali obratno? Odgovor na to ne bo preprost in nikakor ne enodimenzionalen. Mobilni telefon ima veliko različnih pomenov – je hkrati simbol nove globalne ekonomije in simbol revolucionarnega upora proti temu sistemu. Po eni strani je idealen medij za centralizirano nadzorovanje, po drugi strani pa razprši komunikacijske sposobnosti v množico malih komunikacijskih centrov, ki so praktično neobvladljivi. Prinaša nove omejitve in novo neomejeno svobodo. Težava je le v tem, da je težko definirati, kje se eno začne in drugo konča. Sistem mobilnih komunikacij smo posamezniki, ogromno število določljivih posameznikov, ki sledimo vsak svojim težnjam. Hkrati pa sistem živi svoje življenje in nas zamejuje s svojimi abstrahiranimi zakonitostmi.

Mnogi so trende v zadnjem desetletju opredelili kot prihod informacijske dobe. To naj bi pomenilo, da so informacije in informacijske in komunikacijske tehnologije (ICT) nasploh v sodobnem času postale bolj ključne za družbeno življenje, kar seveda ni res. Informacije so bile ključne za razvoj človeške vrste vsaj od nekaj 10.000 let nazaj. Vendar pa imajo tisti, ki trdijo, da nas sodobne tehnologije vodijo v informacijsko dobo, vsaj delno prav. Zaradi hitrega razvoja elektronskih tehnologij se v zadnjem času bolj zavedamo informacijskih in komunikacijskih tehnologij kot pretekle generacije. Tehnološki napredek omogoča pridobivanje, obdelavo in posredovanje informacij v kakršni koli obliki brez geografskih, časovnih in količinskih omejitev. Mobilne tehnologije so že pomemben del te igre in nedvomno se bo to v prihodnje le še stopnjevalo.

Priloge

Priloga A: Oglas za mobilnik Siemens M55

Vir: Vikend, 15. 8. 2003

www.my-siemens.com

SIEMENS
mobile

Zaslužite si spoštovanje

Pokažite svojo moč.
Z ojačanim ohišjem in edinstvenimi
dinamičnimi lučkami
je mobilna evolucija v vaših rokah.

Be inspired

M55*

Siemens d.o.o., Dunajska 24, Ljubljana, SI-1000, Slovenija

* Možnost uporabe dodatne opreme - fotoaparata QuickPic z vgrajeno bliskavico.

Priloga B: Simobilov oglas za naročniško-prodajno akcijo

Vir: Mladina, 22. 4. 2003



Idealno delovno mesto
je lahko vsako

mesto.

Najboljši mednarodni poslovni partner z vrhunsko ponudbo poslovnih telefonov.

 <p>20.000 SIT Nokia 6310 i GPRS, JAVA, sinhronizacija z Outlookom, Bluetooth, IR vmesnik, vgrajen modem, glasovno izbiranje, 3 frekvenčna področja, koledar, opomnik</p>	 <p>50.000 SIT Siemens S55 GPRS, MMS, JAVA, sprejem in pošiljanje E-mail sporočil, sinhronizacija z Outlookom, kalkulator, pretvornik valut, Bluetooth, IR vmesnik, polifonična zvonjenja, 3 frekvenčna območja, "Quick pick digitalni fotoaparal" z vgrajeno bliskavico</p>	 <p>60.000 SIT Nokia 7650 GPRS, MMS, JAVA, sprejem in pošiljanje E-mail sporočil, sinhronizacija z Outlookom, vgrajena digitalna kamera, velik barvni zaslon, IR vmesnik, Bluetooth za povezavo s PC, polifonična zvonjenja, glasovno izbiranje</p>	 <p>125.000 SIT Ericsson P800 GPRS, MMS, JAVA, 12MB spomina + spominska kartica (16MB), vgrajen digitalni fotoaparal, sprejem in pošiljanje E-mail sporočil s pripnki, sinhronizacija z Outlookom, Bluetooth, IR vmesnik, WEB, WAP brskjalnik, MP3 in video predvajalnik, diktafon, polifonična zvonjenja, 3 frekvenčna področja</p>
--	---	--	---

Si.mobilova Business ponudba je z novimi mobilnimi telefoni še bolj atraktivna. Odlikuje jo ponudba paketov, ki so posebej prilagojeni tako majhnim kot srednjim in velikim podjetjem. Si.mobilova ponudba omogoča še celo vrsto storitev, ki vam bodo olajšale poslovno in zasebno življenje. Si.mobil Business uporabniki se pogovarjajo po najugodnejših tarifah, s še petimi uporabniki lahko vzpostavijo konferenčno zvezo, so deležni najugodnejših cen telefonov, preko mobilnega aparata lahko varno dostopajo do svoje elektronske pošte, brezplačno pa jim po novem lahko aktiviramo tudi storitev Vodafone Eurocall, ki omogoča enotno tarifo mednarodnega sledenja v 29 evropskih državah pod trenutno najbolj konkurenčnimi pogoji. Vse dodatne informacije dobite tudi pri naših predstavnikih za prodajo poslovnim uporabnikom na št.: 01 54 40 356 ali na naslovu: info.poslovni@simobil.si.

Cene telefonov veljajo ob sklenitvi naročniškega razmerja za 24 mesecev.
Vse navedene cene vključujejo DDV.

www.simobil.si 080 40 40 Si.mobil d.d., Šmartinska 134b, SI-1000 Ljubljana

vedno zame.
simobil
business

Priloga C: Mobitelov oglas za poletne ugodnosti na Hrvaškem

Vir: Delo, 16. 8. 2003

Vem, ne bo
"bez veze"!
Z nami na Hrvaškem.


Amina in Toni

Gostujoči uporabniki Mobitel GSM boste na Hrvaškem v času počitnic vedno na vezi z najbližjimi in dogajanjem.

Poletni paket storitev in ugodnosti.

Cenejši pogovori v vsa slovenska omrežja iz Hrvaške pri obeh mobilnih operaterjih (VIPnet, HTmobile) • **Planet HR. Poletni paket na multimedijem portalu Planet.** Novice, pregled SLO tiska, HR (vreme, promet, trajekti, napoved za pomoršč), MMS kartice, melodije, zaščita pred soncem; Naročniki Mobitel GSM: najhitreje in najceneje preko GPRS povezave/ HTmobile; ali pa (tudi Mobiuporabniki) preko klasične podatkovne povezave v obeh HR omrežjih • **SMS info postaja HR na št. 1919;** ključne besede: **vreme, vode, cesteh** • **Glasovna info postaja HR na št. +386 41 18 27 00;** SLO novice, HR (vreme, promet, trajekti, napoved za pomoršč) • **MMS razglednica in nagradna igra:** svoje MMS podobe lahko naročniki pošljete v obliki prave razglednice s pravo znamko na razglednica@pinkponk.com; najboljše bodo nagrajene • **SMS Happy Hour:** SMS-i med 17. in 18. uro pri HTmobile polovico cenejši za vse Mobitel GSM uporabnike • **Mobi SMS-i iz Hrvaške** (50 SIT za poslano sporočilo) • **Mobikartice:** v VIPnet-ovi prodajni mreži in na hrvaških poštah na obali • **Cenik gostovanja za naročnike Mobitel GSM:** pošljite **SMS HRVASKA** na 1919

Informacije na brezplačnih številkah za klice iz omrežja Mobitel GSM:
naročniki: 031/041/051 700 700, Mobiuporabniki: 031/041/051 121. Iz tujine: +386 41 700 700*



ŽIVLJENJE NISO LE BESEDE
WWW.MOBITEL.SI

* Klic se obračuna po veljavnem ceniku.

Priloga D: Izbor spletnih strani

Spletna stran knjige Howarda Rheningolda »Smart Mobs«: <http://www.smartmobs.com/>

Spletni portal The Feature: <http://www.thefeature.com>

Spletni portal Wired: <http://www.wired.com>

Organizacija GSM Forum: <http://www.gsmforum.com/>

Organizacija UMTS Forum: <http://www.umts-forum.org/>

Japonsko podjetje ImaHima: <http://www.imahima.com/>

Mobilna igra BotFighters: <http://www.botfighters.com/>

Japonski portal Girls Walker: <http://www.girlswalker.com/>

Japonski operater mobilnih komunikacij NTT DoCoMo: <http://www.nttdocomo.co.jp/>

Japonski portal Eurotechnology: <http://www.eurotechnology.com/>

Poštna lista Keitai-l: <http://www.appelsiini.net/keitai-l/>

Japonsko podjetje Nooper: <http://www.nooper.co.jp/>

Spletna stran, posvečena »mobloggingu«: <http://www.moblogging.org/>

»Moblog« Joi Ita: <http://joi.ito.com/moblog/>

Japonski portal Pocket-e-life: <http://www.pocket-e-life.com/>

Japonski portal Mobile Media Japan: <http://www.mobilemediajapan.com/>

Portal korporacije Jupitermedia: <http://www.thinkmobile.com/>

Spletna publikacija angleškega operaterja mobilnih komunikacij Vodafone:
<http://www.receiver.vodafone.com/>

Slovenski operater mobilnih komunikacij Mobitel: <http://www.mobitel.si/>

Slovenski operater mobilnih komunikacij Simobil: <http://www.simobil.si/>

Mobitelov portal Pinkponk: <http://www.pinkponk.com/>

Slovenski ponudnik storitev mobilnih komunikacij Debitel: <http://www.debitel.si/>

Slovenski operater mobilnih komunikacij Vega: <http://www.vega070.com/>

Literatura

- Agre**, Philip E. (2001): Welcome to the Always-On World. University of California, Los Angeles.
- Argyle**, Michael (1992): The Social Psychology of Everyday Life. Routledge, London/New York.
- Blumer**, Herbert (2002): Symbolic Interactionism. V: Calhoun, Craig, Gerteis, Joseph, Moody, Joseph, Pfaff, Steven, Virk, Indermohan (ur.): Contemporary Sociological Theory. Blackwell, Oxford.
- Bruinsma**, Max (2002): Mobile Minded. Ginko Press Inc., Paradise Drive.
- Burns**, Tom (1992): Erving Goffman. Routledge, London/New York.
- Barnhart**, Adam (1994): Erving Goffman: Teh Presentation of Self in Everyday Life. <http://cfmc.com/adamb/writings/goffman.htm>
- Crabtree**, James, **Nathan**, Max, **Roberts**, Simon (2003): Mobile UK, Mobile Phones and Everyday Life. ISociety, London.
- Couch**, Carl. J. (1996): Information Technologies and Social Orders. Aldine de Gruyter, New York.
- De Certeau**, Michel (1988): The Practice of Everyday Life. University of California Press, Berkeley/Los Angeles/London.
- Du Gay**, Paul (ur.) (1997): Production of Culture/Cultures of Production. Sage/The Open University, London.
- Du Gay**, Paul, **Hall**, Stuart, **Janes**, Linda, **Mackay**, Hugh, **Negus**, Keith (1997) (a): Doing Cultural Studies: The Story of the Sony Walkman. Sage Publications, London.
- Du Gay**, P., **Hall**, S. in drugi (1997) (b): Proizvodnja pomena v potrošnji: primer Sonyjevega Walkmana. Teorija in praksa, 34 (4): 709-725, FDV, Ljubljana.
- Edmunds**, Holly (1999); The Focus Group Reserch Handbook. NTC/Contemporary Publishing Group, Chicago.
- Fiore**, Quentin, McLuhan, Marshal (1967): The Medium is teh Massage. Bantam Books, London/New York/Toronto.
- Foucault**, Michel (1984): Nadzorovanje in kaznovanje. Delavska enotnost, Ljubljana.
- Geser**, Hans (2002): Towards a Sociological Theory of the Mobile Phone. http://socio.ch/mobile/t_geser1.htm.
- Giddens**, Anthony. (2001): Sociology. Polity Press, Cambridge.
- Giddens**, Anthony (ur.) (1997): Sociology, Introductory Readings. Polity Press, Cambridge.
- Goffman**, Erving (1967): Interaction Ritual. Pantheon Books, New York.
- Goffman**, Erving (1971): Relations in Public. Penguin Books, Victoria.

- Goffman**, Erving (1974): *Frame Analysis*. Penguin Books, Middlesex/Victoria.
- Goffman**, Erving (1994). *Interaktion und Geschlecht*. Campus Verlag, Frankfurt/New York.
- Goffman**, Erving (2002): *The Presentation of Self in Everyday Life*. V: Calhoun, Craig, Gerteis, Joseph, Moody, Joseph, Pfaff, Steven, Virk, Indermohan (ur.): *Contemporary Sociological Theory*. Blackwell, Oxford.
- Haralambos**, Michael, Holborn, Martin (1999): *Sociologija*. Državna založba Slovenije, Ljubljana.
- Ito**, Mizuko (2001): *Mobile Phones, Japanese Youth, and the Re-placement of Social Contact*. Society for the Social Studies of Science Meetings, Boston, 2001.
<http://www.itofisher.com/PEOPLE/mito/Ito.4S2001.mobile.pdf>.
- Langheinreich**, Marc, **Mattern**, Friedemann, **Kay**, Romer, **Vogt**, Harald (2000): *First Step Towards an Event-Based Infrastructure for Smart Things*. Swiss Federal Institute of Technology.
- Ling**, Rich, **Yttri**, Birgitte (2001): *Nobody sits at home and waits for the telephone to ring. Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk and Public Performance*, Zurich.
http://www.telenor.no/fou/prosjekter/Fremtidens_Brukere/Rich/Nobody%20sits%20at%20home%20and%20waits.doc.
- Ling**, Rich (1999): *Direct and mediated interaction in the maintenance of social relationships*.
[http://www.telenor.no/fou/prosjekter/Fremtidens_Brukere/seminarer/mobilpresentasjoner/Direct%20and%20mediated%20paper%20\(TF%20report\).doc](http://www.telenor.no/fou/prosjekter/Fremtidens_Brukere/seminarer/mobilpresentasjoner/Direct%20and%20mediated%20paper%20(TF%20report).doc).
- Littlejohn**, Stephen. W. (1992): *Theories of Human Communication*. Wadsworth Publishing Company, Belmont.
- Lyon**, David (1994): *From Big Brother to Electronic Panopticon. From The Electronic Eye to The Rise of Surveillance Society*.
<http://www.rochester.edu/College/FS/Publications/Lyon.html>.
- Mackay**, Hugh (ur.) (1997): *Consumption and Everyday Life*. Sage Publications, London/Thousand Oaks/New Delhi.
- Mann**, Steve (1998): *Computing as Means for Personal Empowerment*.
<http://www.eyetap.org/wearcam/icwc98/keynote.html>
- Mattern**, Friedemann (2002): *Ubiquitous Computing: Scenarios for an informatized world*. Swiss Federal Institute of Technology, Zurich.
- McLuhan**, Marshal (1995): *The Gutenberg Galaxy*. University of Toronto Press, Toronto/London.
- McLuhan**, Marshal (1994): *Understanding Media*. The MIT Press, Cambridge/London.

- Miller**, Toby, **McHoul**, Alec (1998): Popular Culture and Everyday Life. Sage Publications, London/Thousand Oaks/New Delhi.
- Mlinar**, Nelson, **Moukas**, Alexandros, **Maes**, Pattie, **Baron**, Jason (1997): Friend of Friend Finder. <http://fff.www.media.mit.edu/projects/fff/>.
- Morris**, Joan, **Lucas**, Chris, **De Reitzes**, Alexander, **Donath**, Judith (2000): Vicinity Chat. <http://web.media.mit.edu/~joanie/virtualsociety/final/vc-abstract.html>.
- Myerson**, George (2001): Heidegger, Habermas i mobitel. Naklada Jesenski i Turk, Zagreb.
- Orwell**, George (1983): 1984. Mladinska knjiga, Ljubljana.
- Pacey**, Arnold (1999): Meaning in Technology. MIT Press, Cambridge/London.
- Palen**, Leysia, **Salzman**, Marliyn, **Youngs**, Ed (2000): Going Wireless: Behaviour & Practice of New Mobile Phone Users. <http://www.cs.colorado.edu/%7Epalen/Papers/cscwPalen.pdf>.
- Rheingold**, Howard (1994): The Virtual Community. HarperPerennial, New York.
- Rheingold**, Howard (2002): Smart Mobs. Perseus Publishing, Cambridge.
- Schneider**, Jay, **Kortuem**, Gerd, **Jager**, Joe, **Fickas**, Steve, **Segall**, Zary (2000): Disseminating Trust Information in Wearable Communities. <http://www.cs.uoregon.edu/research/wearables/Papers/HUC2K.pdf>.
- Silverstone**, Roger (2003): Private Reveries & Public Spaces. London School of Economics and Political Science, London.
- Stemberger**, Scott: (2002): Wearable wireless devices. IBM Developer Works. <http://www-106.ibm.com/developerworks/wireless/library/wi-wear.html?t=gr,p=Wearem-Wireless>.
- Taylor**, Alex S., **Harper**, Richard (2001): Taking 'Activity': Young People & Mobile Phones. http://www.cs.colorado.edu/~palen/chi_workshop/papers/TaylorHarper.pdf.
- Toivonen**, Tuomas (2001): Notes in the General Urban Condition. <http://www.aula.cc/minds/ws2.html>.
- Ule**, Mirjana (1997): Temelji socialne psihologije. Znanstveno in publicistično središče, Ljubljana.
- Virillio**, Paul (1996): Hitrost osvoboditve. ŠOU v Ljubljani - Študentska založba, Ljubljana.
- Wellman**, Barry (2001): Physical Place and CyberPlace: The Rise of Personalized Networking. <http://www.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/individualism/ijurr3a1.htm>.
- Winston**, Brian (1998): Media Technology and Society. Routledge, London/New York.
- Wise**, J. Macgregor (1997): Exploring Technology and Social Space. Sage Publications, London/Thousand Oaks/New Delhi.

Drugi viri

(1998): Japan's lonely hearts find each other with »Lovegety«. <http://www.cnn.com>, 7. 4. 1998.

(2000): »The Ultimate Device« – From »Anytime, Anywhere« To »Always and Everywhere«. <http://www.accenture.com>, 7. 11. 2000.

(2001): »Mad Wing« cyber girl gang arrested. <http://japantoday.com>, 8. 8. 2001.

(2001): The joy of text. <http://www.economist.com>, 13. 9. 2001.

(2001): A New Cultural Revolution: Pervasive Information in the New World Order. www.proboscis.co.uk.

(2003): Anti-war protesters go digital. <http://www.cnn.com>, 27. 3. 2003.

(2003): Nokia develops surveillance camera phones. <http://www.internetmagazine.com>, 17. 4. 2003.

(2003): NTT DoCoMo Unveils Watch Phone. <http://www.thinkmobile.com>, 26. 3. 2003.

(2003): Furtive phone photography spurs ban. <http://www.bbc.co.uk>, 4. 4. 2003.

(2003): Students Called on SMS Cheating. <http://www.wired.com>, 30. 2. 2003.

(2003): Think before you talk. <http://www.economist.com>, 16. 1. 2003.

(2003): Ključ za uspešno tretjo generacijo. <http://www.monitor.si>, 22. 1. 2003.

(2003): Vse najboljše, mobilni telefon. <http://www.24ur.com>, 3. 4. 2003.

(2003): Tekmovanje v metanju mobilnikov. Delo, 10. 4. 2003.

Arnold, Wayne (2000): Manila's Talk of teh Town is Text Messaging. <http://www.newyorktimes.com>, 5. 7. 2000.

Ashurst, Mark (2001): Africa: Now, a 'Quiet Revolution': Mobile Phones Leapfrog an Obstacle to Development. <http://www.newsweekinternational.com>, 27. 8. 2003.

Batista, Elisa (2002): Kiddie Cell Phones: Hot New Toy?. <http://www.wired.com>, 10. 12. 2002.

Batista, Elisa (2003): Bill Gates's Watch: Your Next PC?. <http://www.wired.com>, 9. 1. 2003.

Bociurkiw, Michael (2001): Revolution by Cell Phone. <http://www.forbes.com>, 9. 10. 2003.

Cerar, Gregor (2003): Poletna zabava. Mladina, 25. 8. 2003.

Coursey, David (2001): Cell phone or tracking device? How new tech will target you, <http://www.ft.com>, 13. 6. 2001.

Delio, Michelle (2003): Stealth Antennas Try to Blend In. <http://www.wired.com>, 14. 1. 2003.

Frauenfelder, Mark (2001): Making teh Real World More Fun. <http://www.thefeature.com>, 3. 4. 2001.

Frauenfelder, Mark (2003): Beyond teh Politeness-Button. <http://www.thefeature.com>, 3. 3. 2003.

Garfalk, Connie (2001): Kids on the move. http://www.telenor.com/xpress/2001/1/kids_move.shtml.

Gibson, William (2001): The Japan issue. <http://www.observer.co.uk>, 1. 4. 2001.

Goldman, Jeff (2001): The City Transformed. <http://www.thefeature.com>, 22. 11. 2001.

Goldman, Jeff (2003): Beyond teh Classroom. <http://www.thefeature.com>, 10. 4. 2003.

Grebb, Michael (2003): Orwellian Future?. <http://www.thefeature.com>, 22. 1. 2003.

Hall, Justin (2002): Mobile Reporting: Peer-to-Peer News. <http://www.thefeature.com>, 20. 2. 2003.

Hall, Justin, **Pincard**, Jane (2003): Welcome to I-Home: Personal Pages on Japan's Mobile Internet, <http://www.thefeature.com>, 5. 5. 2003.

Iwatani, Yukari (2003): Filmmakers Showcase 'Tiny Screen'. <http://www.reuters.com>, 24. 3. 2003.

James, David (2003): Learning Goes Mobile. <http://www.thefeature.com>, 8. 4. 2003.

Joseph, Sam (2001): P2P: The Japanese Angle. <http://www.japaninc.net>, 1. 4. 2001.

Kumar, Anuradha (2002): Indian Villagers Pedal Wireless. <http://www.wired.com>, 12. 12. 2002.

Laver, Marl (2003): Making Wi-Fi a household word. <http://www.ipos-ideas.com>, 24. 2. 2003.

Lillington, Karlin (2000): Mobile But Without Direction. <http://www.wired.com>, 21. 9. 2000.

Locke, Matt (2003): Being here – some moving stories about mobile technology. <http://www.receiver.vodafone.co.uk>.

Longino, Carlo (2002) (a): The Future of Devices. <http://www.thefeature.com>, 11. 10. 2002.

Longino, Carlo (2002) (b): Getting teh Message. <http://www.thefeature.com>, 28. 11. 2002.

Longino, Carlo (2003): Getting to Know You. <http://www.thefeature.com>, 1. 4. 2003.

McKay, Niall (2003) (a): Wireless Crime Fighting. <http://www.thefeature.com>, 10. 2. 2003.

McKay, Niall (2003) (b): Smart Mobs: Activists go Wireless. <http://www.thefeature.com>, 19. 5. 2003.

Millar, Stuart, **Kelso**, Paul (2001): Liberties fear over mobile phone details. <http://www.guardian.co.uk>, 27. 10. 2001.

Milek, Vesna (2002): Flirt joy stick. Polet, 14. 11. 2002.

Morais, Richard C. (2001): Invisible city. <http://www.forbes.com>, 19. 3. 2001.

Nakamoto, Michiyo, **Roberts**, Dan (2001): Understanding 3G – Back to the future. <http://www.ft.com>, 31. 5. 2001.

Nakada, Gail (2003): Blog Party. <http://www.wired.com>, 1. 3. 2003.

Parry, Richard Lloyd (2001): The TXT Revolution. <http://www.independent.co.uk>, 23. 1. 2003.

Pimentel, Benjamin (2001): Cell Phone Craze May be Key to Philippines Future <http://www.sfgate.com>, 11. 2. 2001.

Rafel, Vincente (2002): The Cell Phone and the Crowd: Messianic Politics in the Contemporary Philippines. http://communication.ucsd.edu/people/f_rafael_cellphonerev_files.htm.

Ransdell, Eric (2002): A Girl's Phone. <http://www.thefeature.com>, 29. 10. 2002.

Ransdell, Eric (2003): Is That Kid Next Door teh Future of Mobile Data?. <http://www.thefeature.com>, 17. 1. 2003.

Regano, Dmitri (2002): Growing Up in the Age of the Keitai. <http://www.thefeature.com>, 5. 3. 2002.

Regano, Dmitri (2003): Learning with the Simputer. <http://www.thefeature.com>, 11. 4. 2003.

Rheingold, Howard (1999): Look Who's Talking. <http://www.wired.com>. 30. 1. 1999.

Rose, Frank (2001): Pocket Monster. <http://www.wired.com>, 9. 9. 2001.

Rojas, Peter (2003): Now Bloggers Can Hit teh Road. <http://www.wired.com>, 20. 2. 2003.

Rushkoff, Douglas (2003) (a): World Conquest through Bottom Up Media. <http://www.thefeature.com>, 2. 4. 2003.

Rushkoff, Douglass (2003) (b): 21st Century Renaissance. <http://www.thefeature.com>, 31. 3. 2003.

Salz, Peggy Anne (2002): Pump Up the Volume. <http://www.thefeature.com>, 27. 11. 2002.

Shaw, William (2001): In Helsinki Virtual Village. <http://www.wired.com>, 9. 3. 2001.

Stroud, Michael (2001): Ring Ring: »How 'Bout a Date?«. <http://www.wired.com>, 29. 5. 2001.

Takeuchi, Cullen, Lisa (2001): Dialing for Dollars. <http://www.time.com>, 4. 6. 2001.

Torres, Anne (2001): 4 Sme, Txtng is Lyf. <http://www.thefeature.com>, 18. 4. 2001.

Ward, Mark (2001): Indian handheld to tackle digital divide. <http://www.bbc.co.uk>, 18. 7. 2001.

Wachira, Nick (2003): Wireless in Kenya Takes a Village. <http://www.wired.com>, 2. 1. 2003.

Wallage, Steve (2003): Remixing Ringtones. <http://www.thefeature.com>, 23. 4. 2003.

Wrolstad, Jay (2003): DoCoMo Wraps a Cell Phone Around Your Wrist. <http://www.yahoo.com>, 10. 4. 2003.