

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Tadeja Pivc

Mentorica: doc. dr. Tanja Oblak Črnič

SPLETNI DNEVNIKI V INDIVIDUALIZIRANI DRUŽBI

Diplomsko delo

Ljubljana 2008

ZAHVALA

Študijska pot se končuje, ob tej priložnosti bi se rada zahvalila družini in prijateljem, ki so mi stali ob strani, profesorjem, ki so delili svoje znanje ter mentorici doc. dr. Tanji Oblak Črnič, ki me je s svojimi napotki usmerjala in spodbujala pri pisanju diplomskega dela.



IZJAVA O AVTORSTVU diplomskega dela

Spodaj podpisani/-a TADEJA PINC, z vpisno številko 21017413,
rojen/-a 10.9.1982 v kraju LJUBLJANA, sem avtor/-ica diplomskega dela z naslovom:
SPLETNI DNEVNIKI V INDIVIDUALIZIRANI DRUŽBI

S svojim podpisom zagotavljam, da:

- je predloženo diplomsko delo izključno rezultat mojega lastnega raziskovalnega dela;
- sem poskrbel/-a, da so dela in mnenja drugih avtorjev oz. avtoric, ki jih uporabljam v predloženem delu, navedena oz. citirana v skladu s fakultetnimi navodili;
- sem poskrbel/-a, da so vsa dela in mnenja drugih avtorjev oz. avtoric navedena v seznamu virov, ki je sestavni element predloženega dela in je zapisan v skladu s fakultetnimi navodili;
- sem pridobil/-a vsa dovoljenja za uporabo avtorskih del, ki so v celoti prenesena v predloženo delo in sem to tudi jasno zapisal/-a v predloženem delu;
- se zavedam, da je plagiatstvo – predstavljanje tujih del, bodisi v obliki citata bodisi v obliki skoraj dobesednega parafraziranja bodisi v grafični obliki, s katerim so tuje misli oz. ideje predstavljene kot moje lastne – kaznivo po zakonu (Zakon o avtorstvu in sorodnih pravicah, Uradni list RS št. 21/95), prekršek pa podleže tudi ukrepom Fakultete za družbene vede v skladu z njenimi pravili;
- se zavedam posledic, ki jih dokazano plagiatstvo lahko predstavlja za predloženo delo in za moj status na Fakulteti za družbene vede;
- je elektronska oblika identična s tiskano obliko diplomskega dela ter soglašam z objavo diplomskega dela v zbirki »Dela FDV«;
- je diplomsko delo lektorirano in urejeno skladno s fakultetnim Pravilnikom o diplomskem delu.

V Ljubljani, dne 14.5.2008

Podpis avtorja/-ice: Tadeja Pinc

Spletni dnevniki v individualizirani družbi

V diplomskem delu skušam preko pojmov identitete in individualizacije prikazati stanje v današnji moderni družbi, ki je polna negotovosti in dvomov posameznikov vase ter pokazati, kako se preko besednih kreacij posameznikov realnost slika v virtualni prostor. Posamezniki si želijo nečemu pripadati, biti del nečesa. Skupnost se jim zdi odgovor na identitetno vprašanje o tem, kdo so. Občutek pripadnosti najdemo pri spletnih dnevnikih, ki so postali pravi fenomen. Posameznik objavlja in piše tako o svojih interesih kot tudi o osebnih zadevah in skrbah, pri tem pa si ustvari skupnost bralcev, ki mu s komentarji dajejo občutek pripadnosti in sprejetosti. Preko kvalitativne vsebinske analize besedila izbranega spletnega dnevnika, v katerem so opazne lastnosti individualizirane družbe, ugotovimo, da se je proces individualizacije v izbranem primeru prenesel tudi v virtualni prostor, v katerem so individuumi osvobojeni pripisanih družbenih norm ter v katerega lahko prenesejo le toliko svoje vsakdanjosti oziroma tolikšen del sebe, kot želijo. Realno in virtualno se prepletata.

Ključne besede: identiteta, individualizacija, moderna družba, virtualna skupnost, spletni dnevnik.

Web-logs in individualized society

In diploma work the consequences of the processes of individualization, such as insecurity, in Web-logs is presented. The aim is to clear the condition of today's modern society, which is full of uncertainties and doubts, by the terms of identity and individualization. Moreover, it is shown, how the real world projects itself into the virtual one through the creative words of an individual. Everybody is trying to belong somewhere, be a part of something, because that seems to be the perfect answer to identity question. Blogs managed to offer the feeling of belonging and that made them a true phenomenon. Individuals are writing about their worries, interests and other personal matters and the people reading it are their public and they provide a feeling of community and acceptance with their comments. It is concluded that the process of individualization has grown also into the virtual space, in which everybody is free of ascribed social norms, and in which the individuals has the power to bring as much "burden" from real life as they wish. Real and virtual are intertwined closely together.

Key words: Identity, Individualization, Modern society, Virtual Community, Web-log.

KAZALO

| | |
|--|-----------|
| 1. UVOD | 6 |
| 2. V LOVU ZA IDENTITETO | 9 |
| 2.1 IZBIRA IDENTITETE V INDIVIDUALIZIRANI DRUŽBI..... | 9 |
| 2.2 IDENTITETA NA SPLETU..... | 11 |
| 3. ZNAČILNOSTI IN POSLEDICE INDIVIDUALIZIRANE DRUŽBE 13 | |
| 3.1 ISKANJE SEBE IN PRIPADANJE DRUGIM..... | 14 |
| 3.2 VIRTUALNE SKUPNOSTI KOT NOVE INTERAKCIJE..... | 16 |
| 4. RAZVOJ IN SPECIFIKE SPLETNIH DNEVNIKOV | 19 |
| 4.1 KDO SO BLOGERJI? PRIKAZ RAZISKAV V ZDA, NEMČIJI IN SLOVENIJI.. | 21 |
| 4.2 SPLETNI DNEVNIK – IZRAZ POSAMEZNIKOVE IDENTITETE..... | 26 |
| 4.2.1 KREATIVNI POTENCIAL SPLETNIH DNEVNIKOV..... | 27 |
| 4.2.2 OSEBNI ZNAČAJ SPLETNIH DNEVNIKOV IN NJIHOVA MOČ..... | 28 |
| 4.2.3 KOLEKTIVNA NARAVA BLOGANJA..... | 30 |
| 4.3 O MOTIVIH ZA PISANJE BLOGA..... | 33 |
| 4.4 O VSEBINAH BLOGOV..... | 36 |
| 5. O INDIVIDUALIZACIJI SKOZI SPLETNI DNEVNIK | 37 |
| 5.1 PREDSTAVITEV JONASOVEGA BLOGA..... | 37 |
| 5.2 OBČUTEK NEGOTOVOSTI IN TEŽNJA PO PRIZNANJU..... | 40 |
| 5.3 BLOG IN OSVOBODITEV POSAMEZNIKA..... | 42 |
| 7. LITERATURA | 48 |
| DRUGI VIRI:..... | 53 |

SEZNAM GRAFOV IN SLIK

| | |
|--|----|
| GRAF 4.1: Rast števila spletnikov med marcem 2003 in junijem 2005..... | 20 |
| GRAF 4.1.1: Primerjava blogerjev po spolu med državami..... | 22 |
| GRAF 4.1.2: Starost blogerjev v Sloveniji..... | 23 |
| GRAF 4.1.3: Starost blogerjev v Nemčiji..... | 24 |
| GRAF 4.1.4: Starost blogerjev v ZDA..... | 24 |
| GRAF 4.1.5: Primerjava blogerjev Slovenije in Nemčije po izobrazbi..... | 25 |
| GRAF 4.1.6: Primerjava blogerjev Slovenije in Nemčije po statusu..... | 25 |
| SLIKA 4.2.2.1: Kopija izpisa iz bloga Jonasa Žnidaršiča z naslovom Zmagoslavje vsebine nad obliko..... | 29 |
| SLIKA 4.2.2.2: Kopija izpisa iz bloga Jonasa Žnidaršiča z naslovom Bojan Požar priznal laži..... | 29 |
| SLIKA 5.1.1: Blog Jonasa Žnidaršiča..... | 38 |

1. UVOD

Individualizacija danes pomeni nekaj drugega kot pred leti, ko je ta pojem zajemal emancipacijo od družbeno spletenih komunalnih odvisnosti nadzora in moči (Bauman v Beck in Beck Gernsheim 2002: xiv). Danes ta pojem označuje vrsto vidikov družbenega razvoja in izkustev ter po eni strani pomeni dezintegracijo obstoječih družbenih oblik v obsegu razpada normalnih biografij, ki jih je država usmerjala v izbrane biografije. Po drugi strani pa pomeni, da se pred posameznika postavljajo nove zahteve, nove vrste nadzora in omejitev, in sicer preko države, trga delovnih mest in institucij, ki so povezane v omrežja predpisov (Beck in Beck Gernsheim 1996: 817). Individualizacija osvobodi posameznika pripisanih vlog in statusnih razredov. To prinaša spremembe v družinskih strukturah, gospodinjskih opravilih, aktivnostih prostega časa, geografski dostopnosti krajev, vzorcu glasovanja. Nove oblike, ki jih je prinesel proces individualizacije, se kažejo tudi pri delu, kjer so stare oblike rutinskega dela nadomestile nove oblike dela s fleksibilnim delovnim časom in decentralizacijo delovnih mest (Beck in Beck Gernsheim 2002: 202–203).

Rezultat procesa individualizacije je individualizirana družba, ki jo sestavljajo člani, ki neprestano dokazujejo in oblikujejo svojo identiteto. Pri tem pomembno vlogo igra tudi splet. Za današnji čas je značilno, kot pravi Bauman, da zasebno kolonizira javni prostor. Družba oblikuje individualnost svojih članov in individuumi tvorijo družbo s svojimi dejanji (Bauman 2002: 41). Splet je medij z mnogo orodji, ki omogočajo posameznikom, da pišejo o svojih dejanjih, občutjih in zanimanjih, pri tem pa raziskujejo svojo identiteto, ki je v današnjem času nestalna, negotova in jo je potrebno neprestano iskati ter oblikovati. Proces učenja o sebi ali personalizacija, kot jo nekateri imenujejo, je tako vedno povezana s procesom individualizacije. Posamezniki se neprestano sprašujejo o tem, kdo so, kaj naj počnejo, vendar pa nikoli niso zadovoljni. Današnja zadovoljstva so kratkotrajna, cilji se neprestano spreminjajo. Komaj dosežemo enega, je pred nami že nov cilj, in ravno zato je nezadovoljstvo vedno prisotno. Bauman pokaže, da bi razlog za to lahko iskali v potrošni družbi, ki nas je naučila, da tisto, česar ne potrebujemo, enostavno zavržemo (glej Bauman 2002). To se kaže tudi v medosebnih odnosih, partnerstvih kot tudi v skupnostih, ki jih spreminjamo tako hitro, kot spreminjamo lastno identiteto.

Blog igra v individualizirani družbi pomembno vlogo, saj posameznikom ponuja prostor, v katerem lahko eksperimentirajo s svojo identiteto, se kreativno izražajo, poleg tega pa se okoli bloga razvijejo skupnosti, ki temeljijo na podobnih interesih in zanimanjih uporabnikov. Splet omogoča, da nanj preslikamo realno življenje in s tem trende moderne družbe. Zaradi tega tudi menimo, da so osebni blogi zrcalo individualizirane družbe.

Diplomsko delo je razdeljeno na dva dela. V teoretičnem delu preko pojma identitete, ki je danes kot posledica individualizacije stalno se spreminjajoča in nestalna, preidemo na pojem individualizacije. Individualizacija se kaže v vseh sferah političnega, ekonomskega in družbenega življenja in »ne pomeni individualizma¹ ali individuacije², prav tako ne emancipacije« (Beck in Beck Gernsheim 2002: 202). Ljudje se želijo v tej hitro spreminjajoči se družbi z nečim poistovetiti, zato stremijo k skupnostim, ki nastanejo na podlagi skupnih interesov. Tako dobijo občutek, da nečemu pripadajo (Sennet v Bauman 2002: 228). Skupnost je kot nekakšen nadomestek za identiteto. Ta je na spletu lahko hitro ustvarjena, mnogokrat zamenjana, tudi neresnična, z njo lahko eksperimentiramo na več načinov. Internet je kot ponudnik interakcije med posamezniki ustvaril okolje, v katerem so nastale razne skupnosti. Sprva različni programi za pogovor, forumi, spletne strani, danes tudi spletni dnevniki, so le eden od načinov »projiciranja realnega v virtualni prostor« (Kitchin 1998). To nam pomaga, da si izoblikujemo identiteto v »realnem življenju« (Blood 2000). Skupnost se razvije tudi okoli bloga. Govorimo o blogosferi, za katero menimo, da je krivec za neverjetno popularnost spletnih dnevnikov. Ponuja namreč refleksijo posameznikovih dejanj in razmišljanj ter s tem pritrjuje posameznikovi identiteti, ki je v sodobnem svetu stalno spreminjajoča se.

V drugem delu najprej predstavimo pojem spletnega dnevnika ali bloga, ki so osebne spletne strani, kjer posamezniki delijo svoja mnenja, objavljajo zanimive spletne povezave, poleg tega lahko blogerji na njem dobijo tudi povratne informacije drugih posameznikov na svoja razmišljanja. Bloge primerjamo s tradicionalnimi osebnimi dnevniki in skušamo ugotoviti, kakšna je razlika med njimi. Na podlagi sekundarno pridobljenih podatkov predstavimo, kdo so tisti, ki svoje vsakdanje življenje zrcalijo na spletu ter preizkušajo, kaj jim blogovske aplikacije ponujajo. Nadaljujemo s kvalitativno analizo vsebine izbranega bloga. Izbrali smo

¹ Individualizem je v tem primeru mišljen kot družbene sile in pritiski, ki bi jih lahko pojasnili kot delovanja in namere dozdevno izoliranih posameznikov (Weber v Haralambos in Holborn 1999: 898). Poleg tega pa je individualizem razumljen kot razvoj in delovanje avtonomnih, neodvisnih posameznikov (Haralambos in Holborn 1999: 331).

² Posameznik se odreši kolektivnega vpliva (na primer cerkvenega vpliva) in sledi lastni poti do »končnega smisla« (Haralambos in Holborn 1999: 499).

si blog Jonasa Žnidaršiča, slovenskega igralca in voditelja ter enega prvih blogerjev pri nas. S prepletanjem vsebinske analize in izbrane teorije raziščemo motive za pisanje blogov ter prikažemo, kako je blog orodje, ki pomaga pri procesu neprestanega iskanja in izgradnje identitete. Poleg načina izoblikovanja identitete, ki je danes nestalna, tekoča, spremljamo preko njegovega bloga tudi druge posledice individualizacije, kot so potreba po neprestanem potrjevanju, potreba po vsečnosti in potreba po iskanju zadovoljstva.

2. V LOVU ZA IDENTITETO

Beseda identiteta izvira iz latinske besede »idem« in ima dva pomena. Prvi jo označuje kot koncept popolne identičnosti, enakosti, po drugem pa gre za koncept značilnosti, ki ohranja svojo konsistentnost v vseh okoliščinah in kontinuiteto skozi čas (Jenkins 1996: 3). Identiteta se je v današnjem hitro spreminjajočem se in nestanovitnem svetu morala prilagoditi pospešenemu toku življenja. Castells (1997: 6) jo opisuje kot človekov vir izkušenj in proces gradnje pomena na temelju kulturnih vrednot. Nadalje opozarja, da je posamezniku kot kolektivnemu akterju na voljo več identitet, ki jih v različnih situacijah menja kot maske (Castells 1997: 6). »Identitete so zato, da jih nosimo ter kažemo in ne, da jih hranimo in obdržimo« (Bauman 2004: 89). Ta množičnost pri izbiri identitet pa stresno vpliva na samopredstavitve in družbeno delovanje (Castells 1997: 7).

Svobodna izbira identitet, ki so lahko hitro zamenjane ali prisvojene, ne kaže ne obvez in ne posledic (Lasch v Bauman 2001: 148). Lahko bi rekli, da postajajo identitete vse bolj podobne vlogam. Izgradnja identitete je nedokončan proces (Jenkins 1996: 4), ki temelji na procesu samoodločanja in odkrivanja lastne zgodovine (Bauman 2004: 7); ni fiksno, ahistorično dejstvo, temveč se skozi čas spreminja (Oblak in Petrič 2005: 95).

2.1 IZBIRA IDENTITETE V INDIVIDUALIZIRANI DRUŽBI

V moderni individualizirani družbi se vsak posameznik ukvarja s svojim »jazom«, s svojo osebno identiteto (Musschenga 2000: 68), pri kateri so pomembne lastnosti, ki posameznika ločijo od ostalih individuumov (Kreiner in drugi 2006: 1032). Te razlike si izoblikujemo sami, saj je od posameznika odvisno, pravi Bauman, da si izoblikuje želeno identiteto (glej Bauman 2004), ki ni več odvisna od dedno pripisanih značilnosti, kot sta spol in rasa. Nadalje trdi, da predvsem pri oblikovanju socialne identitete upada vpliv religije, države, kulture, nacionalnosti, jezika, rase, skupnosti in spola, (Bauman 2004: 24), s čimer se strinjata tudi Oblak in Petrič, ki pravita, da imajo moderne strukture³ v sodobnih družbah bistveno manjši

³ Oblak in Petrič med moderne strukture štejeta cerkev, religijo, ekonomski status, izobrazbo, socialno okolje (glej Oblak in Petrič 2005: 95).

in manj trajen vpliv na posameznika (Oblak in Petrič 2005: 95). Castells nasprotno meni, da skupine tako kot skupnosti, v katerih se razvije kolektivna identiteta, vplivajo s svojo miselnostjo, poslanstvom, pravili na razvoj individualne identitete in določajo, kaj je zaželeno. To posameznik združi s svojimi pričakovanji in oblikuje individualno identiteto (Castells 1997: 12–27)⁴. Družbena identiteta je razumevanje, kdo smo in kako nas vidijo drugi ljudje. Je produkt sporazuma, ki je odprt za pogajanje (Jenkins 1996: 5). Drugače rečeno: identiteto, ki jo določajo entitete, ki se razvijejo v skupnosti življenja in vere, kjer posamezniki živijo, imenujemo družbena identiteta, medtem ko pri entitetah, ki se razvijejo skozi integrirane skupnosti idej in načel, govorimo o osebni identiteti (Ricoeur v Bauman 2004: 13)⁵. Za razumevanje posameznikove identitete sta pomembni obe razsežnosti, tako socialna kot individualna, ki sta med sabo povezani in tvorita posameznika kot celoto. Identiteta ni le tisto, kar sami izoblikujemo, temveč je tudi to, kako nas vidijo drugi (Bauman 2004: 13), je produkt izkušenj in interakcij (Billington in drugi 1998: 58).

Izbira identitete v individualizirani družbi je odvisna od naše predstave, kdo želimo postati oziroma mislimo, da moramo postati, in od individualnih vrednot, ki jih tvorijo skupek fizičnih značilnosti, značajskih potez, dispozicij, pričakovanj in idej, s katerimi se posameznik poistoveti. Pri iskanju samega sebe ubirajo posamezniki poti, ki jih vodijo navzven, kjer premagujejo ovire, da dobijo vse, kar želijo, ali poti, ki jih vodijo v notranjost in ponujajo vpogled v duhovnost, kjer verjamejo, da bodo našli svoj jaz (Musschenga 2000: 69–72). Zdi se, da je danes, v svetu globalnih tokov bogastva, moči in podob, postalo iskanje identitete izrednega družbenega pomena. Posamezniki vse bolj iščejo pomen v tem, kar počnejo in ne več toliko v tem, kar dejansko so oziroma mislijo, da so (Castells 1996: 3).

⁴ Castells s primerom religije razloži, kako se individualna identiteta razvije znotraj kolektivne identitete, saj verni spoštujejo zakone, ki veljajo za njihova prepričanja in znotraj dovoljenega oblikujejo svojo identiteto (glej Castells 1997: 12–27).

⁵ Tu se pojavi problem reševanja vprašanja »la mêmète« kot pravi Paul Ricoeur, torej problem konsistentnosti in kontinuitete identitete skozi čas. Drugi problem je »l'ipséité«, torej problem v zvezi s koherentnostjo oz. s tistim, kar nas loči kot osebo, saj je redkokdo izpostavljen le eni skupnosti (Ricoeur v Bauman 2004: 13). Poleg tega se lahko težava pojavi tudi, če je prevelik poudarek na osebni identiteti, to lahko vodi v izolacijo, osamljenost, saj posameznik postane preveč drugačen, da bi se lahko vključil v kakšno skupino, ki bi mu omogočala razviti kolektivno identiteto. Obratno pa lahko pride do depersonalizacije posameznika, saj ta izgubi svojo lastno identiteto (glej Kreiner 2006).

2.2 IDENTITETA NA SPLETU

V kibernetnem svetu je lahko identiteta tekoča, kratkotrajna in osvobajajoča, ker posamezniki sami izberejo način, kako se želijo predstaviti. Podobno kot posamezniki v individualizirani družbi tudi uporabniki na spletu postanejo avtorji svojih življenj (Kitchin 1998: 11–14; Wilbur 2000: 48–49). Virtualne identitete so načini, kako se ljudje predstavijo drugim posameznikom, s katerimi komunicirajo na medmrežju. Te so večinoma skladne s tistimi zunaj spleta (Baym v Castells 2001: 119), kljub temu pa je predstava o tem, da posamezniki na internetu prevzemajo fiktivno identiteto, široko prisotna.

Dilema, kako resno vzeti nikogaršnjo identiteto na medmrežju, je še vedno stvar razprav. Identiteta se lahko izkaže za lažno, saj veliko ljudi laže o letih in spolu (Doering 2000: 5–6), kar lahko vodi v napačno predstavo o identiteti. Doering razglablja, da so razlogi za lažno predstavitev na spletu osebni problemi, sramovanje, pomanjkanje zaupanja ali dvom vase. Na spletu so posamezniki osvobojeni družbene kategorizacije, stereotipov in stigmatizacije, prevzemajo lahko idealizirano podobo (Doering 2000: 5–6; Cheung 2004: 59) in so tako sojeni le po svojih idejah in ne po spolu, rasi itd. (Kollock in Smith 1999: 9). Vendar pa mnogi »na internet prinesejo nesnago iz realnega sveta«, pravi O'Brien (v Wellman in Gulia 1999: 170), iz česar lahko sklepamo, da se je tudi proces oblikovanja identitete prenesel na medmrežje. To je ena temeljnih idej, ki jo v tej nalogi raziskujemo.

Da virtualni svet ni ločena realnost (Wellman v Wellman in Gulia 1999: 170), dokazuje tudi dejstvo, da sta si identiteta v individualizirani družbi in v kibernetnem prostoru podobni. Identiteta, nekoč opisana kot racionalna, stalna, središčna in avtonomna v realnem svetu, je danes podobna tisti v kibernetnem prostoru. Je nestalna, mnogokratna, razpršena, spremenljiva in manipulativna (Kitchin 1998: 11; Turkle in Poster v Oblak 2000: 1053). Podobno kot v sodobnem svetu identitete tudi na spletu prevzemajo status vlog, s katerimi lahko manipuliramo. Posamezniki si izoblikujejo samopredstavitve, ki je pomemben dejavnik pri ustvarjanju identitete v individualizirani družbi, in igrajo vlogo, ki ustreza njihovi identiteti na spletu ter z njo eksperimentirajo (Kitchin 1998: 11–14; Oblak in Petrič 2005: 95). Je kot igra (Doering 2000: 8), katere igranje je vidno v maskiranju in načinu izražanja identitete. Predpostavlja se, da ta igrivost izvira iz anonimnosti, saj je zaradi nje moč med udeleženci enakomerno porazdeljena (Kitchin 1998: 14).

Internet je podaljšek našega družbenega okolja, v katerem lahko preizkušamo različne identitete (Castells 2001: 54–55). Kljub temu da iskanje identitet in igranje vlog ni bistvo spletne interakcije, je ta med mladimi zelo priljubljena, saj jim omogoča odkrivanje in eksperimentiranje, da bi ugotovili, kaj so in kaj bi radi postali (Castells 2001: 54). To pomaga pri oblikovanju naše identitete v realnem življenju. Nove internetne tehnologije, ki ustvarjajo kibernetški prostor, ponujajo laboratorij, v katerem lahko premislimo o že sprejetih predstavah telesa, identitete, skupnosti in narave (Kitchin 1998: 11). Spletne strani in blogi ponujajo oder za strateško samopredstavitve, saj predstavimo le tiste dele sebe, ki jih želimo, in ponujajo prostor za refleksivno konstrukcijo identitete (glej Cheung 2004), kar bo kasneje prikazano tudi na primeru bloga.

V vsakdanjem življenju se pojavlja problem samopredstavitve; ker neprestano delujemo v okvirih sprejemljivega, včasih ne glede na to, da bi radi predstavili del sebe, ne najdemo pravega občinstva ali okoliščin (Cheung 2004: 55–58). Poleg tega pa niso vsi posamezniki enako vešči pri tem opravilu. Tu igrajo blogi in osebne spletne strani pomembno vlogo, saj na njih predstavimo le tisti del sebe, ki ga želimo. Medtem ko nekateri uporabljajo spletne strani in bloge zato, da izrazijo del lastne identitete, drugi uporabljajo ta prostor, da raziščejo, kdo so. Preko spletnih strani in blogov poteka »refleksivni projekt sebstva«, kot ga poimenuje Giddens (v Cheung 2004: 60), saj spletne strani in blogi omogočajo refleksivno raziskovanje in rekonstrukcijo identitet. Dostopnost do spletne strani⁶ in bloga⁷ omogoča, da posameznik dobi povratno informacijo za svojo ustvarjeno identiteto in jo oblikuje toliko časa, dokler ne dobi zaželenih povratnih informacij. Torej je uporabniku spleta omogočeno raziskovanje in preizkušanje različnih identitet (Cheung 2004: 61), o čemer Oblak in Petrič govorita kot o kulturi simulacije, kjer lahko prihaja do brisanja meja med realnim in virtualnim, med enotnim in mnogokratnim sebstvom, kar posameznika osvobaja predpisanih meja, ki ga omejujejo (Oblak in Petrič 2005: 95). Verjamemo, da internet osvobaja posameznika pripisanih identitet ali, kot pravi Petrič, prispeva k njegovemu avtonomnemu, ustvarjalnemu

⁶ Spletna stran je stran na spletu. Običajno je .htm ali .html datoteka, ki lahko povezuje različne grafične ali multimedijske datoteke, ki dopolnijo videz uporabnikovega ekrana. Spletna stran je del spletnega mesta. Spletno mesto je skupek med seboj povezanih spletnih strani (Cheung 2004: 295).

⁷ Blog oz. spletni dnevnik je na tehnični ravni specifični vmesnik za oblikovanje spletnega mesta, neke vrste sistem za upravljanje vsebin, ki uporabniku omogoča, da na enostaven način postavlja vsebino na oblikovno že vnaprej postavljeno spletno mesto (Oblak in Petrič 2005: 11).

in osvobojenemu⁸ delovanju (Petrič 2003: 21), vendar pa tu opozarjamo tudi na problem, da nekaterim posameznikom družbeno ozadje ne omogoča postavitve bloga ali spletne strani, saj nimajo dostopa do interneta. Kreativna avtonomija ustvarjalcev (Cheung 2004: 62), ki niso podkovani v uporabi spletnih aplikacij, je prav tako vprašljiva, saj morajo delovati znotraj ponujenih okvirov za oblikovanje osebne spletne strani ali bloga.

Težko rečemo, da so identitete na spletu popolnoma drugačne od tistih v vsakdanjem življenju, saj se ne moremo kar naenkrat preleviti v nekoga drugega. Vendar kljub temu ni jasnega pravila o enakosti med virtualno in realno podobo. Prav tako se spreminja odnos do nekega subjekta, ki je lahko drugačen, saj nas vpletenost v virtualno skupnost vpelje v skrbna pogajanja med pomeni in asociacijami (Wilbur 2000: 49), ki vplivajo na naš odnos do stvari v vsakdanjem svetu, ki pa je vse bolj prepleten z virtualnostjo.

3. ZNAČILNOSTI IN POSLEDICE INDIVIDUALIZIRANE DRUŽBE

Individualizacija je strukturna lastnost visoko diferenciranih družb (Beck in Beck Gernsheim v Petrovčič 2007: 40), ki prinaša idejo emancipacije oziroma osvoboditve posameznika pripisanih, podedovanih oznak družbenega značaja (Bauman 2001: 146). To se materializira v spremembah družbenih norm, zakonov, svetov, življenjskih praks in v načinih sobivanja v sferah dela, družine in prostega časa (Fortunati in Maganelli v Petrovčič 2007: 40). Prostor v družbi ni več dodeljen, zato se mora posameznik kot odgovorni akter soočiti s posledicami svojega dejanja. V sodobni družbi je določitev z obvezo zamenjana s prisilno samodoločitvijo, zato se mora posameznik boriti za svoje mesto v družbi. To mesto pa je izmuzljivo in topljivo, kar pomeni, da dosega določenega mesta ne more služiti kot cilj življenjskega projekta (Bauman 2001: 146). Posameznik se mora neprestano prilagajati in dokazovati (Slevin 2000: 109).

⁸ Osvobajajoči potencial svetovnega spleta se nanaša na svobodo posameznikove možnosti proste izbire delovanja, neomejene z obstoječimi hierarhijami moči in drugimi determinizmi (Touraine v Petrič 2003: 21), ter na svobodo kot delovanje v idealni govorni situaciji (Habermas v Petrič 2003: 21).

Predstavili bomo proces izgradnje identitete, ki je v individualiziranem svetu postala odgovornost posameznika, ter nadalje raziskali, kakšno vlogo ima pri tem internet, prostor, v katerem se izoblikujejo skupnosti in v katerem lahko eksperimentiramo z identitetami.

3.1 ISKANJE SEBE IN PRIPADANJE DRUGIM

Individualizacija je geslo sprememb, ki zadevajo vrsto vidikov družbenega razvoja in izkustva. Označujeta jo dva pomena. Na eni strani pomeni dezintegracijo prej obstoječih družbenih oblik, kot so razred, družbeni položaj, družina, spol, hkrati pa pomeni razpad normalnih biografij, referenčnih okvirjev in zgledov, ki jih je prej določala in usmerjala država. Na drugi strani pomeni, da se v modernih družbah pred posameznika postavljajo nove zahteve, vrste nadzora in omejitev, ki se vršijo prek delovnih mest, države, blagostanja in institucij (Beck in Beck Gernsheim 1996: 817). Bauman loči tri med seboj povezane razsežnosti pojma individualizacije, ki jih je moč zaslediti v sodobni družbi, in sicer: a) avtonomijo, ki predstavlja posameznikovo osebno svobodo in zmožnost za neodvisno artikulacijo svojega delovanja, prepričanij in ciljev; b) avtentičnost, ki je izraz posameznikove okrepljene sposobnosti za (samo)refleksijo, ki je usmerjena v iskanje »jaza«; ter c) otrdelo družbenost (Bauman v Petrovčič 2007: 40), ki je povezana z nevarnostjo osiromašenja družbenih vezi, kar lahko vodi v oslabitev solidarnosti in v razvoj narcizma (Lasch v Petrovčič 2007: 40).

Proces pogajanj, kdo je »jaz« znotraj skupine »mi«, označujemo kot proces individualizacije. Gre za aktivnosti, v katere se posamezniki zapletejo, da predstavijo, ustvarijo in obdržijo osebno identiteto skladno s samopodobo. V procesu individualizacije poleg posameznika sodelujejo tudi člani družbene skupine, ki mu pomagajo določiti mejo med osebno in kolektivno identiteto (Kreiner in drugi 2006: 1032). Posamezniki iščejo načine, da bi izrazili in obdržali individualnost, hkrati pa želijo pripadati nečemu večjemu, širšemu, kot so oni sami (Ashforth in drugi v Krainer in drugi 2006: 1033). Po eni strani si želijo vključenosti, po drugi strani pa želijo biti posebni (Brewer v Kreiner in drugi 2006: 1033). Sami si zamislijo, po čem bi želeli biti prepoznavni in kaj jih določa, s čim se poistovetijo. Pri tem pa je pomembno, da se njihova podoba o identiteti ujema s podobo ostalih. Vidimo, da če govorimo o procesu individualizacije, ne moremo preko procesa identifikacije, ki igra pomembno vlogo pri iskanju in ustvarjanju identitete v individualizirani družbi.

Identifikacija je stanje in proces. Kot stanje je del posameznikove identitete, ki izhaja iz njegove povezanosti z neko skupino, kjer gre za prekrivanje med individualno in skupinsko identiteto, katero posameznik zaznava (Dutton in drugi v Kreiner in drugi 2006: 1032). Identifikacija kot proces pa je pridruževanje identitete k neki družbeni skupini. Medtem ko nas individualizacija osvobaja družbenih lastnosti, nas identifikacija z njimi povezuje. Torej lahko trdimo, da gre za dva nasprotna si procesa, ki sta med seboj povezana. Glede na to, da človek obstaja le v odnosu do drugega, je prav njegova "skupinskost" zibelka razvoja njegove individualnosti. Preučevanja so pokazala, da se zakonitosti individualizacije vrinjajo tako v dogajanje pri posamezniku kot pri skupini kot celoti (Praper 1992: 95).

Posameznik noče predstavljati dela celote, njegova želja je postati poseben, enkraten in neprimerljiv individuum, želi izstopati, kar je tudi cilj individualizacije. Identificira se tako, da opozarja na lastnosti, ki ga ločijo od ostalih. Samoopisa in samoidentifikacije ne moremo več utemeljevati z družbenim položajem ali s pripadnostjo skupini ali skupnosti. Gradnja osebne identitete je tako postala »individualni in reflektivni projekt«.⁹ Individuumi so odgovorni za svoj »jaz«, so to, v kar se izoblikujejo (Musschenga 2000: 71). »Normalna biografija' tako postane 'izbrana biografija' oziroma 'naredi sam biografija'« (Beck in Beck Gernsheim 1996: 818),¹⁰ kar vidimo v procesih neprestanega dokazovanja in izbiranja identitet v hitro spreminjajočem se svetu. »Naredi sam biografija« je vedno »tvegana biografija«, saj nas lahko napačna izbira hitro pripelje do »biografije zloma« (Beck in Beck Gernsheim 1996: 818), kar pomeni, da nas ljudje vidijo drugače, kot si želimo. Posamezniki vse manj podrejajo svoje življenjske projekte vnaprej določenim vzorcem različnih vlog. Sedaj podrejajo svoje življenjske projekte svojim osebnim biografijam, kariernim obetom, svojim življenjskim stilom in odnosu do intimnih razmerij (Ule in Ule 2006: 234). Tako življenje postaja projekt oziroma zaporedje projektov brez identitetnega središča (Ule 2002: 76), kjer morajo biti akterji zadovoljni s svojimi dejanji, hkrati pa so odgovorni tudi za posledice. Individualne odgovornosti naraščajo, medtem ko zagotovila za varnost hitro upadajo (Bauman 2002: 38). Posledica tega je nenehno dokazovanje in gradnja identitete, na katero vplivajo situacije, ki ženejo posameznike k dosegu cilja, vendar pa se pri tem ne

⁹ V predmoderni družbi so identiteto določala izročila, danes pa gre za individualni oz. reflektivni projekt, kot sta ga poimenovala avtorja Beck in Giddens (Musschenga 2000: 71).

¹⁰ Pojem »izbrana biografija« uporabi Ronald Hitzler (1988), ko piše o »naredi sam (angl. *do it yourself*)« biografiji. Anthony Giddens (1991) piše o »reflektivni biografiji«, medtem ko Katrin Ley (1984) govori o »izbrani biografiji« (Beck in Beck Gernsheim 1996: 818).

zavedajo, da ne bodo nikoli zadovoljni. Čim bodo dosegli cilj, bo pred njimi že nov podvig, kar bo naredilo iz trenutnega uspeha le kratkotrajno zadovoljstvo (glej Bauman 2002).

»Oblikovanje vsakdanjega življenjskega in vrednostnega sveta je za mlade danes del vsakdanjega iskanja ravnotežja med osebnimi željami in pričakovanji ter možnostmi in zahtevami družbe« (Ule in Ule 2006: 235). In ravno to iskanje ravnotežja je v današnjem svetu pogojno in izpostavljeno številnim tveganjem (Ule in Ule 2006: 235). Posameznik ima odprte vse možnosti, saj ni več determiniran s svojimi koreninami. To pa ga vodi v množico izbir, znotraj katerih se lahko počuti izgubljenega. Individualizacija je paradoksalna obveznost ali, kot pravi Mirjana Ule, »prisila k izbirnosti« in »k refleksiji«,¹¹ kjer poleg tega, da igramo in ustvarjamo lastne biografije, ustvarjamo tudi omrežja in vezi, ki to biografijo obkrožajo. Od posameznika zahteva aktivni prispevek. Več kot je možnosti in bolj ko narašča potreba po odločanju med možnostmi, bolj narašča tudi potreba po individualnem delovanju, prilagajanju, koordinaciji in integraciji. Posamezniki morajo zato biti iniciativni, trdovratni, fleksibilni in odporni na poraz (Beck in Beck Gernsheim 1996: 820). Nепrestano se morajo nanašati na svoje preteklo ali pričakovano življenje ob grožnji stalnih tveganj in identitet, to je danes sestavina družbenih sistemov (Ule 2002: 80).

3.2 VIRTUALNE SKUPNOSTI KOT NOVE INTERAKCIJE

Uporaba interneta omogoča nove oblike akcije in interakcije, hkrati pa lahko vpliva na interpretacijo in odgovor posameznikov na družbeni svet, saj v kibernetnem prostoru nimajo teles, obrazov, preteklosti. Razkrijejo le toliko kot sami želijo, s tem pa internet izziva odprtost in vidnost moderne kulture (Slevin 2000: 55). Informacijske in komunikacijske tehnologije služijo kot katalizator za skupno učenje, ki presega nacionalne meje in omogoča študijo kulturnih in identitetnih podobnosti ter razlik in s tem tudi njihovo sprejetje (Katz in Ofer 2006: 29). »Internet je globalna elektronska agora, kjer nesoglasja raznese v nesložnost razlik« (Castells 2001: 138).

Slevin pravi, da igra internet pri emancipaciji in samoizvršitvi pomembno vlogo (2000: 109); Castells prav tako trdi, da ima internet pomembno vlogo pri novem individualističnem vzorcu

¹¹ Obsesivna »prisila k izbirnosti« in »k refleksiji« je tisto, kar je novo v sodobni individualizaciji (Ule 2002: 80).

družabnosti (Castells 2001: 131). Ponuja način za strukturacijo interakcij, preko katerih se predstavljajo medosebni družbeni odnosi (Petrič 2007: 120), s tem pa omogoča podporo razpršenemu »omrežnemu individualizmu« (Castells 2001; Petrič 2007). Ko se spletna omrežja enkrat ustalijo, ponujajo virtualne skupnosti, ki so različne od fizičnih skupnosti, vendar to še ne pomeni, da so manj intenzivne in manj učinkovite (Castells 2001: 131). Posredovane oblike interakcije na spletu so lahko tudi družbeno dezintegrativne, opozarja Petrič, saj prek promoviranja strateškega delovanja odpirajo prostor »preračunljivemu individualizmu« (Petrič 2007: 120). Gre za samointeres, ki ga posameznik uporabi ne le v svetu orodij, temveč tudi v družbenem svetu odnosov (Touraine v Petrič 2007: 119).

Naše pojmovanje skupnosti je povezano z odnosi v skupnosti, ki so vezani na družbeni položaj, javne arene in na lokalni teritorij, pravi Sennet (v Kitchin 1998: 87). V družbi pa so odnosi v skupnosti individualistični, neosebni in temeljijo na podobno mislečih posameznikih. Rheingold pravi, da lahko poglede na skupnost in družbo povežemo ter tako dobimo enako misleče posameznike, ki oblikujejo javne skupnosti (Kitchin 1998: 87). To so družbeni agregati, ki se pojavijo, če dovolj ljudi nadaljuje z javno diskusijo dovolj dolgo in z določenimi občutki, da se oblikujejo osebni odnosi v virtualnem svetu (Rheingold v Robins 2000: 78). Virtualne skupnosti so fleksibilne, živahne adaptacije realnih okoliščin, ki olajšajo osebam, da najdejo svojo skupnost (Stone v Robins 2000: 87). Gre za skupine individuumov, ki se zberejo zaradi skupnih interesov ali ciljev (Rothaermel in Sugiyama v Koh in drugi 2007: 70).

S pojavom interneta so se začele govorice o novih oblikah interakcije (Castells 2001: 116) in o novih oblikah skupnosti, ki so brez prostorskih omejitev ter temeljijo na družbenih odnosih (Kitchin 1998: 86). Ustvarjanje virtualnih skupnosti, ki je prej temeljilo na spletnih komunikacijah, je danes interpretirano kot zgodovinski proces med lokalnim in družbenim ustvarjanjem skupnosti, saj selektivni vzorci družbenih odnosov menjajo teritorialno oblikovanje vezi človeške interakcije (Castells 2001: 116). Skupnosti na spletu nastanejo zaradi skupnih interesov več posameznikov in ne več zaradi naključne lokacije, na kateri se nahajamo, pravi Rheingold (v Kitchin 1998: 87). Tu se lahko vprašamo, ali lahko do neke mere govorimo o naključni lokaciji tudi na spletu. Že res, da posameznik zavestno izbira, kam se bo priklopil, s kom bo stopil v stik (Kitchin 1998: 87) in si tako ustvari predvidljivo in zanesljivo skupnost (Slevin 2000: 114), vendar pa preko raznih povezav včasih pristane v

spletnih skupnostih, za katere sploh ni vedel, da obstajajo. Virtualna skupnost se od realne razlikuje le v tem, da jo je mogoče lažje zapustiti.

Prednost virtualne skupnosti ali, kot jo imenuje Bauman, »skupnosti kot pretveze«, je v kratkotrajnosti. Posameznik se odloči, da se ji bo pridružil in v njej užival tako dolgo, kot bo želel. Vendar pa se virtualne skupnosti razlikujejo od tiste želene, tople, solidarne skupnosti, tako kot se obleke, proizvedene za množico, od redkih izvornikov (Bauman 2004: 31). Virtualna skupnost podpira šibke vezi, saj se ljudje lahko kadarkoli prijavijo kot tudi odjavijo s spleta in zato tudi ne gradijo dolgoročnih vezi. Ljudje menjajo interese in ni nujno, da razkrijejo svojo identiteto (Castells 2001).

Internet vodi v izolacijo in nas odtuji od realnega sveta, menijo nekateri avtorji, medtem ko so drugi mnenja, da je internet vir za nastajanje novih skupnosti, čeprav sicer niso vidne neposredne posledice družbene interakcije na vsakodnevno življenje, razen z razširjanjem družbenih odnosov (Castells 2001: 119). Prvo trditev lahko spodbijamo s študijami, ki so pokazale, da so lahko odnosi, ki so se razvili preko spleta, prav tako intenzivni kot tisti v vsakdanjem življenju, poleg tega pa nam tudi ti pomagajo pri odkrivanju samega sebe (Park in Roberts v Katz in drugi: 2006: 31). Uporabniki interneta imajo širše družbeno omrežje od neuporabnikov (Di Maggio in drugi v Castells 2001: 121), saj so okrepili tako družbene odnose na daljavo kot tiste na lokalni ravni (Castells 2001: 123). Tu torej vidimo, da internet ne vodi v izolacijo, temveč nam pomaga okrepiti tudi vezi iz realnega življenja, pri čemer se lahko vprašamo, kako globoke so te vezi. Nekateri trdijo, da ko so časovne prepreke premagane, so si opisi občutij ljudi o medsebojni povezanosti med tistimi, ki se srečujejo preko spleta ali iz oči v oči, zelo podobni. Nekateri so celo mnenja, da je lahko internetna interakcija mnogo bolj intimna in intenzivnejša kot tradicionalna oblika komunikacije (Katz in Yablon v Katz in Ofer 2006: 31). Ljudje se zbližajo na podlagi interesov in ne družbenih karakteristik, kot sta spol in družbeno-ekonomski status. Tako lahko sklepamo, da so virtualne skupnosti homogene v svojih interesih in odnosih ter heterogene v spolu, starosti ali družbenem razredu (Wellman in Gulia 1999: 170). Skupnosti, ki se razvijajo, omogočajo družabnost, nudijo podporo, širijo informacije, dajejo občutek pripadnosti in nam pomagajo razviti identiteto (Castells 2001: 127).

4. RAZVOJ IN SPECIFIKE SPLETNIH DNEVNIKOV

Spletnik, bolje poznan kot blog, je trenutno eden najbolj vročih fenomenov na internetu (Kahney 2000). Govorimo o osebnih spletnih straneh, na katerih posamezniki izražajo svoja mnenja in ponujajo spletne povezave za druge zanimive članke (Battey 1999). Enostavno ga je izdelati kot tudi vzdrževati (Kuhns in Crew 2006: 5). Ponavadi spletnik vzdržuje ena oseba, ki ga tudi redno nadgrajuje. Vnosi so prikazani kronološko, in sicer v obratnem vrstnem redu, tako da je najnovejši vnos na začetku strani (Harpold 1999). Avtorji bloga se ponavadi posvetijo določeni temi, ki jih zanima (Barrett 1999a), ali vsebini, za katero menijo, da bo privabila bralce (Harpold 1999). Ker blog skupaj z osebnim mnenjem kronološko podaja vsebino in ima jasno ciljno publiko, sklepamo, da so njegovi predhodniki dnevniki, časopisi in kronike (Nardi in drugi 2007¹²). Spletnik nudi možnost povratnih informacij, po čemer lahko sklepamo, da so blogerji med seboj povezani (Barrett 1999a) v tako imenovano blogosfero, v kateri blogi tvorijo kolektivno skupino (Kuhns in Crew 2006: 7).

Bloganje je dobilo specifično obliko sredi devetdesetih let, ko so postale popularne elektronske skupnosti in brskanje po spletu (Kuhns in Crew 2006: 5). Leto 1997 bi lahko oklicali kot leto nastanka bloga, saj je tega leta Dave Winer, razvijalec programske opreme in ustanovitelj »Radio UserLand blog tool«, ustvaril spletno stran »Scripting News«, na kateri je redno beležil svojo refleksijo različnih tem (Nardi in drugi 2007). Kasneje istega leta je Jorn Barger oblikoval termin »web log«, ki je označeval preproste spletne strani, na katerih so bile povezave do zanimivih spletnih mest. Leta 1999 so bila objavljena prva orodja za izdelavo spletnika na internetu (Kuhns in Crew 2006: 5–6). Prvo je v javnost prišlo orodje družbe Pitas, kasneje istega leta pa je Pyra objavila Blogger (Nardi in drugi 2007). Vse aplikacije za bloganje so bile brezplačne in so omogočale enostavno in hitro objavo spletnika, kar je povzročilo pravo eksplozijo blogov (Blood 2000). V začetku leta 2001 so blogi pridobili dovolj bralcev, da so drugi mediji in tudi politiki začeli priznavati moč bloga in skozenj širiti svoj glas (Kuhns in Crew 2006: 6).

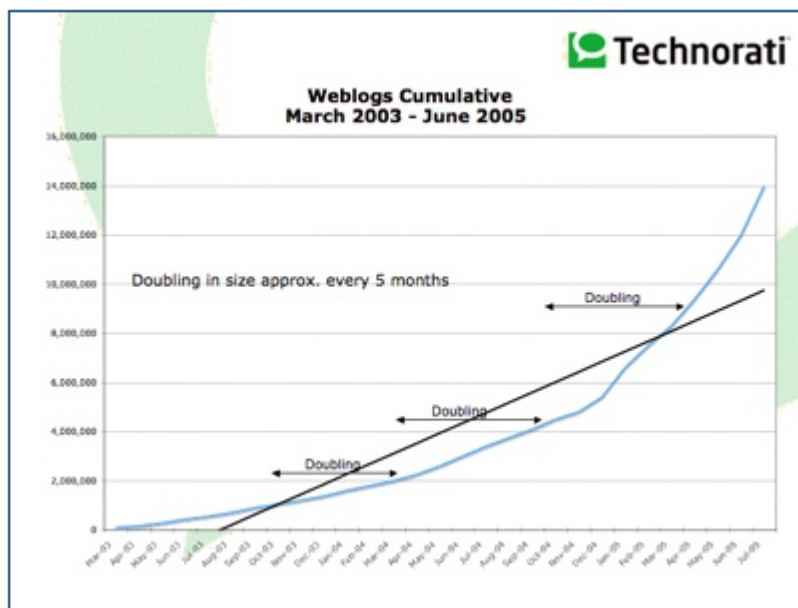
Prvega spletnika ne moremo določiti, saj so lahko posamezniki, ki so se spoznali na računalniška jezika HTML in FTP, že pred zgoraj omenjenim letom redno posodabljali svoje spletne strani (Nardi in drugi 2007), vendar pa je bilo to prej omogočeno le računalniško

¹² Leto 2007 je leto dostopa do raziskave na spletu in ne leto objave.

ozaveščenim posameznikom. Poenostavitev objav na internetu je vsem posameznikom omogočila, da izrazijo svoje mnenje, delijo svoja odkritja s povezovanjem na druge strani in pišejo komentarje na vsakodnevno dogajanje. Moč bloga leži prav v njegovi zmožnosti shranjevanja, organiziranja, objavljanja in umikanja informacij (Kuhns in Crew 2006: 6).

Na dan 11. oktobra 2007 je iskalnik Technorati naštel 108,6 milijonov blogov. Dnevno naj bi bilo v povprečju več kot 175.000 novih blogov (Technorati 2007), medtem ko je bilo leta 2004 okoli 80.000 novih blogov na dan (Sifry 2005). Če pogledamo samo rezultate raziskave Davida Sifreya »State of the Blogosphere«, izvedene v avgustu 2005, vidimo pomembno rast tako v številu blogerjev kot v številu blogov (glej graf 4.1, iz katerega je razvidno, da se vsakih 5 mesecev število blogov podvoji (Sifry 2005)).

Graf 4.1: Rast števila spletnikov med marcem 2003 in junijem 2005



Vir: Sifry 2005.

RIS raziskava kaže, da tudi v Sloveniji blogi hitro rastejo (RIS 2007). Razlog za njihovo množičnost lahko iščemo v moči bloga, da milijonom ljudem omogoča enostavno objavo in izražanje misli, ostalim pa, da te misli berejo in jih komentirajo. Tu sta tako bralec kot pisec vpeta v odprt dialog (Technorati 2007).

4.1 KDO SO BLOGERJI?

PRIKAZ RAZISKAV V ZDA, NEMČIJI IN SLOVENIJI

Za boljše razumevanje, kdo so blogerji- ljudje, ki svoje konjičke in osebne interese prenašajo na splet- bomo uporabili že objavljene statistične raziskave. Raziskali bomo, kdo je tipičen slovenski bloger ter preverili, ali je demografsko podoben blogerjem v ZDA in Nemčiji. Na podlagi tega bomo raziskali, kdo je tisti, ki v povprečju največ bloga ter preko tega skušali razumeti, zakaj je postal spletni dnevnik tako popularen.

Za slovenski prostor si bomo sposodili podatke iz empirične raziskave o kohezivnosti slovenske blogosfere (Ošljak 2006).¹³ Pri opazovanju nemške blogerske scene bomo uporabili podatke raziskave, ki sta jo izvedla Jan Schmidt in Martin Wilbers (2006), kjer sta v okviru novih komunikacijskih medijev opazovala, kako ljudje blogajo.¹⁴ Ameriški blogerski prostor pa sta raziskovali Amanda Lenhart in Susannah Fox (2006) v okviru Pew Internet projekta.¹⁵

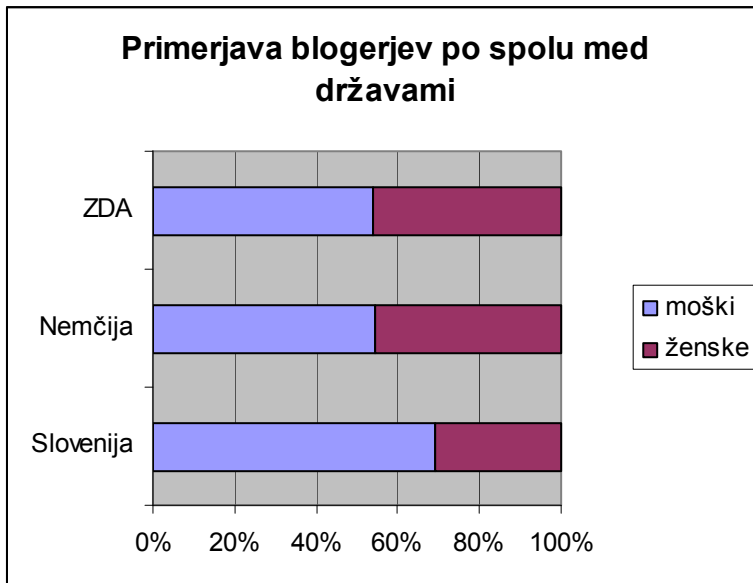
Slovenska blogerska populacija je številčnejša med moškimi (69 %) kot med ženskami (31 %), je razvidno iz raziskave slovenske blogosfere (Ošljak 2006: 51). V tujini je razlika med spoloma manjša (glej graf 4.1.1), in sicer bloga v Nemčiji 54,4 % moških in 45,6 % žensk (Schmidt in Wilbers 2006: 8). Podobno kot v Nemčiji je tudi v ZDA, kjer je 54 % moških blogerjev in 46 % ženskih blogerjev (Lenhart in Fox 2006: 3).

¹³ Podatki so bili zbrani s pomočjo spletnega anketiranja med 14. in 25. novembrom 2005. Udeleženci so bili k sodelovanju povabljeni preko hipertekstualnih povezav, obvestil in spletnih pasic (*bannerjev*). Vzorec zajema 108 posameznikov, med temi je 69 % moških in 31 % žensk. 37 % anketiranih je bilo starih med 25 in 29 let, 33 % med 20 in 24, dobrih 15 % od 30 do 34 let, 13 % od 15 do 19 let ter slabih 5 % 35 let ali več. Večina anketirancev je bila dodiplomskih študentov (Ošljak 2006: 50–51).

¹⁴ Vprašalnik je bil med 3. in 31. oktobrom 2005 objavljen na spletu. Vzorec zajema 5246 posameznikov, od tega 55,3 % moških in 44,7 % žensk. 41,4 % je bilo starih med 20 in 29 let, 24,3 % vprašanih je bilo starih med 30 in 39 let, 17, 6 % je bilo mlajših od 20 let, 10,7 % je bilo starih med 40 in 49 let ter 6 % jih je bilo starejših od 50 let. Tudi tu je bila večina anketirancev študentov (Schmidt in Wilbers 2006: 8).

¹⁵ Telefonska anketa je bila izvedena med 5. julijem 2005 in 17. februarjem 2006. Vzorec je zajemal 4753 posameznikov. Od tega je 49 % moških in 51 % žensk. 45 % jih je bilo starih med 30 in 49 let, 24 % med 18 in 29 let, prav tako 24% med 50 in 64 let ter 7 % starejših od 65 let (Lenhart in Fox 2006: 3).

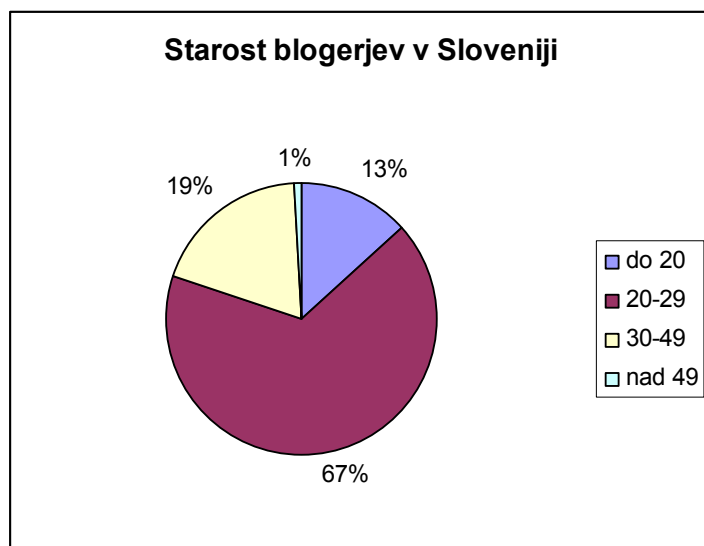
Graf 4.1.1: Primerjava blogerjev po spolu med državami



Vir: prirejeno po Ošljak 2006: 51, Schmidt in Wilbers 2006: 8 ter Lenhart in Fox 2006: 3.

V Sloveniji je največ blogerjev starih (glej graf 4.1.2) med 20 in 29 let (66,7 %), kar je bilo tudi pričakovati. Ne le, da so mlajši bolj podkovani v uporabi interneta in sledenju trendom, temveč so tudi bolj podvrženi zlomom biografije, o katerih smo govorili v teoretičnem delu. Saj se v tem obdobju zgodi mnogo prelomnih trenutkov, diploma, iskanje službe in podobno. 19 % blogerjev je starih od 30 do 49 let ter dobrih 13 % manj kot 19 let. Starejših od 49 let je le 0,95 % (Ošljak 2006: 51–53).

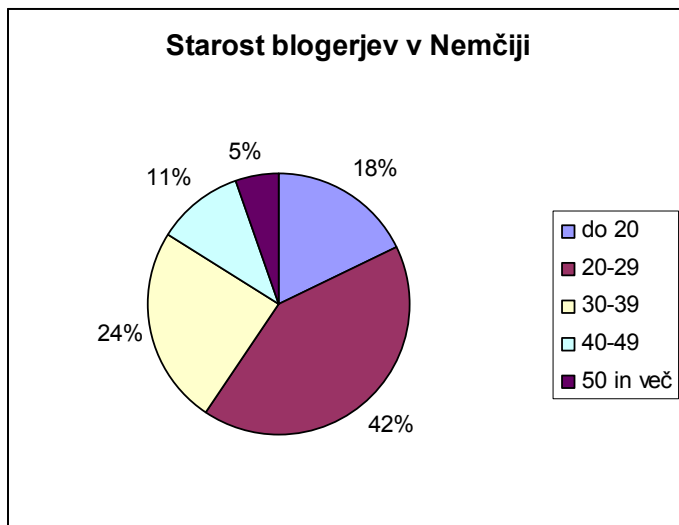
Graf 4.1.2: Starost blogerjev v Sloveniji



Vir: prirejeno po Ošljak 2006: 51.

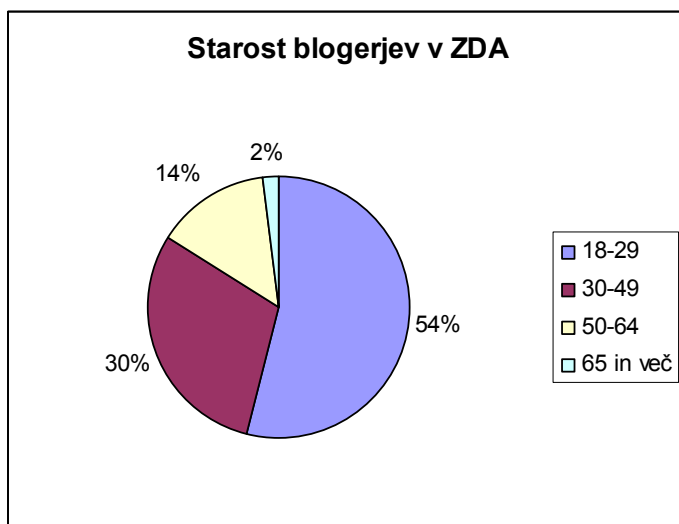
Podobna struktura blogerjev se kaže v tujini. Denimo v Nemčiji (glej graf 4.1.3) je največ blogerjev prav tako starih med 20 in 29 let (41,8 %), podobno tudi v ZDA (glej graf 4.1.4), kjer je največ blogerjev starih od 18 do 29 let (54 %). Blogerjev, starih od 30 do 39, je v Nemčiji le 24,3 %, tem sledijo mlajši od 20 let (17,7 %), nato stari med 40 in 49 let (10,7 %), blogerjev, starejših od 50 let, pa je le 5,4 % (Schmidt in Wilbers 2006: 8). V ZDA število blogerjev tudi s starostjo upada. Tistih, starih od 30 do 49 let, je 30 %, starih od 50 do 64 let 14 %, starejših od 65 let pa je le še 2 % blogerjev (Lenhart in Fox 2006: 3).

Graf 4.1.3: Starost blogerjev v Nemčiji



Vir: prirejeno po Schmidt in Wilbers 2006: 8.

Graf 4.1.4: Starost blogerjev v ZDA

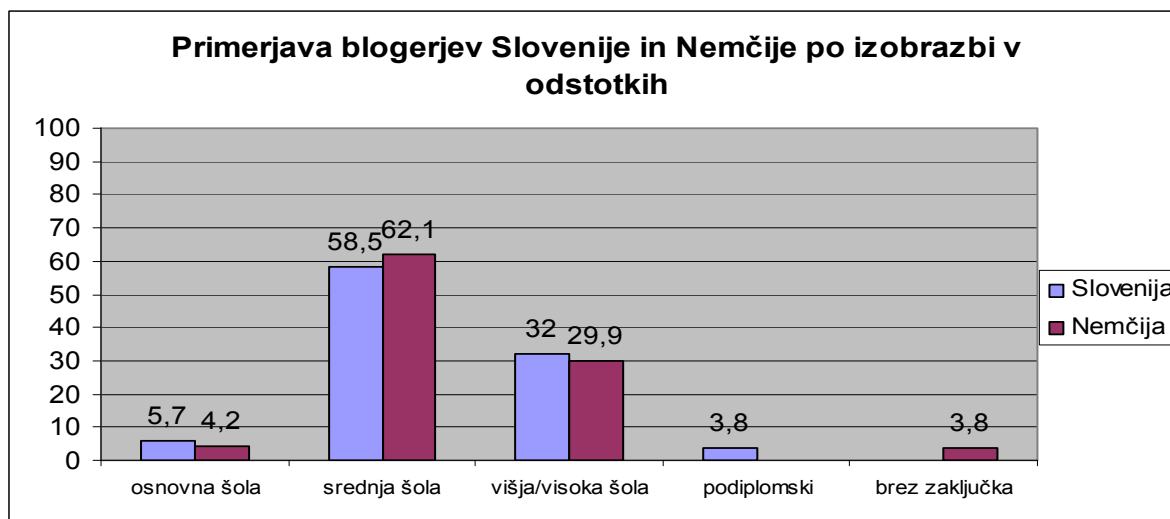


Vir: prirejeno po Lenhart in Fox 2006: 3.

Iz zgornjih grafov vidimo, da so blogerji večinoma mlade osebe, v Sloveniji in v Nemčiji stare od 20 do 29 let, oziroma od 18 do 29 v ZDA.

58,5 % slovenskih blogerjev ima dokončano srednjo šolo (glej graf 4.1.5) in 32 % je takih, ki so zaključili višje ali visokošolsko izobraževanje (Ošljak 2006: 53). V Nemčiji je z dokončano srednjo šolo 62,1 % ter z dokončano višjo oz. visoko šolo 29,9 % blogerjev (Schmidt in Wilbers 2006: 8). Torej so si blogerji v Sloveniji in v Nemčiji glede na stopnjo dosežene izobrazbe podobni. Za ZDA nimamo podatkov, da bi lahko naredili primerjavo.

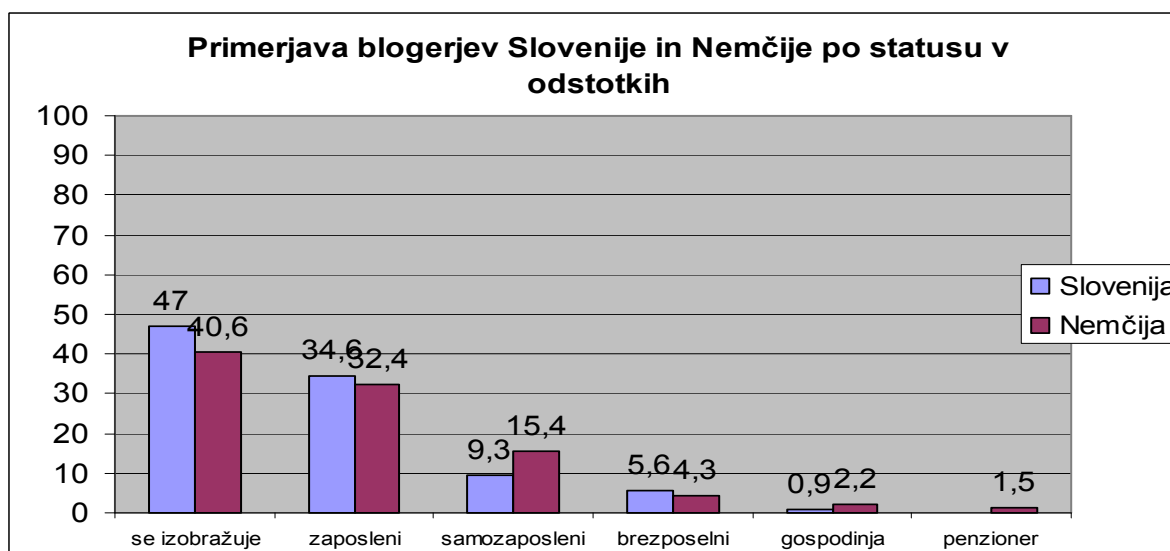
Graf 4.1.5: Primerjava blogerjev Slovenije in Nemčije po izobrazbi



Vir: prirejeno po Ošljak 2006: 53 in Schmidt in Wilbers 2006: 8.

V Sloveniji in v Nemčiji je največ blogerjev študentov (glej graf 4.1.6), dobrih 40 %. V obeh državah jih je dobra tretjina zaposlenih, samozaposlenih jih je v Sloveniji 9,3 %, v Nemčiji 15,4 %. Brezposelnih je v Sloveniji 5,6 % (Ošljak 2006: 53), v Nemčiji pa 4,3 % (Schmidt in Wilbers 2006: 8). Za ZDA nimamo podatkov, da bi lahko naredili primerjavo.

Graf 4.1.6: Primerjava blogerjev Slovenije in Nemčije po statusu



Vir: prirejeno po Ošljak 2006: 53 in Schmidt in Wilbers 2006: 8.

Iz demografskih podatkov lahko sklepamo, kdo je povprečni bloger. V Sloveniji je povprečni bloger moška oseba, stara od 20 do 29 let, ki je ali študent ali ima višjo formalno izobrazbo in uporablja internet v povprečju 9 let (glej Ošljak 2006: 51–54). Podobno so v Nemčiji prišli do zaključka, da je bloger moški, star okoli 30 let, z višjo formalno izobrazbo, ki internet uporablja že več kot 5 let (Schmidt in Wilbers 2006: 8), medtem ko v ZDA ugotavljajo, da je več kot polovica blogerske populacije mlajša od 30 let, bistvenih razlik med spoloma ni (Lenhart in Fox 2006: ii). Da je zanimanje za bloganje med moškimi višje, bi si lahko razlagali z dejstvom, da se moški bolj zanimajo za nove medije kot ženske. Enako velja za mlajše osebe, saj so te računalniško bolj ozaveščene. Poleg tega, da je večina blogerjev študentov, lahko sklepamo, da so blogi postali popularni ne le zaradi trenda, temveč tudi zaradi tega, kar ponujajo. Na njem lahko preizkušamo različne razsežnosti lastne identitete, najdemo skupnost ljudi, ki imajo podobne interese in nam dajo občutek pripadnosti. Predvidevamo, da so študentska leta tista, v katerih je posameznik največkrat v situaciji, ki lahko povzroči biografijo zloma, saj se mnogi odselijo od doma, spoznavajo nove ljudi in situacije, iščejo, kaj jih zanima, zato je blog med to populacijo zelo priljubljen.

4.2 SPLETNI DNEVNIK – IZRAZ POSAMEZNIKOVE IDENTITETE

Spletnik ponuja način, da se izrazimo in kreativno ustvarjamo. Posameznikom omogoča, da delijo svoje poglede na aktualne dogodke, kulturo in druge stvari, ki jih zanimajo. Če pogledamo bloge, opazimo, da se nekateri njihovi ustvarjalci, t. i. blogerji, osredotočajo le na eno temo, medtem ko se drugi dotaknejo več tem. Kljub temu pa lahko rečemo, da vsi gradijo svoje spletne strani na podlagi osebnih interesov. Blogi privabljajo podobno misleče, ki delijo svoje izkušnje in tako ustvarjajo individualistične skupnosti (Katz 1999). Veliko kreativnih piscev piše dnevnik ravno zato, ker omogoča, da ga drugi berejo in komentirajo (Rainer 2004: 17), kar je, kot bomo videli kasneje tudi na primerih, pomembno za ustvarjanje identitete.

Analiza objav nam bo služila za prikaz, kako se procesi identitete kažejo skozi spletni dnevnik. V primerjavi s tradicionalnimi dnevniki bomo približali problem iskanja in potrjevanja identitete, pri kateri je pomembna, kot smo govorili že v teoretičnem delu, tudi potrditev drugih članov skupnosti. Raziskali bomo motive, zakaj posamezniki kot Jonas Žnidaršič pišejo spletne dnevnike. Pričakujemo, da blog kot prostor omogoča avtorjem, da

raziskujejo in preizkušajo svojo identiteto, pri čemer skupnost, ki se razvije okoli bloga, ponuja povratne informacije, preko katerih lahko reflektivno gradijo svojo identiteto.

4.2.1 KREATIVNI POTENCIAL SPLETNIH DNEVNIKOV

Dnevnik so vaja kreativne volje in sinteze, kar se nanaša na zmožnost ustvariti svet na podlagi naših želja in tudi ustvariti samega sebe (Nin v Rainer 2004: viii). Beck govori o tem kot o ustvarjanju lastne biografije (Beck in Beck Gernsheim 2002), ki sledi zakonitostim realnega sveta. Pomaga nam pri iskanju notranje harmonije in kreativne svobode. Podobno tudi blogi ponujajo posameznikom možnost, da se kreativno izrazijo, hkrati pa bralcem ponujajo koristne informacije (Battey 1999). Veliko kreativnih piscev piše spletni dnevnik, ker omogoča, da ga drugi berejo in komentirajo (Rainer 2004: 17). Pri tem ne vidimo aktivne komunikacije pisca s samim seboj, vsaj ne v taki meri, kot je ta raziskana pri piscih tradicionalnih dnevnikov. Razlog za to lahko iščemo v tem, da se individuum predstavlja, kot želi, da bi ga drugi videli, namesto da bi v sebi raziskal tisto neznano (Rainer 2004: 17). Medtem ko je pri dnevniku pisanje spontano, resnično, globoko (Rainer 2004: 19–22), pri spletnem dnevniku o tem večinoma ne moremo govoriti. Javnost si tako pri enem kot pri drugem dnevniku izberemo, tradicionalni dnevnik lahko tako na primer pišemo zase ali pa ga posvetimo na primer vnukinji, vnuku (Rainer 2004: 24), medtem ko pri spletnem dnevniku lahko prav tako omejimo dostop do njega (Katz 1999), čeprav večina posameznikov tega ne stori.

Pisec dnevnika ima mnogo znanj o samoodkritju, saj preko pisanja namenoma komunicira s samim seboj, kjer prek izražanja skozi besede in refleksijo odkrije nove rešitve problemov. Torej lahko rečemo, da je pisanje dnevnika psihološko orodje, s pomočjo katerega izrazimo čustva, prepoznamo navade mišljenja, spoznavamo, sprejemamo ter oblikujemo samega sebe (Rainer 2004: 1–12). Podobno nam tudi blog ponuja, da se izrazimo, pišemo o stvareh, ki nas zanimajo, izlijemo svoje občutke (Eaton 1999), vendar pa pri tem lahko trdimo, da gre bolj za samopredstavitev kot za raziskovanje samega sebe. Predstaviti se, je postal velik trend (Eaton 1999). Posameznik se zaveda svojega občinstva, predstavlja se mu, kot želi, in zanj tudi piše (Graham 1999).

Pisec dnevnika lahko svojo kreativnost izrazi ne le z vsebino, temveč tudi z obliko in načinom pisanja. Rainer (2004) pravi, da pri tradicionalnih dnevnikih niso pomembne slovnične napake, vnos napačnih datumov, pretiravanje, hvalisanje, kot tudi ne, če pišemo poetično, jezno ali prisrčno. Dodamo lahko fotografije, časopisne izrezke, pisma, risbe (Rainer 2004: 13–14). Vse to velja tudi za spletne dnevnike, le da morajo biti dodatki v računalniški obliki.

4.2.2 OSEBNI ZNAČAJ SPLETNIH DNEVNIKOV IN NJIHOVA MOČ

Blogi so osebne spletne strani, s katerimi upravlja posameznik, ki objavlja kronološki seznam povezav k stranem, ki ga zanimajo. Te ureja in jim dodaja osebno noto (Battey 1999). Dober blog je okno v mišljenje in v dnevno življenje posameznika (Rosenberg 1999), seveda se moramo tu zavedati notranjih omejitev, ki si jih postavi avtor sam, ko se odloči, kolikšen del sebe bo delil z drugimi. Če se osredotočimo na Jonasov blog, objekt, prek katerega bomo raziskovali proces in izgradnjo identitet preko spletnikov, vidimo, da njegove objave zajemajo tako pogled v njegovo osebno, profesionalno vsakdanje življenje kot tudi odsevajo misli o družbenem, medijskem in političnem dogajanju. Na podlagi tega bi lahko trdili, da je Jonasov blog dober blog. Dostop do njega je neomejen.

Na spletniku se Jonas predstavi kot igralec, TV voditelj in ljubitelj digitalne tehnologije, poleg tega pa ga vidimo v vlogah očeta in kritika. Njegov blog ni enosmerno tematsko usmerjen, saj se v svojih objavah dotakne več tem. Poleg tega sodeluje pri komentarjih, ki jih prebira in nanje tudi odgovarja. Opazimo, da skrbno izbira in ureja objave, hkrati pa se tudi zaveda svojega občinstva, kar je vidno iz naslednje objave, kjer sprašuje in nagovarja občinstvo: »Se takele utrinke splača pisati v blog, ali čakati pomembnejše teme?« (Žnidaršič, 2008d) ali »Glejte, da se boste obnašali v komentarjih! Sproti bom brisal vse debilne pripombe že zato, ker mi je nerodno pred njo, da ste tako predvidljivi« (Žnidaršič 2007d).

Jonasovim zapisom osebni pridih dodajo objavljena umetniška besedila, pesmi, slike, radijski zapisi, videi. Njegov blog je zelo razgiban. V primerjavi s tradicionalnim dnevnikom pa ne ponuja popolne svobode, saj je blog javna objava. To pomeni, da je bloger odgovoren za vsebino in če je ta ocenjena kot neprimerna, se lahko od njega zahteva, da objavo umakne (Kolar 2007). Blog ima kot javni medij moč, ki jo je Jonas okusil, ko je z naslednjo objavo

užalil znano osebnost (glej sliko 4.2.2.1). Za kar se je moral tudi opravičiti, kar je storil kar na blogu (glej sliko 4.2.2.2).

Slika 4.2.2.1: Kopija izpisa iz bloga Jonasa Žnidaršiča z naslovom Zmagoslavje vsebine nad obliko

Prišel je tudi umetnik resnice Požar, vsako leto ista zgodba. Čeprav ga Savič nalašč ne povabi, slinavec nekako nažica karte in potem po dvorani obrača svoj volovski vrat in razkazuje ženin povešeni dekolte. Heh, zame je človek, ki se sili tam kjer ni zaželen, podrepna gnida... Njemu očitno ni nerodno. Kako idiotu razložiš, da je idiot? Kako idiotu razložiti koncept ne-idiotstva? Nemogoče, kot bi paramecijo razlagal, kaj je kalkulator. V foyerju je buljil vame; kot že tolikokrat doslej sem spet začutil, da ga rajcam.

Mimogrede, ste kdaj poskusili v Google vpisati besedo "[lažnivec](#)"?

Vir: Žnidaršič 2004b.

Slika 4.2.2.2: Kopija izpisa iz bloga Jonasa Žnidaršiča z naslovom Bojan Požar priznal laži

Zato se Bojanu Požarju z lahkoto opravičim za svojo nesramnost v zapisu "O letošnjih Viktorjih", dne 24. marca 2004, na tehle straneh (hkrati pa se bravcem tehle vrstic opravičujem zaradi okorne pravne dikcije naslednjega stavka, a tule lahko vsaka narobe beseda zaneti nov prepir):

"Opravičujem se Bojanu Požarju za svoje žaljive navedbe v zvezi z njim na svoji spletni strani, ki jih je Bojan Požar ocenil za žaljive."

Gospod Bojan Požar, vam pa iskrena hvala za vaše opravičilo za laži. Me veseli, da ste priznali.

-Jonas

2. junij 2004, zapisano v kategorijah [Tisk](#), [Vsakdanjik](#), [Mediji](#)

[19 komentarjev](#)

Vir: Žnidaršič 2004a.

Opravičilo je napisano z majhnimi črkami, kar kaže Jonasov odnos do tega opravičila, ki je bilo napisano z muko. Majhna pisava deluje prej komično kot iskreno. Iz same oblike besedila veliko razberemo o Jonasovih občutkih do stvari. Torej ni potrebno o občutkih pisati neposredno. Čeprav se v svojih zapisih poslužuje tudi tega. En zapis je Jonasov komentar pod

rubriko Zaprto, v katerem se pritožuje: »Zgodbica le opisuje, kako sem se ob zaprtih vratih počutil, kako sem sumil, da so zaprli že pred četrto in kako se je izkazalo, da sem jih sumil neupravičeno« (Žnidaršič 2008g).

Pri samem izražanju na blogu ne vidimo slovničnih omejitev. Jonasov blog ne sledi vedno pravopisu, način izražanja je odvisen od občutka pri pisanju. V objavljenih tekstih so germanizmi, tujke, včasih so pisani v pogovornem jeziku, na primer: »Fotr, pusti si že vgraditi tisti čip v glavo, branje z ekrana je passé!« (Žnidaršič 2007a), kar daje blogu osebnotni pridih.

Nekateri ljudje raje pišejo dnevnik le zase, saj tako niso podvrženi kritikam, medtem ko se drugi, predvsem tisti, ki pišejo dnevnik že dlje časa, raje odločijo za spletni dnevnik. Mnogi pozabijo, da so dnevniki tu zato, da nam pomagajo raziskati samega sebe in niso namenjeni pisanju resnice, temveč zapisom o fantazijah, psiholoških samoanalizah, dramatizaciji (Rainer 2004: 29–36). Kljub temu da Bloodova pravi, da blog omogoča posamezniku, da skupaj sestavi dele sebe, kar poda intimno sliko posameznika v določenem času in v določenem prostoru, ter da pisanje omogoča, da se ljudje soočijo z lastnimi mislimi in mnenji (Blood 2000), pa menimo, da spontano pisanje na internetu najdemo le poredko, saj (kot je bilo že omenjeno) se ljudje bojijo kritik. Spletni dnevniki so v prvi vrsti uporabljeni samopredstavitvenim namenom in ne namenom samospoznavanja in samoodkrivanja; temu pritrjujejo tudi Jonasovi zapisi (glej poglavje O motivih za pisanje bloga).

4.2.3 KOLEKTIVNA NARAVA BLOGANJA

V teoretičnem delu smo izvedeli, da je za izgradnjo identitete pomembna skupnost, ki nam omogoča, da se identificiramo. Ta se je izoblikovala okoli Jonasovega bloga, kar je mogoče videti po komentarjih, kjer se določena imena komentatorjev ponavljajo, kar pomeni, da se ljudje vračajo na njegov spletnik in z njim delijo interese, izkušnje in pogled na svet. Člani skupnosti Jonasovega bloga se lahko identificirajo s situacijami, ki jim priključijo asociacije. Tako je tudi v primeru objave s tematiko iz Jonasovega vsakdanjega življenja z naslovom Zverine (Žnidaršič 2007j), kjer govori o prigodi s svojim mačkom, ki mu vedno prinese pokazat, kar ulovi. S komičnim načinom pisanja v občinstvu prebudi potrebo po sodelovanju. Nekaterim s svojim lahkotnim pisanjem prebudi spomine, kot na primer pri Anč, ki v komentarjih deli spomine na svojega psa (Anč v Žnidaršič 2007), drugi čutijo potrebo, da

delijo z njim svoje ugotovitve, kot Markopigac, ki piše, da pes podganam smrdi, zato se poberejo drugam (Markopigac v Žnidaršič 2007), tretji pa le pritrjujejo njegovemu pisanju in ga pri tem spodbujajo z izjavami kot na primer: »Bemtiš Jonas, ti še najbolj nagravnostno stvar opišeš tako, da se človek enostavno more režat, kot pečen maček ;)« (Boki v Žnidarši 2007).

Jonas dobi od svojih bralcev potrditev, da je to, kar počne, pozitivno in ustvarjalno. Poleg tega lahko rečemo, da tudi njegovi bralci iščejo svoj košček slave, ki bi jo dosegli že, če bi Jonas odgovoril na njihov komentar, ki se zdi skrbno premišljen, preden je zapisan. Torej je pričakovanje potrditve vzajemno. Vendar pa imajo ne glede na to, zakaj posameznik objavi komentar, vsi skupno to, da so del Jonasovega občinstva, preko katerega išče samopotrditev. Komentarji na njegovem spletniku delno spominjajo na razgovor med člani družbe, kjer vsak poda svoj komentar glede na asociacijo, lahko bi govorili o neki vrsti neposredne komunikacije. Nekateri pritrjujejo Jonasovemu komičnem stilu pisanja, drugi se spogledujejo s spomini in jih opisujejo, tretji delijo svoja spoznanja. Jonas pa komentarje bere in se vključuje v interakcijo z bralci svojega bloga.

Virtualne skupnosti naj bi temeljile na odprti, horizontalni komunikaciji, povezani na osnovi skupnih interesov in prepričanj (Rheingold v Oblak in Petrič 2005: 25). V komentarjih na Jonasovem blogu opazimo skupnost, katere člani med seboj niso zelo tesno povezani. Predvsem lahko to sklepamo iz nagovorov, ki so namenjeni le Jonasu. V tem primeru med komentatorji ni vidne neposredne interakcije. Že res, da je komunikacija videti sproščena in so vsi znotraj skupine enakovredni, pa je vprašljivo, kateri so ti skupni interesi in prepričanja, ki združujejo bralce Jonasovega bloga. Zdi se, da gre v prvi vrsti za Jonasove oboževalce, kar bomo potrdili na več primerih. Torej je v ospredju zanimanje za javno osebnost in šele nato sledi zanimanje za teme, o katerih piše. Ker je Jonas javna osebnost, je skupnost na njegovem blogu, blogosfera, nekoliko vprašljiva, saj je k popularnosti njegovega bloga veliko doprinesla tudi slava pisca. Nekateri komentatorji Jonasovega bloga, kot na primer Uros (v Žnidaršič 2007), so spremljevalci Jonasa na vsakem koraku, spremljajo njegovo življenje tako preko bloga kot v vsakdanjem življenju. Da gre v prvi vrsti za zanimanje za znano osebnost in ne za vsebine, pa dokazuje tudi sledeča objava: »Mislim, da sem danes na Aškerčevi videl nekoga na dvokolesniku in to brez čelade. Bil je podoben Luki K. Pogledal sem bolje, zumiral svoj vid, ter videl da je gospod bil obrit, torej skoraj zagotovo je to Jonas moral bit [...]« (John Doe v Žnidaršič 2007). Jonas ima tu zaradi svoje popularnosti in opaznosti manjši maneverski

prostor, da eksperimentira s svojo identiteto, saj je lahko pri svojih poskusih in netočnih navajanjih hitro zaloten.

Poleg tega pa na Jonasovem blogu opazimo tudi skupnost, blogosfero, ki je tesneje povezana pri razpravah o tehnologiji, kot na primer prek komentarjev na temo Mikrofon Samson CO3U iz »Digitalnega lajfa«, kjer Jonas testira nov mikrofon (Žnidaršič 2008c). Tu vidimo, da ljudi družijo zanimanje za tehniko, saj podajajo lastne ugotovitve o mikrofoni in odgovore na vprašanja. Komentarji se nanašajo drug na drugega, saj komentatorji berejo tudi druge zapisane predloge in med seboj komunicirajo. Iz komentarja Aljaža B. in Samskega (v Žnidaršič 2008) je razvidno, da se oba zanimata za tehniko, saj ponujata povezave na druge spletne strani, poleg tega pa sta tudi sama uporabnika, v tem primeru slušalk, in podajata tudi lastne ugotovitve ter se med sabo dopolnjujeta. Posamezniki, ki so ustvarili skupnost prek bloga, si med seboj tudi pomagajo. Eden takih primerov je, ko SlimT (v Žnidaršič 2008) sprašuje po nasvetu o snemanju zvoka in mu Rain in Aljaž B. svetujeta (v Žnidaršič 2008).

Skupnost, ki se je ustvarila okoli Jonasovega bloga pritrjuje Jonasovi identiteti, načinu pisanja in Jonasu kot osebnosti, kar je razvidno v komentatorskem delu bloga, kjer se pojavljajo komentarji kot na primer: »LEGENDA !!!« (Jernej v Žnidaršič 2007), »[...] jonas je car[...]« (Tamé v Žnidaršič 2007), »Go, Jonas, go, Jonas!« (Princ George v Žnidaršič 2005). Blog nam omogoča, da se vidimo skozi oči drugih, tako tudi Jonas vidi, da je še vedno priljubljen in popularen, njegova identiteta v skupnosti pa sprejeta. V primerjavi s tradicionalnimi dnevniki na blogu ni v ospredju poglobitev samih vase in ne samorefleksija, temveč refleksija, kako nas vidijo drugi. Zdi se zanimivo, da Jonas v enem svojih blogov piše o mladeniču s pomanjkanjem samorefleksije (Žnidaršič 2007a). Vprašamo se, ali blogerji tudi ne trpijo za pomanjkanjem samorefleksije, saj jim njihova virtualna skupnost pomaga potrditi njihovo identiteto in pritrčiti njihovim dejanjem. Jonas na spletu ne uživa anonimnosti in ravno to mu do neke mere jemlje svobodo eksperimentiranja z identiteto, o kateri govori Petrič (glej 2003: 20). V njegovem blogu gre za vidno prepletanje realnega in virtualnega sveta, ki predstavljata njegov vsakdanji svet. Njegova identiteta na spletu ne more biti popolnoma drugačna, vendar pa lahko avtor nekatere podatke še vedno zadrži zase in se predstavi tako, kot želi biti viden, seveda v okviru svoje že znane identitete. Bralci se lahko odzovejo le na tisto, kar jim je predstavljeno. Drug problem tu pa je, da posamezniki delujejo v svojo korist in včasih svoj pogled obdržijo zase. Tako je naredil Jonas pri svojem soigralcu, ki mu je prinašal dobiček.

Posamezniki ostanejo v skupnosti, le dokler imajo od nje korist (Bauman 2002: 228–231; Beck in Beck Gernsheim 2002: xxi). Iz tega lahko sklepamo, da bodo tudi bralci brali Jonasov blog, dokler jim bo ta prinašal zadovoljstvo, jih zabaval, kar bo razvidno iz komentarjev, na kar Jonasa opozarjajo njegovi bralci s trditvami kot na primer: »Tako kot pada kvaliteta bloga, pada tudi število komentarjev [...]« (Siggi v Žnidaršič 2007).

Blogi so način samopredstavitve, česar se zaveda tako Jonas kot tudi njegovi bralci: »Pa vidš, da ne glede na to kaj objaviš, vedno se nas bo našlo par bedakov, ki bomo moral to pokomentirat. večina itak takih, ki nimamo zadost zanimivega lajfa, da bi ustvarl zanimiv lasten blog, pa potem trenutek zakrinkane slave doživimo s komentiranjem tujih blogov. vsi smo ekshibicionisti, ampak igralci to priznajo in jim je zato odpuščeno« (Fabo v Žnidaršič 2008). Spletniki blogerjem omogočajo potrditev podobno mislečih, ki je zaradi dvomov potrebna.

4.3 O MOTIVIH ZA PISANJE BLOGA

Če se najprej vrnemo na raziskave Ošljakove, Schmidta in Wilbersa ter Lenhartove in Foxove, ugotovimo, da so glavni razlogi za pisanje bloga naslednji: med slovenski blogerji gre za željo preizkusiti nekaj novega, deliti izkušnje z drugimi in za užitek pri pisanju (Ošljak 2006: 63–64). Med nemškimi blogerji najdemo na prvih treh mestih razloge, kot so pisanje za zabavo in užitek pri pisanju, zapisovanje idej in delitev le-teh z drugimi (Schmidt in Wilbers 2006: 12). V ZDA pa so na prvih treh mestih naslednji razlogi: možnost kreativnega izražanja, dokumentiranje in delitev osebnih izkušenj ter ohranjanje stikov s prijatelji in znanci (Lenhart in Fox 2006: iii). Vse našete razloge za pisanje bloga najdemo znotraj Nardijevih motivov za pisanje bloga, preko katerih preverjamo Jonasovo motivacijo za pisanje bloga.

Nardi (2007) skupaj s svojimi sodelavci trdi, da bi lahko blogerje glede na vrsto motivacije razvrstili v pet skupin. In sicer: dokumentiranje avtorjevega življenja, podajanje mnenj in komentarjev, izražanje emocij, razvijanje idej preko pisanja, ustvarjanje in vzdrževanje komun ali forumov ter stikov z drugimi posamezniki. Seveda se našete motivacije med seboj ne izključujejo (Nardi in drugi 2007), tudi ne pri Jonasu. V njegovem spletniku najdemo posnetke iz vsakodnevnega življenja, kot so: obisk predstavitve fotoaparatorov, pot v vrtec ali na volišče, podpis delovne pogodbe in podobno. Skozi svoje objave Jonas neprestano podaja

mnenje in komentarje; ne glede na vrsto objave, ali gre za pot v vrtec ali pa za mnenje o predsednikovi rezidenci, avtor jasno izrazi svoje stališče ter tako zagotovi, da so komentarji interaktivni, v njih sodeluje tudi sam. Prav tako v Jonasovem blogu zasledimo razvijanje idej. Te ideje se kažejo preko videoposnetkov, ko zbira ideje za Vest, ki je spletnik v obliki časopisnega bloga, pri katerem Jonas sodeluje. Motivacije za pisanje spletnika se pri Jonasu ne izključujejo.

Blogi so običajno namenjeni manjši ciljni skupini, saj jih ustvarjajo običajni ljudje, ki jih žene določena motivacija. Pri bloganju gre za osebno komunikacijo s specifičnimi poudarki na interesih (Nardi in drugi 2007). Ljudje ustvarijo blog iz različnih vzrokov. Nekateri ga ustvarijo kot osebni dnevnik, drugi kot publikacijo, tretji naredijo stran, posvečeno njihovi najljubši temi (Kuhns in Crew 2006: 7). Pri prebiranju Jonasovega bloga imamo občutek, da gre za oglaševanje samega sebe, svojih profesionalnih projektov, promocijo samega sebe. »Poročal sem že o Vincijevevemu filmu Vampir z Gorjancev, z jesenskim snemanjem smo kljub tesnemu budžetu zaključili po načrtih, zdaj pa nadaljujemo. Ravno sem se pogovarjal z Ivono, ki koordinira datume, pa me je mimogrede še prosila, če bi lahko na blogu bralce povabil k sodelovanju« (Žnidaršič 2008f). Glede na to, da ima sponzorje, je njegov blog tudi dobičkonosen. »SiOL plačuje pravico do serviranja mojega bloga na svojem strežniku, prispevki so še vedno moji« (Žnidaršič 2007e). Poleg tega mu je blog do sedaj prinesel kar nekaj dobička. »Zaenkrat, noge sem namočil previdno, tole je dosedanji poslovni izkupiček: 1.Vikorji v Jani - honorar izplačan post festum, 2.SiOL Blogos - mesečni dohodek, 3.Fotografije v Direkto - nenačrtovan posel, hvala Bojan!, 4.Ericsson K800i - izročeno v trajni test, 5.Microsoft Windows Vista - izročeno v trajno last« (Žnidaršič 2007f). Blogi, za katere je zanimanje veliko, so primerni za oglaševanje, saj privabljajo posameznike s podobnimi interesi, kar je zanimivo za koncept personalizacije, ki je poznan pri e-poslovanju. Personalizacija pomeni ponudbo individualnih in ne množičnih produktov, informacij in servisov (Mulvenna 2000: 122). Iz tega lahko sklepam, da blogi ponujajo dve vrsti personalizacije – tisto, ki je proces učenja, ter tisto, ki nam omogoča prodati čim več izdelkov, ki jih priredimo določenim okusom. V diplomskem delu je pomembna personalizacija kot proces učenja.

Opazovalcem se blogerji zdijo narcisoidni (Ford 2001), tak se zdi tudi Jonas enemu svojih bralcev, ki je komentiral Jonasov objavljeni posnetek: »Menim, da ni prav težko hoditi s snemalom v roki po mestu in verbalno izražati videno. Za kakšno privat zbirko že, če je

stvaritelju po godu.. Za objavo pa ne. Takšnih posnetkov je na tone.., če je dejstvo njihove objave odvisno od narcisoidnosti avtorja [...] pač naj bo« (Crab v Žnidaršič 2007).

Dvorak pravi, da so blogi prav zaradi razgaljanja in očitne samopromocije avtorjev veliko bolj zanimivi od spletnih strani, ki so domovale nekaj let nazaj. Nadalje pravi, da so blogi osebni dnevniki, ki jih ljudje pišejo iz naslednjih razlogov:

1. povečevanje ega, saj morajo biti nekateri ljudje v središču pozornosti. In blog jim da občutek pomembnosti;
2. potrditev osebnosti: ko se posamezniku zazdi, da je nihče znotraj družbe, mu blog omogoča, da pokaže, da je drugačen od ostalih;
3. izključitev ali frustracija: blog omogoča ljudem, da se pritožujejo;
4. družbena potreba po delitvi: da z drugimi delijo svoja odkritja;
5. želja postati pisatelj: tem posameznikom blog omogoča prosto objavo na internetu (Dvorak 2002).

Razloge za bloganje po Dvoraku smo iskali v Jonasovem blogu. En razlog, povečevanje ega, smo v prejšnjem poglavju že omenili in ob preučevanju Jonasovega bloga se zdi, da avtor išče pozornost svojega občinstva, da se počuti pomembnega. Sicer Jonas sam sebe nikoli ne povečuje, da je boljši od ostalih, vendar pa dobi potrditev preko komentarjev, ki jih daje njegovi bralci, ki mu neprestano pritrjujejo in ga povečujejo z izjavami, kor so: »legenda jonas [...] sam sam jonas jo orginal« (Kislca v Žnidaršič 2008). Njegove objave na spletniku so pisane tako, da so ljudem všeč, da se ti vračajo na njegovo stran. Zdi se, kot da počiva na pretekli slavi, ko je imel svoje oddaje na televiziji, saj sam objavlja izrezke tudi iz starih televizijskih in radijskih oddaj, njegovo občinstvo pa si ga želi zopet na malih ekranih. »Lahko bi se spet malo prikazal na televiziji s kakšno odbito oddajo. Te kar malo pogrešamo« (Dare v Žnidaršič 2006). Jonasove objave ga kažejo kot skrbnega očeta, komično komunikativno osebo, zavzetega igralca pokra, ljubitelja digitalne tehnologije. Vidimo le, kar nam pokaže. Njegovo zasebno življenje je prikrito. Objave so vedno pisane v komičnem stilu, vendar se zdi ta komika na trenutke zaigrana. Primer ene takih objav je Ljubljana je padla (Žnidaršič 2008), ko se je Jonas sprehajal po Ljubljani in komentiral dogajanje za novo leto, medtem ko so se vsi veselili in družili. Zdi se, da poudarja svojo drugačnost preko stila pisanja. To pa potrjujejo, kot smo že omenili, njegovi bralci. Blog Jonasu služi tudi kot orodje pritoževanja kot na primer v primeru zaprte trgovine: »Prijavit bi jih bilo treba na Urad za varstvo potrošnikov, če obstaja. Ja, obstaja, se spomniva, mene pa mika, da bi takoj klical in se pritožil razumevajoči duši« (Žnidaršič 2008g) in kritiziranja kot na primer kritika

televizijske oddaje: »[...] tu se NLP-jevci mogoče premalo trudijo [...]« (Žnidaršič 2007c). Jonas bloga tudi iz potrebe po delitvi, z njegovimi besedami: »[...] Verjetno je poanta v tem, da posreduješ misli a) svojim hardcore fenom, ki vsak dan čekirajo ali si kaj napisal; ali b) anonimnežem, ki se znajdejo na blogu [...]« (Žnidaršič 2006b) Preko spletnika se lahko kreativno izraziš, česar se Jonas tudi poslužuje. Vidimo, da najdemo pri Jonasu vse naštete motive za pisanje bloga, razen postati pisatelj. Njegov začetni motiv za pisanje bloga pa je bilo zanimanje. »Ustanovil sem svoj blog, se prijavil na nekaj naslovov in ugotovil, da bi lahko nekaj iz tega nastalo [...] Internet dopušča objavo česarkoli – novičke, videa, fotografije [...] Če gledam kot uporabnik, mislim, da internet ponuja ogromno možnosti« (Žnidaršič v Brdnik 2008).

4.4 O VSEBINAH BLOGOV

Na blogih so vse teme popularne. Kljub temu pa raziskavi, izvedeni v Nemčiji in ZDA, kažeta, da posamezniki najraje pišejo o prigradah iz osebnega življenja (Schmidt in Wilbers 2006: 13, Lenhart in Fox 2006: 9). Raziskave potrjujejo, kar pravi McIntosh (2001), namreč da nekateri komentirajo obstoječe spletne strani, drugi so tu kot središče za interese spletne skupnosti. Blogi so vsebinsko zelo raznoliki in prilagodljivi, kar je rezultat enostavne blog aplikacije (McIntosh 2001). Temeljijo na omrežju posameznikov, ki jih povezuje skupni interes, vendar (kot smo že omenili) pri Jonasu v prvi vrsti za popularnost bloga ni kriva popularnost njegovih tem, temveč pisec kot popularna oseba.

Blogerji drug drugemu ponujajo vsebine in se tako dopolnjujejo. Hkrati pa omogočajo personalizirano iskanje novic (Dougherty 2000). Ponujanje vsebin in njihovo dopolnjevanje najdemo tudi v Jonasovih zapisih, predvsem ko testira novo tehnologijo. Če vzamem za primer testiranje nove kamere iz objave Canon HG10, dne vidimo delitev mnenja med Jonasom in bralcem njegovega bloga, kjer slednji pravi: »[...] Ob pregledu posnetkov na PCju je kot igla v oči bodla bela točkica nekje na sredini vsakega posnetka in hitro je bilo jasno, da je na CCD nekaj "zataknjenih" - stuck - pixlov, torej takih ki so "beli" na prav vsakem posnetku...sicer pišem komentar v temo ki ni najbolj frišna pa vseeno upam, da bom morda deležen kakega nasveta/vaših izkušenj glede 'zataknjencev'« (Sasch v Žnidaršič 2008). Jonas mu odgovori: »To je dobro vedeti, hvala! Na Vesti ravno preizkušamo enega in je brezhiben, zaenkrat« (Žnidaršič 2008a).

Blogi so narejeni za javnost. Imajo glas in osebnost. So interaktivni podaljšek tega, kar si (Barrett 1999b). Preko njih lahko predstaviš svoje misli in znanja, poučiš ljudi o sebi. Je preizkus samoizražanja (Barrett 1999b). Tu se lahko vprašamo, kdo predstavlja občinstvo blogerja. V primerjavi z Jonasom, kjer preko komentarjev sklepamo, da večine, ki na blogu sodeluje, ne pozna, kljub temu da so odnosi neformalni, pa študije kažejo, da predstavljajo v večini primerov blogerjevo občinstvo posamezniki, ki jih avtor osebno pozna (Schmidt in Wilbers 2006: 16; Lenhart in Fox 2006: 19). Torej vidimo, da je Jonas zaradi svoje popularnosti v vsakdanjem življenju priljubljen tudi na spletu, njegova popularnost se projicira tudi na splet.

5. O INDIVIDUALIZACIJI SKOZI SPLETNI DNEVNIK

V tem poglavju bomo prikazali, kako se nekateri vidiki individualizacije, ki izvirajo iz neprestanega iskanja identitete, kot so potreba po potrjevanju, zaradi občutka negotovosti, potreba biti vedno všečen drugim in urejen ter občutek svobode pri nakupovanju, kažejo v Jonasovem blogu.

5.1 PREDSTAVITEV JONASOVEGA BLOGA

Za ugotovitev, kako se posameznikova identiteta in procesi individualizirane družbe kažejo v spletniku, smo vsebinsko analizirali blog Jonasa Žnidaršiča. Je slovenska medijska osebnost in eden prvih blogerjev pri nas. Glede na ugotovitve iz empiričnega dela ga ne moremo uvrščati med povprečne slovenske blogerje, saj je starejši od povprečnega blogerja in tudi uporablja internet več kot 9 let. Ker pa gre za enega najpopularnejših in tudi prvih blogov v Sloveniji, smo se odločili za njegovo vsebinsko analizo. Analiza je bila izvršena na tekstih, objavljenih od novembra 2003 do februarja 2008.¹⁶

¹⁶ Vsebinska analiza je bila izvršena v februarju 2008. Blog ponuja popraviljanje in brisanje že objavljenega, zato opozarjamo, da je lahko do tega tudi prišlo in da vsebine ob pregledovanju blogov morda niso ali v prihodnosti ne bodo več dosegljive oziroma bodo popravljene.

Blog Jonasa Žnidaršiča¹⁷ je z več kot tisoč vstopi na mesec eden najpopularnejših blogov v Sloveniji (RIS 2007). Ustvarjen je na Siolu. Oblika je preprosta. V glavi spletnega dnevnika ima rdečo barvo, v kateri je zapisano ime bloga, Jonas – Zapisi (glej sliko 5.1.1). Pod njim je v modri podglavi vpisano »Ž-jev digitalni lajfk«. Blog je postavljen na beli podlagi, pisan je s črnimi črkami in razdelan tako, po arhivih objav kot tudi po tematskih sklopih. Tematski sklopi so naslednji: Nerazvrščeno, Šport, Mediji, Zgodbe, Vsakdanjik, »Kritikiziranja«, Objavljeno, Znanе osebnosti, »On the road«, »Digitalni lajfk«, Karte, Pesmice, Smeh, Doma, »Best of«, »Apple«, Lego, Sponzorji. Ponuja tudi rubriko info, na kateri se lahko poučimo o tem, kaj je blog, preberemo njegov življenjepis in odgovore na najpogosteje zastavljena vprašanja, kot tudi vidimo cenik, če bi želeli komercialno objaviti njegove zapise. Poleg tega ima povezave do drugih blogov, blogrolo. Od tega so štiri povezave na osebno obarvane spletnike, medtem ko je en popolnoma novičarsko usmerjen. Na svojem blogu ponuja tudi povezave na spletne strani, teh povezav je pet. Objave vključujejo tako pisano besedilo, videe, slike kot njihovo kombinacijo. Mogoče jih je komentirati. Na strani pa najdemo tudi iskalnik, preko katerega lahko brskamo med objavami v njegovem spletniku (glej Žnidaršič 2008b).

Slika 5.1.1: Blog Jonasa Žnidaršiča

blog.siol.net ISČI PO BLOGIH

Jonas - Zapisi

Ž-jev digitalni lajfk...

ARHIV ZA MESEC JANUAR, 2008

Impro poker

Povabili so me, naj pridem komentirat v živo, ker da imajo impro seanso v pokeraškem stilu in sem šel. Pazil sem, da se nisem preveč ven metal in duhovičil in menda so bili na koncu kar zadovoljni.

Všeč mi je njihovo navdušenje nad teatom, publiko imajo pa fenomenalno, vedno je polno in vedno se velikodušno smejijo. Improvizacija je zaješana stvar, pravih mojstrov zaenkrat še nimamo (razen nekoč Fileta in Dergija) in sam se je izogibam, če se le da. Vseeno, komedijante iz Impro lige je bilo včeraj zanimivo opazovati in je bil večer prav prijeten Če bi se pa še malo otresli pritiska, da morajo bit hecni in zabavni, bi bilo pa sploh fenomenalno.

ISKANJE ISČI

AVTOR
Jonas Žnidaršič, igralec,
TV voditelj in ljubitelj
digitalne tehnologije.

INFO
Digitalna revolucija
Drobnı tisk
FAQ
Futer dneva
Biografija

ARHIV
2008
2007
2006
2005
2004
2003
2002
2001
1999
1998
1997
1996
1995
1994
1992
1987

¹⁷ Blog Jonasa Žnidaršiča najdemo na spletnem naslovu <http://jonas.blog.siol.net/>.

Vir: Žnidaršič 2008b.

5.2 OBČUTEK NEGOTOVOSTI IN TEŽNJA PO PRIZNANJU

Strah, odločnost, navdušenje, vse to leži v posameznikovih željah, pričakovanjih, nenasitnosti z novimi izkušnjami (Beck in Beck Gernsheim 2002: 22–23), za kar lahko rečemo, da so posledica individualizacije, ki je osvobodila posameznika pripisanih vlog. Beck s tem terminom opisuje tudi način, kako se ljudje soočajo z novimi, vedno spreminjajočimi se identitetami, življenjskimi situacijami in biografskimi vzorci (Beck in Beck Gernsheim 2002: 202–203). In ravno zato se danes veliko ljudi ukvarja z lastnim videzom. Veliko je blogov, kjer blogerji objavijo slike, kakšni so bili, preden so se zredili, drugi pa skrbijo, da so objavljene le slike, na katerih izgledajo urejeno. Jonas je zadevo z videzom uredil na zanimiv način. Kadar je neurejen, neobrit, preprosto oblečen, si nadene naglas in govorno napako ter tako ustvari lik Luke Kopra, drugič, ko je urejen, pa je Jonas. Kljub temu ni videti, da bi Jonas dajal velik poudarek na videz, vsaj ne neposredno. Na slikah in videih se kaže v jutranji halji, športnih opravah, skuštran in nikjer ne opravičuje svojega videza. Videz je človekov konstrukt, sam ga moraš vzdrževati in zanj skrbeti. Ljudje se zavedajo, da je odvisno od njih samih, da naredijo največ iz svojega življenja in iz sebe (Bauman 2002: 88), saj je prav posameznik glavni akter (Beck in Beck Gernsheim 2002: viii). Kljub temu da pri Jonasu čutimo brezbržnost pri videzu, se sam pomembnosti oprave zelo zaveda. Lep primer je objava Jamranje (Žnidaršič 2008c), kjer s svojim videzom poudarja sarkazem, ko govori o znanih osebah, ki se skrivajo pod kapami in za sončnimi očali. Pri tem pa sam nosi pulover s kapuco in sončna očala, kar poveča parodijo na temo, o kateri razpravlja. Zdi se, da svoj videz prilagaja situacijam, v katerih se nahaja. Njegovi bralci pripisujejo pomembno težo videzu. Samo pogledjmo komentarje, kot so: »[...] hahaha super kostumografija [...]« (Iva v Žnidaršič 2008) in »[...] Mater imidž si pa ubrau zdej po novem [...]« (Klemenix v Žnidaršič 2007).

Kar je zanimivo v modernem svetu, je to, da individuumi svoje intimnosti in skrivnosti javno objavljajo. Zdi se, kot da se meja med zasebnim in javnim briše. Kot pravi Bauman: »Prostor javnosti posamezniku ne pomeni veliko več od velikanskega platna, na katero so projicirane zasebne skrbi, ne da bi v tej povečavi prenehale biti zasebne ali pridobile nove kolektivne lastnosti: javni prostor je tam, kjer poteka javno izpovedovanje zasebnih skrivnosti in intimnosti« (Bauman 2002: 52). Zdi se, da gre za redefinicijo javne sfere kot prizorišča, na katerem individuumi uprizarjajo zasebne drame ter jih dajejo na ogled javnosti (Bauman 2002: 88–89). Nekaj zasebnih objav na blogu ima tudi Jonas. Med osebne objave v tem

primeru štejemo tiste, kjer je s svojo hčerko v vlogi očeta, kjer skupaj čarata, se pogovarjata, gresta v mesto. Do hčerke se obnaša zelo zaščitniško, skriva jo pred lastno kamero kot tudi pred kamero novinarjev, ki jih opozarja: »Izrecno prepovedujem kakršno koli objavo fotografij moje hčerke Rozine Zoje Žnidaršič v katerem koli mediju, brez mojega izrecnega starševskega dovoljenja« (Žnidaršič 2006a). To je ravno obratno od »neznanih blogerjev«, ki veliko objavljajo slike svojih otrok. Seveda je vzrok v tem, da želi Jonas kot medijska oseba hčerko zaščititi, medtem ko ostali blogerji te potrebe ne čutijo. Ljudje prenašajo svoje osebne trenutke na splet, tudi Jonas jih, vendar nekoliko bolj previdno.

Za individualizirano družbo je značilno, da se posamezniki neprestano sprašujejo o svoji identiteti, tega pri Jonasu nismo zasledili. Kljub temu je bilo neprestano dokazovanje in potreba po potrditvi ob branju spletnika prisotna. To Beck imenuje samorefleksija (Beck in Beck Gernsheim 2002). Če si izposodimo Baumanove besede, ki jih je uporabil pri razlaganju prizadevanja za čilost,¹⁸ bi lahko refleksijo opisali kot nenehno samopregledovanje, samoočitanje in samoomalovaževanje. Zdi se, da se ljudje nenehno sprašujejo, lahko tudi prikrito, in učijo o tem, kdo so, kaj želijo, kaj počnejo. Pri tem se zavedajo svojih napak. Tako tudi Jonas, ki se označuje za kolerika in se zaveda, da prehitro vzkipi ter si pravi: »Treba se bo obvladati [...]« (Žnidaršič 2007b). Blog omogoča, da ti z nasveti preko komentarjev pomaga nekdo drug. Če pogledamo Jonasov primer: »Globok vdih dela čudeže« (Mojcas v Žnidaršič 2007) ali »Si poskusil pogledat v strop in štet do 71? Meni ponavadi pomaga« (Alex van den Volk v Žnidaršič 2007).

Bauman pravi, da je danes pomembna identiteta, ne interesi, kdo si in ne, kaj počneš, in prav spoznavanje pravega jaza postaja vse bolj vsebina razmerij v javnosti (Bauman 2002: 138–139). V nasprotju z Baumanom se nam zdi, da so za posameznika pomembni tudi njegovi interesi, saj se preko njih prepozna in izoblikuje svojo identiteto. Iz komentarjev na Jonasove zapise lahko sklepamo, da je Jonas bralcem zanimiv zaradi tega, kar je in ne zaradi tega, kar počne. Če vzamemo za primer video, ki ga je objavil pod objavo Prefin (Žnidaršič 2007h), kjer je delal otročarije in je sam video označil kot neumnost, je ta doživel veliko odobravanj. To kaže na to, da ima med svojimi bralci Jonas že ustvarjeno sliko identitete, bodisi prejšnjih zapisov bodisi preko medijev. Ker je slavna osebnost, bralci tolerirajo več neumnosti, ki jih

¹⁸ »Prizadevanje za čilost je stanje nenehnega samoopredeljevanja, samoočitanja in samoomalovaževanja [...]« (Bauman 2002: 101).

odobravajo, pri tem pa se lahko vprašamo ali Jonas preizkuša meje sprejemljivega in ali s tem ne kaže tudi sarkazma do svojih zvestih bralcev bloga, od katerih dobiva neprestano potrditev.

5.3 BLOG IN OSVOBODITEV POSAMEZNIKA

Računalniške tehnologije so orodje, s katerim se posameznik osvobaja, povečuje svojo avtonomnost, ustvarjalnost, preide na abstraktnejše ravni mišljenja ipd. (Bardini v Petrič 2003: 14). V prejšnjem poglavju smo že omenili svobodo izražanja, v tem poglavju pa bomo še preverili osvobajajoči potencial, ki ga prinaša potrošna družba, ki je kot orodje za pridobivanje trenutnega zadovoljstva, ki hitro izhlapi (Petrič 2003: 15). Ljudje ne vedo več, kaj bi sami s sabo in zato kupujejo vse mogoče, se ukvarjajo z dejavnostmi, za katere menijo, da jih bodo naredile zanimive ali pa so le sredstvo pri doseganju zelenega imidža. Zdi se, da ustvarijo sami sebe, kot se jim zdi, da jim bo všeč. Predvsem zato, da se bodo zdeli zanimivi drugim, vendar pa v resnici sploh ne vedo, kje so in kdo so, bežijo iz svoje realnosti, predstavljajo se, kot želijo, da jih drugi vidijo. Jonas je na primer imel včasih avto Murena. »Ah, murena! Čudovit avto, od vseh bivših pogrešam edino njega, imel je hud šarm, prav po francosko...Priznam, kupil sem ga, ker je bil magnet...otem sem ga pa pa kmalu prodal, ker sem bil cepec. Hotel sem imeti še večji magnet (Chevy Corvette), dobil sem pa le še večjo in dražjo kanto« (Žnidaršič 2007c). Ta mu je dajal samozavest pred ženskami, kot se sam izrazi, je bil magnet za ženske. Tudi s svojo registrsko tablico »LJ-BADBOY« si je gradil imidž.

Denar omogoča načrte in želje, ki se nanašajo na celostno podobo, poleg tega pa zahteva vodenje in tehtanje odločitev (Beck in Beck Gernsheim 2002: 62). Potrošna družba se v današnjem modernem svetu kaže tudi v zasebnih sferah našega življenja. Ne le, da kupujemo prijateljstva, imidž, načine za pritegovanje pozornosti, temveč tudi načine, da si pridobimo ljubezen ljubljenega in obratno, ko ljubezen zbledi, imamo tu denar za skrajno silo, za katero smo varčevali (Bauman 2002: 92–96). Denar omogoča samopotrditev, samozavest in z njim dobimo priznanje drugih, kar nam da moč, da se ocenimo in izoblikujemo (Beck in Beck Gernsheim 2002: 63). Ne kupujemo več zaradi potrebe, temveč zaradi poželenja¹⁹ (Bauman 2002: 92–96). Ljudje nakupujejo, ker se počutijo svobodne, saj je svoboda razumljena kot

¹⁹ »[...] poželenje– temeljna nereferečna stvar, ki je dosti bolj nestanovitna in bežna, izmuzljiva in muhasta, kot so potrebe, je motiv, ki je osebno ustvarjen in gnan, za to pa ne potrebuje nobenega drugega opravičila ali vzroka. Kljub svojim zaporednim in vselej kratkotrajnim reifikacijam je stalni objekt poželenja prav poželenje samo [...]« (Bauman 2002: 96).

izobilje porabniških izbir. Tudi Jonas se poslužuje svobode, ki jo občuti ob nakupovanju, čeprav sam veliko nakupov opravi preko spleta. Svoje navdušenje nad novim lastništvom pa opiše na internetu. Bili smo priča nakupu novega avta, fotoaparatorov, kamer, mikrofонов, računalnika, televizije, poučil nas je tudi o težavah, ki jih je imel pri plačevanju z moneto ter o zadovoljstvu ob nakupovanju preko e-baya, kjer vse deluje.

Sebe spoznamo preko svojih interesov (Blood 2000) in ravno zato so v večini blogov omenjeni hobiji in interesi posameznikov, kot je na primer pri Jonasu veliko objav posvečenih tehnologiji. Bauman poudarja, da so vse naše dejavnosti kot tudi imidž kupljene. Po njegovem se vse projicira na pragmatiko kupovanja, od izbire prijateljev, ljubezni in podobno (Bauman 2002: 94–95). To se odraža tudi v skupnosti, za katero se zdi, da je »kriptonom« za identiteto, ki jo tako vneto iščemo, a se nam vselej izmuzne (Bauman 2002: 217). Kljub temu pa je videti, da posamezniki danes ne namenjajo toliko pozornosti iskanju skupnosti, kot jih namenijo za osvoboditev iz prisile, da morajo neprestano izbirati in se odločati (Arden v Beck in Beck Gernsheim 2002: 163). V današnjem svetu svoboda včasih postane kletka in mnogi si izberejo »svobodo kletke« in se tako zatečejo k gibanjem, kjer imajo vnaprej določena pravila. Pri Jonasu temu ni tako. Zdi se, da je v Jonasovem blogu zaradi potrebe po refleksiji opazna večja skrb za iskanje skupnosti kot za iskanje osvoboditve neprestanega izbiranja, kljub temu da opravi veliko nakupov, ki mu prinesejo kratko zadovoljstvo. Razlog za to lahko iščemo v stilu življenja.

V individualizirani družbi je značilno, da sami izbiramo prijatelje in interakcije, v katere nameravamo stopiti (Bauman 2002: 41). Blog nudi lep pogled na to trditev. Jonas namreč odgovarja le na tiste komentarje, ki se mu zdijo primerni, da jih komentira, ne glede na to, da ga vsak posameznik nekaj sprašuje ali nagovarja. Njegovo pozornost pritegnejo v glavnem le komentarji oseb, katerih bloge tudi bere, ali prijateljev iz vsakdanjega življenja. Te lahko prepoznamo po tem, da ima na njihove bloge povezavo, ko se objava navezuje na druge bloge kot na primer: »No, če je že Crni začel in Tadej zagrabil, se pač čutim dolžnega orgijo sofisticiranega materializma nadaljevati [...]« (Žnidaršič 2007g) ali pa iz načina komunikacije preko komentarjev: »Ej Jonas, Thanx za fotko. Tole je bilo pa res 'down in the past'« (AV v Žnidaršič 2007). Družbeni odnosi in omrežja so individualno izbrani. Hierarhija odnosov pa je tu stkana na osnovi razvoja odnosov z znanci, sosedi, prijatelji. Posameznik je organizator svojega omrežja (Beck in Beck Gernsheim 2002: 35), v katerem neprestano preverja mreže vzajemnih vpetosti. Po prijateljih in znancih, ki jih spoznamo na poti, se lahko tudi

z gledujemo, vendar pa je trik moderne družbe v tem, da si polno odgovoren za investicijo svojega zaupanja v točno to osebo (Bauman 2002: 41).

Za moderno družbo je značilno stanje nedokončanosti, nepopolnosti in nedoločenosti, polno tveganj in bojzani (Bauman 2002: 81), ki so v večinoma vezane na negotovo prihodnost, saj kot pravi Bauman, danes je vse tekoče. Determinirana sodba je zamenjana z odsevno, kar pomeni, da mora vsak posameznik sam najti pravilo, tudi če gre za vprašanje negotovosti, rizika, pri tem pa mora pustiti vrata odprta za več inovacij (Beck in Beck Gernsheim 2002: xi). Bojazni so povezane z zavedanjem odgovornosti za dejanja. Ukrepati je potrebno takoj, saj je vsaka priložnost, ki je ne izkoristimo tukaj in zdaj, zamujena priložnost, zato je neodpušljivo in težko opravičljivo, kaj šele upravičljivo, da je ne izkoristimo (Bauman 2002: 205). Ukrepati in izbirati je potrebno hitro, refleksivno (Beck in Beck Gernsheim 2002: ix), kar pomeni, da se mora individuum zavedati posledic svojih odločitev. Iskanje smernic, nasvetov in zgledov je zasvojenost, ki uničuje, da ne moremo biti kdaj zadovoljni (Bauman 2002: 92), vsaj ne za daljši čas. Danes je zadovoljstvo trenutno. Za kratek čas, saj so možnosti v svetu uporabnikov neskončne, množice ponujenih ciljev ni mogoče izčrpati (Bauman 2002: 93). Pri prebiranju Jonasovega bloga ni vidno zastavljenih ciljev, razen ko ima projekt, pri katerem sodeluje. Zdi se, kot da tava iz dneva v dan in da se z ničimer ne obremenjuje. »Adijo, pa pa, se vidimo jutri, ahhh, kaj pa vem, ne vem, če bom jutri kaj hodil okoli Miklošičeve, hmmmm, mogoče, no, če se mi bo dalo, ampak ne verjamem [...]« (Žnidaršič 1996)

Močne znake procesa individualizacije vidimo v spremembah v družbi na vseh področjih, od družine, kjer je vse več postdružin prek partnerskih razmerij, ki so obstojna, le dokler imata oba partnerja korist, delovnih odnosov in dela, ki je danes bolj projektno delo (nikoli nisi varen pri zaposlitvi), in do odnosov v skupnosti (Beck in Beck Gernsheim 2002: 31). Jonas nudi odličen primer projektne dela. V enem trenutku podpiše pogodbo za voditelja oddaje na Radio Televiziji Slovenija, kjer igra resnega voditelja, v drugem pa že dela pri novem projektu, filmu Vampir z Gorjancev, kjer se pričakuje, da igra z govorno napako (Žnidaršič 2007i). Poleg tega sodeluje tudi pri spletnem portalu Vest. Svoje delo ocenjuje prek kritik, tudi tistih, ki so objavljene na komentatorskem mestu na blogu. »Prve štiri oddaje so posnete, danes ob 19.55 gre ven prva. Gledal bom stežka, če sploh. Pričakujem hude kritike, pričakovanja so velika in bo gotovo kdo razočaran« (Žnidaršič 2007č). Projektne delo je rezultat individualizacije in neprestanega dokazovanja posameznika, zadovoljstvo je doseženo

le za kratek čas, saj so pred nami že novi izzivi, ki se jim moramo posvetiti.

6. ZAKLJUČEK

Objave Jonasa Žnidaršiča podajajo subjektivni pogled na družbo in dogajanja znotraj nje. Jonas je kot medijska osebnost omejen s prostorom za eksperimentiranje z identiteto, saj je lahko pri svojih poskusih hitro ujet. Vendar so zaradi njegove popularnosti člani skupnosti, zbrane okoli njegovega bloga, številčnejši, kar vidimo po številu komentarjev. Ljudje se ustavijo pri njegovem blogu, ker jih zanima Jonas kot oseba in delijo skupne interese. Jonasu služi njegov blog kot prostor, na katerem predstavi tako sebe kot tudi svoje dejavnosti. Bolj kot za namene samospoznanja uporablja blog za samopredstavitve. Jasno se zaveda svojega občinstva, ki predstavlja skupnost, preko katere se identificira.

Blog ima osvobajajoč potencial, saj omogoča avtorju, da se kreativno izrazi. Jonas piše pesmice, objavlja videe ter radijske zapise, kritike in podobno. Skupnost mu poda refleksije na njegovo pisanje preko komentarjev, ki pogosto niso vsebinsko globoki, saj tudi vezi med Jonasom in komentatorji niso osebne. Opazimo, da se vse tri razsežnosti individualizacije – avtonomija, avtentičnost in družbena otrdelost – zrcalijo skozi spletni dnevnik. Prav tako smo prikazali, da se preko bloga kažejo tudi potreba po potrjevanju identitete, pomembnost urejenega videza in všečnosti ter občutek svobode pri nakupovanju.

V individualizirani družbi je naša podoba o tem, kdo hočemo postati ali mislimo, da moramo postati, odvisna od individualnih vrednot, se pravi, od skupka fizičnih lastnosti, značajskih potez, dispozicij, pričakovanj in idej, s katerimi se kdo identificira (Musschenga 2000: 69–72). Stvari, s katerimi se posameznik identificira, se lahko spreminjajo in skupaj z njimi se spreminja naša identiteta, ki pa ni odvisna le od tistega, kar oblikujemo, temveč tudi od tega, kako nas vidijo drugi (Bauman 2004: 13). Za raziskovanje in iskanje lastne identitete je internet zelo priročen medij, saj nam ponuja iskanje informacij in tudi načine, da dobljene informacije personaliziramo in jih delimo z drugimi. Spletnik, bolje poznan kot blog, je ena izmed aplikacij, ki posamezniku omogočajo iskanje lastnih zanimanj, svobodno izražanje mnenj ter iskanje samopotrditve skozi refleksijo drugih. Poleg tega omogoča, da se posameznik predstavi, kot želi, da ga drugi vidijo. To se je pokazalo tudi pri branju bloga Jonasa Žnidaršiča. V njem se Jonas predstavi kot komik, ljubitelj digitalne tehnologije, oče, medijska osebnost, blogger, radijski in televizijski voditelj. Njegovo občinstvo, ki je ustvarilo skupnost okoli njegovega spletnika, mu nudi potrditev pri njegovih razmišljanjih. V tej

skupnosti preverja svoje ideje ter sprejema kritike o svojem delu. Blog mu omogoča refleksijo, ki je v individualiziranem svetu, v katerem se moramo neprestano ocenjevati in potrjevati, nujno potrebna.

Posameznik je vržen v individualizirano družbo, v kateri neprestano dvomi o samem sebi. Cilj njegovega življenja je samoosvoboditev in samorazsvetlitev (Beck in Beck Gernsheim 2002: 38). »Individualizacija je vera, ne izbira« (Bauman v Beck in Beck Gernsheim 2002: xvi). Kar pomeni, da ji ne moremo ubežati, kot tudi ne moremo ubežati občutku negotovosti, ki je njena posledica. Individuum upa, da bo del svoje identitete našel v skupnostih, h katerim se na medmrežju tako rad zateka. Vendar pa Castells in Zuboff poudarita, da se ob odpiranju novih komunikacijskih omrežij odprejo nove priložnosti za človeško intervencijo in to ustvarja nove negotovosti (Slevin 2000: 51). Ali to pomeni, da se vrtimo v začaranem krogu, kjer bežimo v virtualne skupnosti z različnimi načini interakcije in ustvarjamo nove skupnosti ter omrežja, da bi se počutili bolj varne, ob tem pa odpiramo dostop več ljudem, kar ustvarja nove negotovosti. Ali je mogoče, da bi vsaj na internetu zbežali občutku negotovosti, če bi komunicirali le znotraj zaprte skupine? Glede na to, da v modernem individualiziranem svetu identitete niso stalnica našega življenja, saj se spreminjajo skupaj z našimi cilji, se prav tako z njimi spreminjajo tudi naša omrežja kot članstva v različnih skupnostih. Posamezniki oblikujejo svoja življenja ali, kot pravi Jean–Paul Sartre, posameznik si sam ustvari in obvladuje oder, kar pomeni, da oblikuje ne le lastno biografijo, temveč tudi vezi in omrežja (Jean–Paul Sartre v Beck in Beck Gernsheim 2002: 4). Enako, kot to počne tudi na spletu. Torej sta si splet in individualizirani realni svet v marsikaterih pogledih podobna ter se dopolnjujeta..

Blog ima tekmeča, novo aplikacijo, imenovano Facebook, ki pa »ne omogoča tolikšne dinamike razprav in demokratične organizacije kolektiva kot na primer forumi ali blogi« (Petrič v Crnović 2007: 49), zato se ni potrebno bati, da bi spletne dnevnike zapustilo veliko posameznikov. Blogi še niso izgubili privlačnosti, ki posameznike vodi v ustvarjanje, objavljanje in poročanje o dogodkih, vtisih in razmišljanjih, ki izhajajo iz osebnega življenja, saj te dejavnosti, ki ustvarjajo skupnost na spletu, individuumu omogočajo, da se spoprime z vsakdanjim življenjem.

7. LITERATURA

1. Barrett, Cameron (1999a): *Anatomy of Weblog*. Dostopno na <http://www.camworld.com> (10.april 2007).
2. Barrett, Cameron (1999b): *More about Weblogs*. Dostopno na <http://www.camworld.com> (10.april 2007).
3. Battey, Jim (1999): *Weblogs mix creative expression with practical information*. Dostopno na <http://www.infoworld.com/> (10.april 2007).
4. Bauman, Zygmunt (2001): *The Individualized Society*. Cambridge: Polity Press.
5. Bauman, Zygmunt (2002): *Tekoča moderna*. Ljubljana : Založba /*cf.
6. Bauman, Zygmunt (2004): *Identity*. Cambridge: Polity Press.
7. Beck, Ulrich in Elisabeth Beck Gernsheim (1996): Individualizacija in tvegane svobode: perspektive in nasprotja k subjektu usmerjene sociologije. *Teorija in Praksa* 33(5), 817–838.
8. Beck, Ulrich in Elisabeth Beck Gernsheim (2002): *Individualization*. London: Sage Publications.
9. Billington, Rosamund, Jenny Hockey in Sheelagh Strawbridge (1998): *Exploring Self and Society*. London: MacMillan Press LTD.
10. Blood, Rebecca (2000): *Weblogs, A history and Perspective*. Dostopno na <http://www.rebeccablood.net/> (10.april 2007).
11. Brdnik, Žiga (2008): Intervju: Jonas Žnidaršič: "V študentskih letih smo uživali pivo in kadili olje." *Element* 2008(5), 40– 44.

12. Castells, Manuel (1996): *The Rise of Network Society*. Oxford: Blackwell Publishers.
13. Castells, Manuel (1997): *The Power of Identity*. Malden: Blackwell Publishers Ltd.
14. Castells, Manuel (2001): *The Internet Galaxy*. Oxford: Oxford University Press.
15. Cheung, Charles (2004): Identity Construction and Self-Presentation on Personal Homepages: Emancipatory Potentials and Reality Constraints. V Gauntlett, David (ur.) in Ross Horsley (ur.): *Web Studies*, 53–68. Oxford: Oxford University Press.
16. Crnović, Deja (2007): Moj ego je težak 500 prijateljev. *Mladina* 2007(50), 46– 49.
17. Doering, Nicola (2000): *Identitaet + Internet= Virtuelle Identitaet?* Dostopno na http://mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/doering_identitaet/doering_identitaet.html (10. april 2007).
18. Dougherty, Dale (2000): *Vortigo*. Dostopno na <http://www.webtechniques.com/> (10.april 2007)
19. Dvorak, John C. (2002): *PC Magazine: The Blog Phenomenon*. Dostopno na <http://www.pcmag.com/> (10. april 2007).
20. Eaton, Brigitte F. (1999): *In the Trenches with Weblog Pioneer: Weblogs, Usability and Beyond*. Dostopno na <http://www.webword.com/interviews/eaton.html> (10. april 2007).
21. Ford, Matthew (2001): *Big Issue #419: Read my diary*. Dostopno na <http://www.plasticbag.org/> (10. april2007).
22. Graham, Brad L. (1999): *Why I Weblog*. Dostopno na <http://www.bradlands.com> (10. april 2007).

23. Haralambos, Michael in Martin Holborn (1999): *Sociologija: Teme in pogledi*. Ljubljana: Državna Založba Slovenije.
24. Harpold, Leslie (1999): *Logrolling*. Dostopno na <http://www.smug.com> (10. april 2007).
25. Jenkins, Richard (1996): *Social identity*. London: Routledge.
26. Kahney, Leander (2000): *The Web the Way It Was*. Dostopno na <http://www.wired.com/> (11. januar 2008).
27. Katz, Jon (1999): *Here come the Weblogs*. Dostopno na <http://slashdot.org> (10. april 2007).
28. Katz, Yaacov in Rimon Ofer (2006): The study of literature and culture in a web-based environment. *Educational Media International* 43(1), 29–41.
29. Kitchin, Rob (1998): *Cyberspace: The world in the wires*. Chichester: Wiley.
30. Koh, Joon, Young-Gul Kim, Brian Butler in Gee-Woo Bock (2007): Encouraging Participation in Virtual Communities. *Communications of the ACM* 50(2), 69–73.
31. Kolar, Dejvi (2007): *Nekatera pravna vprašanja (in odgovori) za blogerje*. Dostopno na <http://www.blogres.si/predavatelji/dejvi-kolar/> (11. november 2007).
32. Kollock, Peter in Marc A. Smith (1999): Communities in Cyberspace. V: Smith Marc A. (ur.). in Peter Kollock (ur.): *Communities in Cyberspace*, 3–28. London: Routledge.
33. Kreiner, Glen E., Elaine C. Hollensbe in Mathew L. Sheep (2006): Where is the "Me" among the "We"? Identity work and the search for optimal balance. *Academy of Management Journal* 49(5), 1031–1057.

34. Kuhns, Peter in Adrienne Crew (2006): *Blogsphere: Best of Blogs*. Indianapolis: Que Corporations.
35. Lenhart, Amanda in Susannah Fox (2006): *Bloggers: A portrait of th internet's new storytellers*. Dostopno na <http://www.pewinternet.org/> (10. april 2007).
36. McIntosh, Neil (2001): *The Guardian: Simple a falling off a blog*. Dostopno na <http://www.guardian.co.uk/technology> (10. april 2007).
37. McIntosh, Neil (2002): *The Guardian: A tale of one man and his blog*. Dostopna na <http://www.guardian.co.uk/technology/> (10. april 2007).
38. Mulvenna, Maurice D., Sarabjot S. Anand in Alex G. Buechner (2000): Personalization on the Net using Web Mining. *Communications of the ACM*. 43(8), 122–125.
39. Musschenga, Albert W. (2000): Osebna identiteta v individualizirani družbi. *Znamenje* 30(5–6), 68–76.
40. Nardi, Bonnie A., Diane J. Schiano, Michelle Gumbrecht in Luke Swartz (2007): *"I'm Blogging this": A closer look at why people blog*. Dostopno na <http://www.ics.uci.edu/~jpd/classes/ics234cw04/nardi.pdf> (10. april 2007).
41. Oblak, Tanja (2000): Mitske podobe o "življenju na mreži". *Teorija in Praksa* 37(6), 1052– 1068.
42. Oblak, Tanja in Gregor Petrič (2005): *Splet kot medij in mediji na spletu*. Ljubljana: FDV.
43. Ošljak, Katja (2006): *Kohezivnost slovenske blogsfere*. Diplomsko delo. Ljubljana: FDV.
44. Petrič, Gregor (2003): *Družbeno delovanje v omrežju svetovnega spleta: individualni in strukturni vidiki*. Doktorska disertacija. Ljubljana: FDV.

45. Petrič, Gregor (2007): Pretnja preračunljivega individualizma v družbi posredovanih odnosov. V Vasja Vehovar (ur.): *Mobilne refleksije*, 115–146. Ljubljana: FDV.
46. Petrovčič, Andraž (2007): Družbena povezanost in individualizacija v mobilnem telefonu. V Vasja Vehovar (ur.): *Mobilne refleksije*. 29–54. Ljubljana: FDV.
47. Praper, Peter (1992): Proces individualizacije v skupini. *Anthropos*, 24(3–4), 95–101.
48. Rainer, Tristine (2004): *The new diary*. New York: Penguin Group.
49. RIS (2007): *Blogi v letu 2006*. Dostopno na <http://www.ris.org> (10.oktober 2007).
50. Robins, Kevin (2000): Cyberspace and the world we live in. V David Bell (ur.) in Barbara M. Kennedy (ur.): *The Cybercultures Reader*, 77– 95. London: Routledge.
51. Rosenberg, Scott (1999): *Fear of links*. Dostopno na <http://search.salon.com/> (10. maj 2007).
52. Schmidt, Jan in Martin Wilbers (2006): *Wie ich blogge?!* Dostopno na <http://www.fonk-bamberg.de/> (10. april 2007).
53. Sifry, David (2005): *Tecnorati and Newsweek*. Dostopno na <http://www.sifry.com/alerts/> (10. april 2008).
54. Slevin, James (2000): *The Internet and Society*. Malden: Polity Press.
55. Tecnorati (2007): *About Us*. Dostopno na <http://www.technorati.com/> (10.april 2007).
56. Ule, Mirjana in Andrej Ule (2006): Fragmenti o kaosu individualizacije intimnosti in ljubezni. V Ulrich Beck (ur.) in Elisabeth Beck Gernsheim (ur.): *Popolnoma normalni kaos ljubezni*, 227–239. Ljubljana: FDV.

57. Ule, Mirjana (2002): Razlike, ki delajo razlike: življenski stili, individualizacija in spremembe identitetnih struktur. *Družboslovne razprave* 18(39), 75–86.
58. Wellman Barry in Milena Gulia (1999): Virtual communities as communities. V Marc A. Smith (ur.) in Peter Kollock (ur.): *Communities in Cyberspace*, 167–193. London: Routledge.
59. Wilbur, Shawn P. (2000): An Archeology of Cyberspace: Vitality, Community, Identity. V David Bell (ur.) in Barbara M. Kennedy (ur.): *The Cybercultures Reader*, 45–55. London: Routledge.

DRUGI VIRI:

1. Alex van den Volk v Jonas Žnidaršič (2007): *Kolerik na kvadrat*. Dostopno na <http://jonas.blog.siol.net/2007/09/22/kolerik-na-kvadrat/> (1. februar 2008).
2. Aljaž B. v Jonas Žnidaršič (2008): *Mikrofon Samson CO3U*. Dostopno na <http://jonas.blog.siol.net/2008/01/16/mikrofon-samson-c03u/> (1. februar 2008).
3. Anč v Jonas Žnidaršič (2007): *Zverine*. Dostopno na <http://jonas.blog.siol.net/2007/11/16/zverine/> (1. februar 2008).
4. AV v Jonas Žnidaršič (2007): *Živadinov in geniji*. Dostopno na <http://jonas.blog.siol.net/2007/10/07/zivadinov-in-geniji/> (1. februar 2008).
5. Boki v Jonas Žnidaršič (2007): *Zverine*. Dostopno na <http://jonas.blog.siol.net/2007/11/16/zverine/> (1. februar 2008).
6. Crab v Jonas Žnidaršič (2007): *Reportaža*. Dostopno na <http://jonas.blog.siol.net/2007/09/12/reportaza/> (1. februar 2008).
7. Dare v Jonas Žnidaršič (2006): *Majda Sepe*. Dostopno na <http://jonas.blog.siol.net/2006/04/11/majda-sepe/> (1. februar 2008).

8. Fabo v Jonas Žnidaršič (2008): *Kdo je šel kam*. Dostopno na <http://jonas.blog.sirol.net/2008/02/17/kdo-je-sel-kam/> (1. februar 2008).
9. Iva v Jonas Žnidaršič (2008): *Jamranje*. Dostopno na <http://jonas.blog.sirol.net/2008/02/27/jamranje/> (1. februar 2008).
10. Jernej v Jonas Žnidaršič (2007): *Brskam po starih fotkah*. Dostopno na <http://jonas.blog.sirol.net/2007/08/23/brskam-po-starih-fotkah/> (1. februar 2008).
11. John Doe v Jonas Žnidaršič (2007): *Nisem tko mislu, no*. Dostopno na <http://jonas.blog.sirol.net/2007/06/11/nisem-tko-mislu-no/> (1. februar 2008).
12. Kislca v Jonas Žnidaršič (2008): *Mikrofon Samson CO3U*. Dostopno na <http://jonas.blog.sirol.net/2008/01/16/mikrofon-samson-c03u/> (1. februar 2008).
13. Klemenix v Jonas Žnidaršič (2007): *Canon HG10- preizkus*. Dostopno na <http://jonas.blog.sirol.net/2007/12/22/canon-hg10-preizkus/> (1. februar 2008).
14. Markopigac v Jonas Žnidaršič (2007): *Zverine*. Dostopno na <http://jonas.blog.sirol.net/2007/11/16/zverine/> (1. februar 2008).
15. Mojcas v Jonas Žnidaršič (2007): *Kolerik na kvadrat*. Dostopno na <http://jonas.blog.sirol.net/2007/09/22/kolerik-na-kvadrat/> (1. februar 2008).
16. Princ George v Jonas Žnidaršič (2005): *Ptičja gripa*. Dostopno na <http://jonas.blog.sirol.net/2005/10/29/pticja-gripa/> (1. februar 2008).
17. Rain v Jonas Žnidaršič (2008): *Mikrofon Samson CO3U*. Dostopno na <http://jonas.blog.sirol.net/2008/01/16/mikrofon-samson-c03u/> (1. februar 2008).
18. Samski v Jonas Žnidaršič (2008): *Mikrofon Samson CO3U*. Dostopno na <http://jonas.blog.sirol.net/2008/01/16/mikrofon-samson-c03u/> (1. februar 2008).

19. Sasch v Jonas Žnidaršič (2008): *Canon HG10- preizkus*. Dostopno na <http://jonas.blog.siol.net/2007/12/22/canon-hg10-preizkus/> (1. februar 2008).
20. Sigggi v Jonas Žnidaršič (2007): *Sovražni prevzem*. Dostopno na <http://jonas.blog.siol.net/2007/09/17/sovrazni-prevzem/> (1. februar 2008).
21. SlimT v Jonas Žnidaršič (2008): *Mikrofon Samson CO3U*. Dostopno na <http://jonas.blog.siol.net/2008/01/16/mikrofon-samson-c03u/> (1. februar 2008).
22. Tamé v Jonas Žnidaršič (2007): *Miša*. Dostopno na <http://jonas.blog.siol.net/2007/08/01/misa/> (1. februar 2008).
23. Uros v Jonas Žnidaršič (2007): *Zverine*. Dostopno na <http://jonas.blog.siol.net/2007/11/16/zverine/> (1. februar 2008).
24. Žnidaršič, Jonas (1996): *Tarok*. Dostopno na <http://jonas.blog.siol.net/1996/02/23/tarok/> (1. februar 2008).
25. Žnidaršič, Jonas (2004a): *Bojan Požar priznal laži*. Dostopno na <http://jonas.blog.siol.net/2004/06/02/bojan-pozar-priznal-lazi/> (1. februar 2008).
26. Žnidaršič, Jonas (2004b): *Zmagoslavje vsebine nad obliko*. Dostopno na <http://jonas.blog.siol.net/2004/03/24/zmagoslavje-vsebine-nad-obliko/> (1. februar 2008).
27. Žnidaršič, Jonas (2006a): *Prste stran od mojega otroka*. Dostopno na <http://jonas.blog.siol.net/2006/02/14/prste-stran-od-mojega-otroka/> (1. februar 2008).
28. Žnidaršič, Jonas (2006b): *Stop zanimajo blogi*. Dostopno na <http://jonas.blog.siol.net/2006/02/26/stop-zanimajo-blogi/> (1. februar 2008).
29. Žnidaršič, Jonas (2006c): *Tistega lepega popoldneva*. Dostopno na <http://jonas.blog.siol.net/2006/09/17/nekega-lepega-popoldneva/> (1. februar 2008).

30. Žnidaršič, Jonas (2007a): *Diši po starih knjigah*. Dostopno na <http://jonas.blog.sirol.net/2007/12/03/disi-po-starih-knjigah/> (1. februar 2008).
31. Žnidaršič, Jonas (2007b): *Kolerik na kvadrat*. Dostopno na <http://jonas.blog.sirol.net/2007/09/22/kolerik-na-kvadrat/> (1. februar 2008).
32. Žnidaršič, Jonas (2007c): *Matra Murena*. Dostopno na <http://jonas.blog.sirol.net/2007/10/21/matra-murena/> (1. februar 2008).
33. Žnidaršič, Jonas (2007č): *Milijonar 07*. Dostopno na <http://jonas.blog.sirol.net/2007/03/01/milijonar-07/> (1. februar 2008).
34. Žnidaršič, Jonas (2007d): *Miša*. Dostopno na <http://jonas.blog.sirol.net/2007/08/01/misa/> (1. februar 2008).
35. Žnidaršič, Jonas (2007e): *Muca gre služiti*. Dostopno na <http://jonas.blog.sirol.net/2007/07/28/muca-gre-sluzit/> (1. februar 2008).
36. Žnidaršič, Jonas (2007f): *Oglaševanje*. Dostopno na <http://jonas.blog.sirol.net/2007/05/27/oglasevanje/> (1. februar 2008).
37. Žnidaršič, Jonas (2007g): *Pet nepogrešljivih*. Dostopno na <http://jonas.blog.sirol.net/2007/05/14/pet-nepogresljivih/> (1. februar 2008).
38. Žnidaršič, Jonas (2007h): *Prefin*. Dostopno na <http://jonas.blog.sirol.net/2007/06/08/prefin/> (1. februar 2008).
39. Žnidaršič, Jonas (2007i): *Vampir z Gorjancev*. Dostopno na <http://jonas.blog.sirol.net/2007/11/19/vampir-z-gorjancev/> (1. februar 2008).
40. Žnidaršič, Jonas (2007j): *Zverine*. Dostopno na <http://jonas.blog.sirol.net/2007/11/16/zverine/> (1. februar 2008).

41. Žnidaršič, Jonas (2008a): *Canon HG10- preizkus*. Dostopno na <http://jonas.blog.siol.net/2007/12/22/canon-hg10-preizkus/> (1. februar 2008).
42. Žnidaršič, Jonas (2008b): *Impro poker*. Dostopno na <http://jonas.blog.siol.net/2008/01/28/impro-poker/> (1. februar 2008).
43. Žnidaršič, Jonas (2008c): *Jamranje*. Dostopno na <http://jonas.blog.siol.net/2008/02/27/jamranje/> (1. februar 2008).
44. Žnidaršič, Jonas (2008d): *Kdo je šel kam*. Dostopno na <http://jonas.blog.siol.net/2008/02/17/kdo-je-sel-kam/> (1. februar 2008).
45. Žnidaršič, Jonas (2008e): *Ljubljana je padla*. Dostopno na <http://jonas.blog.siol.net/2008/01/01/ljubljana-je-padla/> (1. februar 2008).
46. Žnidaršič, Jonas (2008f): *Nadaljujemo z vampirjem*. Dostopno na <http://jonas.blog.siol.net/2008/02/12/nadaljujemo-z-vampirjem/> (1. februar 2008).
47. Žnidaršič, Jonas (2008g): *Zaprto*. Dostopno na <http://jonas.blog.siol.net/2008/02/17/kdo-je-sel-kam/> (1. februar 2008).