

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Sanja Jerant

**Neuporabniki spletnih socialnih omrežij – nevarno
tveganje ali svoboden življenjski stil?**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2012

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Sanja Jerant

Mentorica:izr. prof. dr. Tanja Oblak Črnič

**Neuporabniki spletnih socialnih omrežij – nevarno
tveganje ali svoboden življenjski stil?**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2012

Zahvaljujem se vsem, ki so kakor koli prispevali h končni diplomski nalogi. Hvala prijateljem in znancem za navdih, intervjuvanim za sodelovanje, družini za oporo in mentorici za brezpogojno pomoč.

Neuporabniki spletnih socialnih omrežij – nevarno tveganje ali svoboden življenjski stil?

Nove tehnologije prinašajo sveže oblike komuniciranja, ki posamezniku olajšajo interakcijo z drugimi, mu skrajšajo pot in čas ter mu ponudijo nekaj novega. Internet že od samih začetkov temelji na idejah hitrosti, prevodnosti, učinkovitosti in povezanosti; cilj torej ostaja enak, spreminjajo pa se aplikacije in orodja, ki nam to omogočajo. S pojavom strani spletnih socialnih omrežij je prišlo do infiltriranja posameznika v sistem, ki mu ni le olajšal komuniciranja, temveč si ga je podjarmil. Ravno zaradi te na videz deterministične funkcije pa se med številnimi uporabniki najdejo tudi neuporabniki spletnih socialnih omrežij, ki imajo za svojo izbiro več motivov. Predvsem o neuporabnikih govorimo kot o načrtno izključenih, ki so svoje motive pretvorili v življenjski stil, ki namerno odstopa od povprečja. V spletnem omreževanju ne vidijo nič pozitivnega, nobene dodane vrednosti, lahko pa ga celo razumejo kot obliko nadzora. Nepovezanost danes je lahko načrtna ali spontana, nima pa nujno tudi negativnih posledic.

Ključne besede: spletna socialna omrežja, neuporabniki, socialni kapital, življenjski stil, nadzor.

Non-users of online social networks – dangerous risk or free lifestyle?

New technologies are bringing fresh forms of communication that ease an individual's interaction with others, shorten his way and time and offer him something new. From its beginning Internet is based on ideas of speed, conductance, efficiency and connectivity; goal thus is staying the same while applications and tools change. With the rise of social network sites began the infiltration of the individual into the system, which did not only ease his communication but also subjugated him. Just because of this apparently deterministic function we also find non-users – that have lots of different motives for their choice – within numerous online social network users. The most often we speak of these non-users as of intentionally excluded, that have transformed their motives into lifestyle intentionally abjuring the average. They see nothing positive, no added value in online networking, and they might even see it as a form of surveillance. Not being connected nowadays can be planned or spontaneous act that does not necessarily have negative consequences.

Keywords: online social networks, non-users, social capital, lifestyle, surveillance.

Kazalo

1	Uvod.....	6
1.1	Cilji in pomen naloge	7
1.2	Raziskovalno vprašanje in hipoteze	7
2	Dejavniki ne vključevanja v spletna socialna omrežja	8
2.1	Pripadnost močni zunajspletni družbi omrežij	11
2.2	Spol in osebna izbira	12
2.3	Strah pred nadzorno funkcijo spleta	13
3	Empirično raziskovanje neuporabnikov in študija primera	15
3.1	Vzorec in metoda.....	17
3.2	Analiza rezultatov.....	18
4	Diskusija.....	21
4.1	Realnost socialnega kapitala.....	21
4.2	Tehnološka distanca in pojav osebne izbire	22
4.3	Samozadostnost posameznikovega položaja ali strah pred tehnološkim determinizmom	23
5	Zaključek.....	24
	Literatura	26
	Priloge	28
	Priloga A: Vprašanja za intervjuvance	28
	Priloga B: Prepis intervjujev	29
	Priloga C: Odgovori intervjuvanke Ane.....	29
	Priloga Č: Odgovori intervjuvanke Marije.....	33
	Priloga D: Odgovori intervjuvanke Irene	36
	Priloga E: Odgovori intervjuvanca Borisa	39
	Priloga F: Odgovori intervjuvanca Damjana.....	42

1 Uvod

S pojavom svetovnega spleta in konceptom »povezovanja« ljudi se je začel nekakšen lov za somišljeniki. Uporabnikom osebnih računalnikov se je odprl prostor, kjer hitreje in enostavneje najdejo sebi enake, s katerimi se počutijo bolj povezani, kot tiste, s katerimi se ne strinjajo in jim na neki način predstavljajo izziv. Današnja raba spletnih socialnih omrežij variira od posameznika do posameznika: najdemo zagrete uporabnike, ki si življenja brez tovrstnih komunikacijskih orodij preprosto ne morejo predstavljati, kot njim nasprotno »nenavdušence« za tovrstne oblike tehnologij. Na tej točki moram omeniti, da je moja izbira izraza spletna socialna (in ne družbena) omrežja načrtna, saj termin družbena predpostavlja, da gre za nekaj družbenega – nekaj, kar je vrženo ali vzrejeno v družbi in vedno predpostavlja neko družbo, ki ustvarja svoja omrežja na spletu. Socialno omrežje na drugi strani pa namiguje na povezovanje različnih ali podobnih individuumov v neko skupnost, ki jim lahko da več kot zgolj občutek povezanosti s sebi podobnimi. »Zgodnji avtorji /.../, so prepričani, da če je računalniško omrežje uporabljeno v družbene namene, postane socialno omrežje« (Lenarčič 2010). Spletna socialna omrežja so lahko v tem pogledu spletna pribežališča, spajališča razlik in podobnosti, nekaj, kar lahko nastane neodvisno od prvotne izvenspletne družbene formacije in ima številne lastne konvencije in poti delovanja.

Ljudje se povezujejo v omrežja z različnimi nameni in pričakovanji, ki pa imajo podobne stične točke. Navadno se povežejo v spletna socialna omrežja, ker jim to predlagajo prijatelji, ker so preprosto že vsi povezani, iz radovednosti in želje po vpogledu v življenje drugih (neke vrste voajerizem), z namenom najti nove prijatelje, nove interese ipd. Skratka, ljudje se na spletu povezujejo med seboj v neko omrežno družbo z relativno podobnimi cilji, ki jih lahko strnemo v vsaj tri kategorije. To so (1) povečevanje oz. ohranjanje socialnega kapitala, (2) enostavnejša zamenjava »starih« oblik komuniciranja in nenazadnje (3) povezovanje brez posebej načrtanega cilja ali zgolj iz radovednosti (voajerizem). Bolj skromno pa je na drugi strani naše znanje o neuporabnikih oz. »nepovezanih«, predvsem načrtno nepovezanih. Kakšni so njihovi razlogi za tovrstno izključenost iz množičnih in popularnih (spletnih) omrežij? Kako in zakaj imajo lahko nekateri posamezniki enako, če ne še celo večjo željo po tehnološko podprti nepovezanosti? Na ta vprašanja pa bom poskušala – opirajoč se na teorijo in s pomočjo analize manjše skupine načrtnih neuporabnikov – odgovoriti v nadaljevanju.

1.1 Cilji in pomen naloge

Moj cilj v tej diplomski nalogi je preučiti drugo plat zgodbe o spletnih socialnih omrežjih – njihove neuporabnike. Pri tem rabe strani spletnih socialnih omrežij ne smemo omejiti zgolj na binarno razlikovanje, spremenljivko, ki loči uporabnike od neuporabnikov, temveč je pomembno, da pri preučevanju opazujemo raven vpletenosti, participacije v tovrstnih omrežjih (Hargittai in Hsieh 2011, 150). Domnevam, da posameznikova odločitev izvira iz njegovega družbeno-ekonomskega položaja kot tudi psiholoških dejavnikov. V družbi, kjer smo vsi že bolj ali manj odvisni od tehnologije in elektronskih medijev, je tako enako relevantno preučevati posameznikove zavestne in podzavestne odločitve – torej psihološke (stališča, načela...) in družbene dejavnike (pripadnost, mesto v družbi, (socialni) kapital) – kot tudi ekonomski vidik. Vsi si namreč »ne morejo privoščiti širokopasovne internetne povezave,« tisti, ki pa jim dostop do spleta ni onemogočen z ekonomskega vidika, pa slednjega uporabljajo vse bolj selektivno (Dellaporta 2007, 2). Cilj naloge je ugotoviti, kaj posameznike odvrča od spletnih socialnih omrežij (Facebooka), če so jim le-ta povsem na voljo, in so na splošno izjemno popularna. Pri tem se sprašujem tudi, kdo so t. i. načrtni neuporabniki. Naslanjam se na koncept socialnega kapitala, ki ga Bourdieu in Wacquant (1992) definirata kot vsoto dejanskih ali virtualnih resursov, ki pripadajo posamezniku ali skupini na podlagi posedovanja trajnih omrežij bolj ali manj institucionaliziranih odnosov skupnih poznanstev in priznanj (Ellison in drugi 2007, 1145).

1.2 Raziskovalno vprašanje in hipoteze

Moje osrednje raziskovalno vprašanje se nanaša povsem na preučevanje spletno izoliranih alternativcev. Sprašujem se, kako jim ta izbira determinira življenje in življenjske priložnosti. Ali lahko neuporaba novih medijev in »nevpletenost« v spletna socialna omrežja vodi v slabšo kakovost življenja; manj (poslovnih in medosebnih) priložnosti, manj socialnega kapitala, slabšo informiranosti ipd.? To samoumevno prepričanje oz. iluzija, da če te ni v mreži, ne obstajaš, je postala tako močna, a obenem tako nerealna, da se je o njej potrebno prepričevati in jo podrobneje raziskati. Tudi sama raba, kot pišejo npr. avtorji LaRose, Kim in Peng, ni nujno najboljša izbira. Če imamo v mislih, da je najvišja človeška želja/potreba, želja po samoizpopolnitvi – samoaktualizaciji, kot trdi Maslow – potemtakem tisti povezani v spletna omrežja te potrebe v celoti ne dosežejo, saj uporaba spletnih socialnih omrežij spodbuja nesamostojnost, odvisnost, avtomatiziranost, nekritičnost ipd. Uporabniki se

omrežijo »nepozorni«, ker si želijo biti del te (npr. Facebook) evforije, ne (ali ne dovolj pozorno) berejo pravil zasebnosti in delovanja spletne arhitekture, njihova delovanja pa so lahko celo popolnoma nepremišljena, spontana in nenadzorovana (LaRose in drugi 2011, 61).

V empiričnem delu naloge skušam s pomočjo poglobljenih intervjujev preveriti tri zastavljene hipoteze, ki ciljajo na ugotavljanje lastnosti in položaja neuporabnikov spletnega socialnega omrežja Facebook. Domnevam, prvič, da imajo neuporabniki spletnih socialnih omrežij zaradi svoje izbire več ali enako količino socialnega kapitala in delovnih priložnosti kot njihovi uporabniki. Drugič, da je neuporaba spletnih socialnih omrežij pogojena s posameznikovim negativnim spoznanjem ob kritičnem vpogledu v zahteve, pravila, ugodnosti, zanke ipd. kar nudijo tovrstne strani. In tretjič, da so neuporabniki zaradi svoje odsotnosti iz spletnih socialnih omrežij bolj samostojni, samoiniciativni in pristni – tehnologijo pa postavljajo v drugi plan in jo vidijo kot podaljšek »telesa«, ne pa nadomestilo. Skupen imenovalec vseh domnev torej je, da se ključno razlikovanje med neuporabniki in uporabniki spletnih omrežij kaže v splošnem odnosu do tehnologij, kjer velja, da so neuporabniki manj dovzetni za nove tehnologije, je pa njihova uporaba lahko posredna (Stahlschmidt in drugi 2011). Enako so neuporabniki spletnih socialnih omrežij večinoma starejše generacije, ki novim tehnologijam ne zaupajo in jim niti niso blizu, mladi neuporabniki pa so selektivno pasivni.

2 Dejavniki ne vključevanja v spletna socialna omrežja

Novi mediji in nova komunikacijska orodja so razumljena kot sovražnik »stare«, pristne medosebne komunikacije. Vendar velja, da novi mediji niso le nadomestilo starih, temveč oboji živijo v »sobivanju«. Zgodnje raziskave spletnih skupnosti vidijo internet kot prostor, kjer nismo prostorsko in časovno omejeni pri ustvarjanju tesnih in pomembnih odnosov s tistimi, ki imajo nam podobne interese (Baym in drugi v Ellison in drugi 2011, 128). Sodeč po ozaveščenosti o svojih sosedih in po številu interakcij z njimi, Hampton in Wellman tudi ugotavljata, da so uporabniki interneta bolj povezani s svojo izven spletno skupnostjo kot neuporabniki. Vendar pa študije pričajo, da neuporabniki niso nujno na slabšem, ko beremo o tem, kako lahko internet prinaša tudi vse nasprotne učinke. Komunikacijski prostor je vedno strateško osnovan, da učinkuje – ta učinek pa je pri vsem tem lahko predvsem nadzor množice; spreminjajo se mehanizmi, cilj pa ostaja enak. Dva povsem očitna neželena nasprotna učinka uporabe interneta pa sta izolacija in morebitna alienacija posameznikov od

lastne skupnosti, kar negativno vpliva na količino socialnega kapitala. Uporaba interneta (spletno omreževanje) naj torej ne bi napravila ljudi bolj družabnih, temveč služi zgolj kot izgovor za izogibanje medosebni (face-to-face) komunikaciji, saj posamezniku za slednjo pravzaprav zmanjka časa. Spet tretja perspektiva pa sugerira razumevanje interneta kot dopolnila ostalim oblikam interakcije (Ellison in drugi 2011, 129). Internet je zgolj podaljšek prejšnjih (bolj neposrednih) oblik komuniciranja, saj slednjih ne izbriše, temveč s svojo tehnološko dovršenostjo zgolj izboljša možnosti za komuniciranje med posamezniki, skupinami, organizacijami ipd. Ne zmanjša, niti ne transformira socialnega kapitala, temveč opravlja funkcijo dodane vrednosti (prav tako, 129).

Uporabniki so s tem novim, učinkovitim medijem zadovoljni, saj jim »brez konvencionalnih omejitev materialnih resursov, bližine in začasnosti« (Bambina 2007, 1) pomaga pri vzdrževanju stikov, samopredstavitvi, izražanju mnenj in interesov, skrajšanju poti in porabljenega časa za komuniciranje z nekom oddaljenim ipd. Še vedno pa ostajajo taki, ki na prvi pogled niso zadovoljni z novimi komunikacijskimi orodji. Pri čemer ne smemo napraviti prehitrih zaključkov, da ti t. i. neuporabniki nočejo uporabljati spletnih komunikacijskih orodij, ali da se nočejo povezovati v spletna omrežja preprosto zato, ker jim aplikacija ni všeč. Nasprotno, kot za uporabo tudi za (načrtno ali nenačrtno) neuporabo pri posameznikih najdemo več razlogov. Od ekonomskih omejitev, ko si preprosto ne morejo privoščiti računalnika, interneta – skratka, sam dostop jim je fizično onemogočen – do povsem psiholoških, osebnih omejitev – ko se določeni skupini neuporabnikov zdi preprosto brez smisla uporabljati spletna socialna omrežja, saj zanje ne predstavljajo v življenju nobene dodane vrednosti (niso motivirani za uporabo). Nenazadnje pa, če povprašamo peščico neuporabnikov, najdemo tudi tiste, ki se na prvi pogled še sami težko opredelijo, vendar kažejo znake neke načrtno alternativnosti. Sama bi tovrstne neuporabnike opredelila kot načrtno alternativce; kot ljudi, ki se na eni strani oklepajo starega misleč, da novih orodij ne potrebujejo, saj jim ničesar ne prinesejo pri samoizpopolnjevanju, po drugi strani se jim o tem niti ne zdi smiselno razmišljati, nenazadnje pa jih lahko preprosto »sovražijo«, saj dvomijo v njihove pozitivne plati. Želijo si globalnosti in svobode v vseh pogledih, česar pa jim tovrstne zamejene in skrbno določene spletne aplikacije ne morejo ponuditi, zato jih preprosto obidejo. Načrtno neuporabljanje spletnih socialnih omrežij je postalo njihov samosvoj življenjski stil.

Vzpon spletnega socialnega omreževanja/povezovanja kot komercialnega fenomena je povezan z združevanjem novih zahtev ter opcij z novimi oblikami ločevanja. Uporabniki teh zasebno lastniških in vodenih infrastruktur družbeno omrežnih form (kot je Facebook) se po svoji svobodi participacije močno razlikujejo od tistih, ki imajo sredstva za produciranje

spletne družbenosti. Uporabniki morajo tako upoštevati pogoje dostopanja do teh resursov, ki jih postavljajo tisti, ki imajo moč nadziranja sredstev (Andrejevic 2011, 86–87). Po besedah boydove in Ellisonove spletne aplikacije – socialna omrežja, kot je npr. (najpopularnejši) Facebook – posameznikom omogočajo (1) ustvarjanje javnega ali delno javnega profila znotraj omejenega sistema, (2) artikuliranje seznama uporabnikov, s katerimi so povezani in (3) prikazovanje ter pretok njihovih seznamov povezav in povezav drugih znotraj sistema (boyd in Ellison 2007). Pa vendar obstaja še mnogo drugih razlogov, zakaj želimo biti del tovrstnih omrežij, ne zgolj posedovanje profila in širjenje svojega omrežja poznanstev. Četudi je primarna funkcija (spletnih) socialnih omrežij ustvarjanje oz. nadgrajevanje ter ohranjanje neke stopnje posedovanega socialnega kapitala, s tem ko nam strani spletnih socialnih omrežij omogočijo ohranjanje že obstoječih družbenih vezi in formacijo novih, so prav implikacije socialnega kapitala tovrstnih storitev še vedno neka neznanka (Ellison in drugi 2007, 1144). Internet je namreč prevzel vlogo tako zmanjševanja kot povečevanja socialnega kapitala (prav tako, 1146). Kdo ima torej na koncu več socialnega kapitala – uporabniki spletnih socialnih omrežij, ali neuporabniki le-teh?

Na eni strani zagovorniki pravijo, da je pomembna funkcija spletnih socialnih omrežij povezati posameznike z enakimi interesi (in omrežji) kot na drugi strani tiste popolnoma različne (iz različnih okolij, omrežij ipd.) v ogromno prostorsko in časovno neomejeno omrežje, kjer je posameznikom prikrajšana nujnost po srečanju v živo (na določenem mestu ob določenem času). Njim nasprotno pa trdijo kritiki, da so tovrstna omrežja postala zgolj izrazito sredstvo izključevanja uporabnikov iz realnega življenja in medosebne komunikacije. Lahko zagovarjamo tako eno kot drugo stališče, vendar to sklepanje izhaja iz preveč enodimenzionalne perspektive, ki projicira tehnološko determinirano stanje uporabnikov skozi funkcijo spletnih socialnih omrežij. Upoštevati je tako potrebno samo vlogo uporabnikov – kako namen uporabe projicira končno stanje – da razumemo odnos med uporabniki in tehnologijo. Ni vse le v lastnostih medija, aplikacije oz. storitve, pač pa je pomemben tudi posameznikov življenjski stil in osebne preference; sama neuporaba medija oz. tehnologije je tako lahko izraz osebne preference, ne pa impotence tehnološkega orodja. Vsaka uporaba oz. omreženost kot neuporaba oz. »izključenost« sta načrtni odločitvi, ki izhajata iz premisleka in refleksije o primanjkljaju oz. pridobitvah, ki jih imamo s spletno socialno omreženostjo. Strani spletnih socialnih omrežij sicer omogočajo uporabnikom povezovanje z neznanci, vendar to dejstvo ne velja kot norma (Ellison in drugi 2011, 126), kar pomeni, da posamezniki pretežno uporabljajo tovrstna omrežja, kot je Facebook, za ohranjanje ali utrjevanje že obstoječih »izvenspletnih« odnosov, vezi. Kar pa ne pomeni, da se

torej neuporabniki ne omrežujejo zgolj zato, ker ne čutijo potrebe po pomoči pri ohranjanju ali utrjevanju teh odnosov izven spleta.

2.1 Pripadnost močni zunajspletni družbi omrežij

»Skupnosti so omrežja medosebnih vezi, ki prinesejo družabnost, oporo, informacije, občutek pripadnosti in družbeno identiteto.« Castells pravi, da virtualne skupnosti lahko krepijo že obstoječe odnose, le malokrat pa ustvarijo nove, zato takšne skupnosti vidi kot kratkotrajne (Castells v Delanty 2003, 177). Gre za skupnosti, ki dajo glas preslišanim in s tem spadajo v bolj demokratične oblike komunikacije, saj so interaktivne, naravne in horizontalno urejene. Te bolj eksperimentalne skupnosti dopuščajo več inovativnosti in več novih izkušenj od tradicionalnih skupnosti (Delanty 2003, 182). Pa vendar sama vključenost še ne pomeni zgolj pozitivnih sprememb, kot namreč pravijo kritiki virtualnih skupnosti, so spletna socialna omrežja in skupnosti idealen prostor za izvajanje državnega in tržnega nadzora. V teh spletnih okoljih se kršijo pravice (posameznikov) s stalnim zbiranjem informacij internetnih uporabnikov. S tem virtualne skupnosti nastopajo kot podaljšek kapitalizma in neenakosti; ponekod namreč še vedno ne uporabljajo interneta ali so omrežja omejena na določeno vrsto pripadnikov in izključujejo tiste, ki jih hočejo izključevati (torej posameznikova izbira ni povsem avtonomna). Nekateri tudi trdijo, da se virtualne skupnosti uporabljajo za izvajanje nelegalnih poslov in da gre za prostore, kjer norme ne veljajo. Pa vendar se posamezniki raje povezujejo v ta svetovna spletna socialna omrežja (ki so postala že prave komunikacijske skupnosti) kot pa v neke lokalne skupine (prav tako, 183–184).

Spletna socialna omrežja so kot nalašč prostor za povezovanje z ljudmi, ki nam lahko koristijo ali pač ne. Na Facebooku je npr. pomembnejše, koliko povezav (črtic) se razteza prek posameznikovega imena, kot pa dejstvo, da je večina teh lahko povsem brezsmiselnih (med prijatelje sprejmemo kar vsakogar). Ne glede na vse, se na tovrstnih spletnih straneh tako tvorijo (spletne) skupnosti, ki jih definira ogromno število posameznikov, povezanih s šibkimi ali močnimi vezmi. Te skupnosti so lahko preslikava realnih, ali popolnoma nove (na spletu) nastale skupnosti povsem različnih pripadnikov, kot tudi skupnosti ljudi iz istih okolišev, ljudi z enakimi interesi ipd. Putnam tovrstne pojave razlaga s pomočjo fenomenov »premoščanja« in »povezovanja«. Premoščanje socialnega kapitala se nanaša na družbena omrežja, ki povežejo različne ljudi (ali preprosto ločene ljudi), povezovanje socialnega kapitala pa na tista omrežja, ki povezujejo ljudi podobne vrste (Norris 2004, 31). Kdaj torej lahko pri spletnih socialnih omrežjih govorimo o pridobivanju ali primanjkljaju

posameznikovega socialnega kapitala? Kot že omenjeno, je to izjemno težko določiti, saj ni povsem jasno ali spletna socialna omrežja zmanjšujejo ali povečujejo posameznikovo vsebnost socialnega kapitala. Neuporabnikov tako ne moremo kar na prvo žogo obsoditi, da imajo manj socialnega kapitala od uporabnikov spletnih socialnih omrežij. Tako eni kot drugi imajo lahko veliko/malo socialnega kapitala, številne druge »online« aktivnosti, kot tudi prakse izven spleta, raznolike interese in pričakovanja ipd. Nova informacijska ekonomija je namreč postala informacijsko-globalna.

Informacijska doba nedvomno temelji na omrežjih, ki predstavljajo bistvo družbe, obenem pa so povod do izkušenj, moči, učinkovite proizvodnje in kulture (Castells 2000, 500). Še tako sposoben in ambiciozen posameznik je močnejši, če je del kohezivne družbe, ki mu nudi nujno podporo oz. privržence. Zato se tudi povezujemo v ta omrežja, saj sami ne moremo uspešno delovati poslovno niti zasebno, razlike pa ostajajo, ko govorimo o povezovanju na spletu. Starejše generacije so se tej skušnjavi ali nuji že izognile, saj so njihove mreže dovolj bogate in trdne, da strani spletnih socialnih omrežij niti ne potrebujejo, mlajši na drugi strani pa z neuporabo tvegajo, da niso del mainstream potrošne kulture, ki pa ni nujno tudi superiorna. Obojim nepovezovanje v spletne skupnosti pomeni nek lasten življenjski stil, kritično osebno izbiro. Seveda pa so – enako kot vsi spletno omreženi – tudi sami lahko del ogromnih (če ne celo večjih in kvalitetnejših) socialnih omrežij izven spleta (kar se vidi v njihovem socialnem in kulturnem kapitalu). Izvenspletno omreževanje je tako dejansko kvalitetnejše od spletnega, saj »člani virtualnih skupnosti ne morejo razviti medosebnega zaupanja, ker zaradi visoke stopnje anonimnosti sploh ne vedo, s kom pravzaprav komunicirajo« (Lenarčič 2010, 155). Če pa že vedo (gre za poznanstva iz realnega sveta), pa se njihov socialni kapital v nekem spletnem omrežju ne bo povečal.

2.2 Spol in osebna izbira

Na podlagi Lenarčičeve (2010, 62–65) strnjene razlage razlik med uporabniki interneta oz. novih tehnologij lahko neuporabnike spletnih socialnih omrežij razvrstimo v naslednje skupine: (a) kategorijo tistih, ki (fizično) nimajo dostopa do spleta ter (b) takih, ki so za spletne aplikacije in nova (tehnološka) orodja nekoliko nepismeni (predvsem starejše generacije), (c) kategorijo tistih, ki za vpletenost v tovrstna omrežja nimajo motivacije – zanje takšna omrežja ne predstavljajo pomembnega vira dodane vrednosti in (socialnega) kapitala. Ne nazadnje pa obstaja tudi (d) kategorija »pasivnih« - tistih, ki nimajo interesa ne za spletna socialna omrežja, niti za kakršnakoli druga spletna mesta (ali preprosto ne socialna), lahko pa

so precej aktivni v izvenspletnih skupnostih/društvih ipd., ter e) kategorija načrtnih alternativcev – neuporabnikov, ki so si nevpletenost v mainstream spletna socialna omrežja (kot je Facebook) načrtno izbrali za nek lasten življenjski stil. Skratka, tako kot ni povsem enolična odločitev za vključitev v spletno socialno omrežje Facebook, ne smemo zaključiti, da neuporabnikov ni več vrst.

Spletna socialna omrežja so izvrstno orodje za vse, ki bi radi ohranili stike iz preteklosti in sedanjosti brez časovno-prostorskih ovir, ustvarjali ali utrjevali nove vezi in odnose, kot tudi na drugi strani za vse tiste, ki težko vzpostavljajo nove odnose. Slednji so v realnosti preveč sramežljivi, nesamozavestni, (relativno) anonimna socialna omrežja pa so mesto, kjer se vsakdo izrazi pod kakršnokoli identiteto. Glavna kritika konceptov informacijske družbe, družbe znanja ali postmoderne omrežene družbe pa je, da ustvarjajo občutek, da smo del popolnoma drugačne družbe (Fuchs 2008, 101). Ta nova drugačna družba je nekaj več, superiornejša, polna novih resursov in priložnosti. Pa gre npr. pri Facebook omrežjih res za to? Omreženje je neprogresivno in dandanes povezano s težavami in institucionalizacijskimi mehanizmi, ki se odražajo v novih hierarhijah in oblikah nadzora (kot npr. negotovi delovni pogoji mnogih, ki delajo z znanjem) (prav tako, 2008, 114). Nove tehnologije nam prinašajo enostavnejše komunikacijske pristope, obenem pa tudi do neke mere rušijo obstoječ družbeni red. Tako materialna kot simbolna komponenta modernih tehnologij vplivata na družbeno delovanje, pri čemer je simbolna komponenta tudi odločilna pri družbeno-kulturni rekonstrukciji (Oblak 1998, 254). Določeni atributi so tehnologiji dodani s pomočjo kulturno določenih pomenov, tehnoloških ter družbeno-kulturnih elementov, svojo izrazno obliko pa pridobijo skozi vse stopnje konstrukcije tehnoloških objektov, predvsem pa pri dejanski potrošnji. Dejstvo je, da pri uporabi informacijsko-komunikacijske tehnologije ženske zaostajajo za moškimi, saj moderno tehnologijo razumejo kot kulturni kod, ki je ustvarjen skozi tipične moške dejavnosti in potemtakem ostaja povsem moška domena (izpolnjevanja potreb). Vendar pa se trend premika v smer visokega zanimanja za tehnološke novosti, kjer se ločnica med spoloma zmanjšuje (prav tako, 256).

2.3 Strah pred nadzorno funkcijo spleta

Na eni strani gre v današnjem realno-virtualnem svetu za nenehen boj med enotami ali agenti pri proizvajanju, procesiranju in učinkovitem vnašanju kognitivnih informacij. Obenem pa je ekonomija sistema tudi globalna, pri tem ko so njene komponente (kapital, delo, surovine, informacije, tehnologija, trgi ipd.) neposredno ali prek omrežja povezav med

ekonomskimi agenti organizirane na globalni ravni. Informacijsko globalna narava sistema v novem historičnem kontekstu se vidi v dejstvu, da je produktivnost generirana v in tekmovalnost izražena prek globalnega omrežja interakcij, ki so potemtakem nujno zlo (Castells 2000, 66). Ne gre vedno le za družbeni trend ali željo po osebni kompetitivnosti (ko moramo videti kaj, kje, kako počne naš tekmeč, koga pozna...), temveč se v ozadju vseh teh »zabavnih« mehanizmov lahko skriva oko nadzora. Neuporabnike tako lahko enačimo z neverniki oz. s tistimi, ki ne zaupajo temu spletnemu sistemu, ga ne odobravajo ali ga preprosto ne opazijo (kot koristnega).

Čeprav se spletna socialna omrežja dandanes nagibajo bolj k realnim imenom in priimkom (Facebook) – saj naj bi šlo za kar se da realen prikaz omrežja, (globalne) skupnosti – uporabniki še vedno lahko prikrojijo določene informacije o sebi. Današnja globalna družba podpira realnost, ki se opira na politiko depolitizacije. Gre za politiko, ki podredi ljudi tistim ekonomskim in družbenim silam, ki naj bi bile »osvobojene«. Govorimo o zavestni in preračunljivi politiki, ki prežema vse družbene ravni, še posebej tiste pri katerih je lahko najučinkovitejša (množične strani spletnih socialnih omrežij zagotovo na neki način spadajo v tovrsten kalup) (Bourdieu 2006, 213). »Spletni stik resnično združuje istomisleče duše, ki si delijo določena prepričanja, hobije ali interese, najverjetneje zaradi na internetu splošno jasnega hiperpluralizma in ideološke raznolikosti, kot tudi povečujoče družbene raznolikosti.« (Norris 2004, 37). Pa vendar vse to počne po predpisanih, a na prvi pogled nevidnih pravilih in zastavljenih okvirjih, ki služijo kot utrjevalci družbenega reda pod pretvezo posameznikove svobode. Neuporabniki spletnih socialnih omrežij se iz le-teh torej namerno izključujejo (predhodno ali naknadno), ker nočejo, da jim kdorkoli nadzira življenje, jih opazuje, jim sledi ipd. Znani so namreč primeri, ko nas Facebookov profil oz. na njem objavljene vsebine lahko stanejo službe, spoštovanja, celo materialne lastnine (ko vlomilcem dobesedno namignemo, kdaj gremo na dopust).

Posamezniki »smo rojeni v družbeni svet«, kjer »sprejemamo celo vrsto postulantov, aksiomov, ki delujejo brez besed in ne zahtevajo vtepanja v glavo.« (Bourdieu in Wacquant 2006, 112). Samoumevno sprejemamo simbolne reprezentacije celotne družbe ali določenega sistema kot naše lastne (našim predstavam in kognicijam podobne). Če smo nekoliko bolj kritični in premišljeni, pa ugotovimo, da ta proizvedena realnost ni skladna z našimi pričakovanji; in če gremo še korak naprej, je preprosto ne odobravamo in ne priznavamo kot nam lastno. Seveda pa je malokdo dovolj motiviran ali sposoben kritičnega uvida v zadeve, kar se izraža v tem, da je tudi neuporabnike socialnega giganta Facebooka kar težko najti, saj jih več preprosto slepo sledi komercialno »političnim« (ker je to pač popularno in prav). In

»od vseh vrst 'skritega prepričevanja' je najbolj neomajna tista, ki jo čisto preprosto izvaja *red stvari*.« (prav tako, 112).

3 Empirično raziskovanje neuporabnikov in študija primera

Študij na temo preučevanja neuporabnikov spletnih socialnih omrežij skorajda ni. Obstoječe raziskave namreč ciljajo predvsem na uporabnike ali na razlike med uporabniki in neuporabniki, kjer pa se nikoli ne skoncentrirajo na motive neuporabnikov. Skratka, samo preučevanje neuporabe je še skromno, s časom pa utegne postati nujnost. Trenutno na to temo najdemo študijo S. Gregerja (Greger 2010), ki primerja neuporabnike strani spletnih socialnih omrežij z uporabniki. V študiji neuporabo spletnih socialnih omrežij razume kot spremenljivko v oblikovanju družbene interakcije. Osredotoča se na učinke neuporabe, medtem ko se motivom in fenomenom, povezanim z neuporabo, posvečajo L. Stahlschmidt, Boesen, J. Sørensen, Nygaard in Thomsen v raziskavi o neuporabi Facebooka med danskimi študenti (Stahlschmidt in drugi 2011).

Greger analizira tri zaznane kvalitete spletnih socialnih omrežij – kritje, doseg in praktičnost. Sprva izpostavi prikrajšanost neuporabnikov za morebitne na spletu sprožene poslovne ideje in izključenost neuporabnikov iz družbenih aktivnosti (z vidika kritja/pokritosti). Z vidika dostopnosti – kjer cilja na moč spletnih socialnih omrežij kot komunikacijskih kanalov – ugotavlja, da je v njih komunikacija kodirana tako, da je razumljiva in dosegljiva le uporabnikom, s tem so neuporabniki izključeni iz toka komuniciranja, saj jih signal ne doseže. Tretjo prednost spletnih socialnih omrežij pa Greger opiše kot nove oblike družbenih aktivnosti (pripomočke), s katerimi neuporabniki niso seznanjeni, ali nimajo dostopa do te oblike družabnosti. To je problematično tudi za uporabnike, ki želijo prenesti družbeno vedenje s spleta v realnost, razumejo pa jih le drugi uporabniki. Greger nadaljuje s tremi glavnimi kategorijami simbolne vrednosti: pogovorom, vsebino in družbenimi dejanji. Pri pogovoru so neuporabniki omejeni, saj ne posedujejo enakega spektra pogovornih vsebin, niti kanalov kot uporabniki. Vsebina na drugi strani je lahko deljena, ne more pa doseči vseh, saj je smiselna le za skupino, ki je seznanjena z enakim kontekstom. Družbene aktivnosti kot pomenska družbenost pa predpostavljajo, da so strani spletnih socialnih omrežij prostori družbene prakse, če pa je večina izključena ali je zgolj v vlogi opazovalcev, pa praksa ne more zaživeti. Neuporabniki se čutijo prikrajšane za informacije o nekem dogodku, ker je bil načrtovan na spletu (Greger 2010). Ne nazadnje pa

sta v omenjeni študiji opisana tudi fenomena neskladja socialnih omrežij – kjer ta ne odražajo družbenega okolja realnega življenja – in družbenostna vrzel – ki predpostavlja, da so neuporabniki izključeni iz sicer novo pridobljene družbenosti, ki jo omogoča spletna interakcija. Interakcije na straneh spletnih socialnih omrežij so nadomestile druge oblike interakcije (npr. komunikacija prek elektronske pošte je premaknjena na Facebook), kar pa za neuporabnike ne velja. Avtor ta dva fenomena povezuje v pojav »odsotnega vrstnika«. Dejstvo je, da so uporabniki in neuporabniki vrstniki, ki so v medsebojnih interakcijah izven spleta, ker pa vsi niso uporabniki istih tehnološko mediatiziranih kanalov, pride do neskladja v omrežjih in družbenostne vrzeli (prav tako, 92). Neuporabniki so pogosto razumljeni kot družbeno izključeni, Greger pa loči med tistimi, ki nimajo, in tistimi, ki nočejo imeti npr. Facebooka, kar vodi v štiri skupine neuporabnikov: izločene, izključene, vzdržane in zavrnjene. Razlika ostaja tudi med tistimi, ki veljajo za potencialne uporabnike in tiste, ki so že izgubljen primer; neuporabniki namreč lahko nekoč postanejo uporabniki, redki pa so trdno prepričani, da to nikdar ne bodo (Greger 2010).

Danska študija je popolnoma osredotočena na neuporabnike, kjer s pomočjo intervjujev šestih študentov ugotavlja njihove razloge za načrtno izključenost iz Facebooka. Metoda, ki jo uporabijo, je tehnika vzorčenja po principu snežne kepe, s katero iščejo razloge za posameznikovo neuporabo Facebooka. Njihove glavne ugotovitve so: da so neuporabniki posredni uporabniki, ki imajo prijatelje za vmesnike, da se neuporabniki zavedajo svoje drugačnosti od množice in v svojem odklonu od mainstreama uživajo, da preprosto nimajo interesa po uporabi tovrstnih tehnoloških sistemov, večina tudi omeni problem zasebnosti na spletu in koncept samopredstavitve. Avtorji tu ugotavljajo, da se pod pritiskom uporabnikov ti alternativci lahko začnejo obnašati uporno in neuporabo prenesejo v svoja načela, čeprav Facebook vseeno sprejemajo in do njega ne čutijo odpora – to je lahko posledica posredne uporabe (Stahlschmidt in drugi 2011).

Raziskavo o načrtnih neuporabnikih nadaljujem s pomočjo vodenih poglobljenih intervjujev petih posameznikov. Pri izbiri le-teh je bila moja glavna omejitev, da gre za načrtno neuporabnike Facebooka, ki internet sicer uporabljajo v vsakdanjem življenju, so s tovrstnimi orodji in aplikacijami dodobra seznanjeni, in spadajo v različne starostne skupine; saj neuporaba spletnih socialnih omrežij variira tudi glede na starost. Tipe neuporabnikov ločim glede na kontekst neuporabe; kakšni so njihovi razlogi za neuporabo, pri čemer je bil cilj iskanje razlik med tistimi, ki se iz spletnih socialnih omrežij motivacijsko ali popolnoma načrtno izključujejo. Zanimali me bodo torej tako mladi kot stari, nikakor pa ne tisti, ki si interneta ne morejo privoščiti oz. do spletnih socialnih omrežij nimajo dostopa. Pri tem so

izključeni tudi vsi, ki spletnih socialnih omrežij ne uporabljajo zato, ker jih sploh ne poznajo in ne znajo uporabljati. Razlogi za ne vključevanje alternativnih neuporabnikov, ki jih vključujem v nalogo, so pravzaprav vsi trije navedeni dejavniki ne vključevanja – od samozadostne zunajspletne družbene mreže do osebne izbire (želijo biti drugačni od mainstreama) in odpora pred tehnološko posredovanim nadzorom.

Vprašanja, ki sem jih zastavila intervjuvanim, so merila njihovo splošno poznavanje spletnih socialnih omrežij (oz. prevladujočega Facebooka), njihovo medijsko rabo (kaj vse dnevno ali vsaj pogosto spremljajo, kje se informirajo, zabavajo, najljubše spletne strani ali forumi ipd.), njihovo osebno udejstvovanje oz. interesno naravnost (ali so kakorkoli aktivni izven spleta, s čim se ukvarjajo, kaj imajo raje oz. katero stran obiščejo v prostem času ipd.), kje pridobijo večino informacij in kaj menijo o konceptu prijateljstva na Facebooku. Ob tem so me zanimale tudi določene demografske informacije intervjuvanih ter nekaj psiholoških dejavnikov (kako se vidijo sami, kako bi jih opisali drugi) in stališča (mnenje o Facebooku in podobnih omrežjih, mnenje o terminu prijateljstvo na Facebooku, mnenje o njegovih uporabnikih in videnje sebe v tej vlogi ipd.) ...

Intervjuji so potekali pri intervjuvancih doma oz. pri dveh v bližnji okolici doma (po njihovi izbiri), v povprečju pa so trajali 25 do 30 minut, saj so bila vprašanja zastavljena na licu mesta, sam pogovor pa nato poljubno voden (odvisno od odzivnosti intervjuvanih).

3.1 Vzorec in metoda

Izbrani vzorec intervjuvanih zajema načrtne neuporabnike Facebooka, ki imajo do spleta in tehnologije neposredni dostop (torej niso tehnološko ali ekonomsko prikrajšani), splet tudi dnevno uporabljajo, so vsaj osnovno seznanjeni s spletnimi socialnimi omrežji in njihovimi vodili, ne nazadnje pa se nahajajo v različnih starostnih skupinah. Pri moji tematiki je pomembno imeti pregled nad navadami in mnenjem obeh spolov in v grobem obeh starostnih skupin (mladih in starejših). S tem namenom so izbrani neuporabniki tri ženske in dva moška, od tega sta dva zastopnika mlajše generacije (pod 30 let), trije pa starejše.

26-letna Ana prihaja iz skoraj urbanega okolja (okolica Ljubljane), in je študentka. Večina stvari, ki jih počne na spletu, je povezana z njenimi študijskimi obveznostmi, obenem pa splet uporablja kot hiter in enostaven vir informacij ter zabave, ne pa tudi druženja. Je pripadnica športnega društva Titani Ljubljana, v katerem preživlja največ svojega prostega časa. Facebook je ne zanima, saj v njem vidi prej več negativnega kot pozitivnega, obenem pa poudarja, da je ustvarjalec svoje podobe človek in ne sistem oz. tehnologija.

Boris je 25-letni moški, ki prihaja iz podeželskega okolja, ima srednješolsko izobrazbo in je zaposlen v javni upravi. Njegovo zanimanje za splet je sicer nizko (zaradi pomanjkanja časa), sicer pa splet uporablja kot vir informacij ter deloma za preživljanje prostega časa. Ta moški je Facebook v preteklosti imel, a je svoj profil po nekaj poskusih izbrisal. Facebooka ne potrebuje, saj mu ne prinese nič novega oz. pozitivnega, obenem pa ga na nek način celo prezira. Sicer pa na spletu rad pogleda spletne forume, povezane z avtomobili in avtoakustiko, saj je tudi član avtoakustične tekmovalne ekipe »dBastard«. Poleg svojega avtomobilskega hobija je tudi član prostovoljnega gasilskega društva, ter pomočnik v gozdarski skupnosti.

Damjan je 55-letni moški, ki prihaja iz okolice Ljubljane in je zaposlen v lastnem glasbenem podjetju (zasebni sektor). Gre za ambicioznega človeka z dobršno mero kulturnega in socialnega kapitala, ki Facebooka nima, ker meni, da je človek več vreden brez nepotrebne razgaljanja in prilagajanja tehnologiji. Tehnologijo obravnava kot nekaj izjemno pomembnega, a tudi nevarnega. Sam noče, da bi tehnologija upravljala z njegovim življenjem, in četudi se zaveda, da je nujna, se je izogiba.

Marija je 48-letna ženska, ki prihaja iz ruralnega okolja (okolica Ljubljane), in ima srednješolsko izobrazbo. Dejavnost je predvsem na glasbenem področju, zaposlena v zasebnem sektorju, obenem pa si je s pomočjo svoje službe nabrala veliko vezi in poznanstev. Irena na drugi strani je podobna Mariji, le da ima sama 56 let, njena izobrazba je poklicna, in je zaposlena kot računovodkinja (samostojni referent) v javni upravi. Živi v daljni okolici Ljubljane, na podeželju. Njeno zanimanje za kulturo je izjemno široko; dela v muzeju, kjer se dnevno srečuje s slovensko etnografijo, delala pa je tudi na Festivalu Ljubljana. V tovrstnih spletnih orodjih – kot je Facebook – vidi izjemno pritajen in uspešen način državnega nadzora, ljudi, ki to uporabljajo, pa niti ne razume; saj je splet zanjo nekje v drugem planu.

Poleg že omenjenih karakteristik so intervjuvani večinoma prebivalci ruralnega okolja oz. okolice Ljubljane. Skoraj vsi imajo srednješolsko izobrazbo, razen Ane, ki je študentka. Dva zaposlena spadata v zasebni sektor, dva sta del javnega, študentka pa še zaključuje svoj študij.

3.2 Analiza rezultatov

V splošnem se na spletu več časa zasebno (informiranje, zabava) zadržujejo moški, poslovno pa sta si spola enotna. Razlika je v starosti, saj sta mlada intervjuvanca na spletu le v kolikor »je nujno, kar je treba za faks poiskati, se prijaviti za tekmo, pogledati rezultate«,

starejši pa ga uporabljajo poslovno in predvsem za informiranje (skladno s poklicem, ki ga imajo).

Na vprašanje, *zakaj nimajo Facebooka*, so intervjuvani odgovarjali enako, neodvisno od starosti in izobrazbe; socialna omrežja (saj nihče ni del nobenega) jih ne zanimajo, saj jim ne morejo v življenju nič dodati, lahko bi jim prej škodovala. Mlajša neuporabnika spletna socialna omrežja preprosto ne zanimajo, starejši neuporabniki sta skeptični glede razkrivanja svojih osebnih zadev in podatkov (Irena: »ni mi všeč, da bi neka svoja razmišljanja delila kar z vsemi, oz. s tistimi, s katerimi jih delim, lahko to počnem fizično; in se mi ne zdi potrebno to počet prek Facebooka.«), Damjan pa noče biti del Facebook mreže (»Preprosto nočem bit v istem košu z vsemi, ki jim kako kolesce manjka. Ne bom se po nepotrebnem oglaševal tam, kjer mi ni treba, in iskal prijateljev, ki to sploh niso.«).

O Facebooku sicer vedo dovolj, Boris se je z njim celo že srečal, različna pa je stopnja njihove skeptičnosti oz. strahu – ženske odgovarjajo previdno, moški pa se očitno nasploh bolj zanimajo za samo tehnologijo (npr. Irena in Marija podobno vesta »da je tam hitra in brezplačna komunikacija, hitro vse izveš o vseh. Facebook je zaradi tega bolj za mlade,« saj so bolj seznanjeni s tehnologijo in tvegajo manj ugleda. Damjan pa se je o zadevi že bolj informiral, saj ga na splošno pritegne različna tehnologija).

O Facebookovem strastnem uporabniku mlajši menijo, da ta tam najde »neko samozadovoljitev, da ima občutek, čeprav ves čas ždi noter, da ima zelo družabno življenje. V bistvu gre za nek pobeg od realnosti.« (Ana), Boris pa pravi, da je voajerizem pač del Facebooka. Starejša generacija težje razume te uporabnike – opredeli jih kot obsedence in pravi, da (Irena) »eni vstopajo v to, ker je moderno, in lažje komunicirajo naprej, ker bi jim sicer manjkalo del teme...računalnik pa jim je en vmesni faktor, s katerim tako lažje nedirektno komunicirajo.«; ti uporabniki tam najdejo »samopotrditve, samozavest, vpetost v družbo, množico, kvazi prijatelje...« (Damjan). Tako so tudi o konceptu prijateljstva na Facebooku enotni, da to tam ne obstaja v pravem pomenu oz. je zaigrano, ali kot pravi Damjan »na Facebooku ni prijateljstev, saj ljudje klikajo brez premisleka. Morda so tam kaki znanci, izgubljeni sošolci, znanci iz tujine ipd. – pa vendar se bomo z nekom, ki nam je res blizu, verjetno raje pogovarjali/povezali prek Skypa, ne pa Facebooka.«. Boris kot bivši uporabnik Facebooka še potrjuje »tam je več ali manj naključnih znancev, ali pa ko nekdo drug nekoga pozna, pa ti dodaš pa tako naprej...«. Kar se tiče iskanja partnerja na teh straneh, pa se jim zdi že absurdno.

Negativne lastnosti Facebooka so po mnenju starejših »razgaljanje in beleženje osebnih podatkov«, kar po mnenju ženskega spola lahko privede do kriminala. Pozitivne lastnosti pa

so pridobivanje samozavesti, družbe, morda tudi službe ipd. Mlajša intervjuvana pa menita, da je za tiste manj samozavestne (ali bolne) očitno to učinkovit način komunikacije, vendar lahko hitro postane negativno, če »ogromno časa zabiješ za čisto kar nekaj«. To obsesijo na sploh spremlja lažno samoprikazovanje. Vsem generacijam skupna pa je skepsa do sistema, v katerega je lahko priti, iz njega pa težko ali sploh nemogoče izstopiti (vse ostane na spletu).

Mlajša intervjuvana se strinjata, da je smiselno za neko organizacijo napraviti Facebookov profil, saj je to učinkovita reklama – tudi sama bi to storila, če bi imela lastni organizaciji ipd., saj je pomembno razlikovati, da pri tem ne gre za osebni profil. Marija in Damjan se strinjata, da sporočilo na Facebooku hitro doseže maso ljudi, a vseeno ni edino učinkovito sredstvo promocije, »konec koncev moraš potem imeti veliko prijateljev tam, če hočeš da vsebino dobi masa ljudi.« Irena pa bolj skeptično ostaja nekje vmes: »Seveda je učinkovito sredstvo promocije, a je lahko za vsem tem še kaj več – mogoče celo prisila. Mislim, da je tu kar precej nadzora, več kot si mogoče mislimo.«

Pri vprašanju, ali bi s Facebookom imeli več poslovnih priložnosti, so intervjuvanci precej enotni, da ne zamujajo ničesar in ne bi imeli z njegovo pomočjo več delovnih priložnosti, res pa je, da je to včasih odvisno tudi od narave poklica, ki ga opravljajo. Marija npr. pravi, da ne bi imela več poslovnih priložnosti, zaradi svojega poklica pa ima njeno podjetje zdaj več občinstva – več ljudi izve zanj; »Veliko ljudi klika na naš profil, potem pa veš vsaj približno, kakšen bo obisk na koncertu. Dobra reklama je, ker veliko ljudi uporablja Facebook.« Vseeno pa je skeptična kot ostali dve intervjuvanki, ki pravita »da nekateri lahko določene stvari prek Facebooka uporabijo v poslovne namene; ampak tu je spet tista razlika med poslom in privatnim«. Vsaka promocija ni nujno najboljša. Boris iz prve roke dodaja, da ti »Facebook lahko povzroči hude težave. Preprosto ni dobro objavljati večine stvari, sploh so pa ljudje obsedeni, da se prek interneta vse menijo.«

Po mnenju vseh je edina generacija, ki brez Facebooka ne more, mlajša generacija, ki je po eni strani primorana uporabljati nova tehnološka orodja, po drugi strani pa je zanje tudi najbolj dovzetna (v smislu obsedenosti). Irena npr. pravi, »da je Facebook »višji način« od elektronske pošte. Tehnologija gre naprej, verjetno bodo mlade generacija pač morale to sprejeti kot del vsakdana, in mislim, da mladi s tem nimajo težav. Določene stvari sprejmeš, določenih ne, če bi bila jaz prisiljena iz nekih službenih ali podobnih razlogov, potem bi ga imela, ampak zgolj iz tega službenega, ne privatnega.«

4 Diskusija

S pomočjo Gregerjeve študije izbranih pet neuporabnikov vidimo kot tiste, ki nočejo imeti Facebooka, saj so se načrtno izključili, obenem pa so trdno prepričani, da Facebooka nikdar ne bodo imeli. Po odgovorih sodeč se izbrani neuporabniki ne čutijo prikrajšane za morebitne priložnosti in oblike družbenosti, jim pa je tuj uporabniški kontekst in določeni načini komuniciranja, saj niso del komunikacijskega sistema spletnih omrežij. Uporabnike zaradi tega težko v celoti razumejo, saj niti ne posedujejo enakega spektra pogovornih vsebin, ki so smiselne le znotraj konteksta. Izbrani neuporabniki so načrtno izključeni iz te nove oblike družbenosti, zato njihove spletne interakcije ostajajo take kot prej – Facebook jim namreč ne nadomešča elektronske pošte ali ostalih tradicionalnih oblik komuniciranja.

4.1 Realnost socialnega kapitala

Mlajša generacija vidi Facebook navdušence kot izgublence, bolnike oz. neumneže, obema se tudi zdi uporaba Facebooka nepotrebno razkazovanje posameznika na spletu vsem (ne)znancem, ki niso niti pravi prijatelji. Prijateljstvo ali ljubezen prek spleta za Ano in Borisa ne obstajata, tako niti ne čutita, da bi imela zaradi svoje izključenosti manj socialnega kapitala ali manj kakršnih koli priložnosti. Boris je zadevo še potrdil z anekdoto, da ti lahko vsebina, ki jo objavljaš na Facebooku celo škodi pri poslovnem področju. Noben izmed njiju te steklene socialne hiše ne vidi kot neki uspešen družbeni nadzor (panopticon), pravila se jima zdijo primerna in le do določene mere potrebna, Boris pa se je pritožil še nad tem, kako težko je spet »neobstajati v sistemu«, ko si enkrat tam. Ko je želel svoj profil popolnoma izbrisati iz Facebooka, je namreč naletel na dolgotrajen protokol. Priti v mrežo je preprosto, a težko je iz nje na koncu izstopiti – kar je popolno nasprotje realnemu življenju.

Čeprav strani spletnih socialnih omrežij ciljajo na čim širšo spletno občinstvo, ostajajo domena mlajših generacij in ambicioznih poslovnežev. Starejšim je poznavanje vseh teh novih komunikacijskih orodij prihranjeno, mladi pa brez njih danes skoraj nemogoče opravljajo svoje študijske ipd. obveznosti. Splet je za mlade postal neizogibno zlo, starejši pa se novim tehnologijam lahko skoraj v celoti izognejo. Slednji niti Facebooka ne bodo nikdar imeli (kar je nekako pričakovano), razen v res izjemnih primerih (npr. da se bo prek Facebooka plačevalo določene obveznosti, ali ker bodo za komuniciranje z ostalimi ta orodja pač potrebovali). Še vedno ostajajo bolj naklonjeni tradicionalnim starim medijem, do novih zavedov pa so skeptični in previdni. Zanje se prijateljstvo – kaj šele partnerstvo – ne rodi (ali

ohranja) na spletu, pač pa so zagovorniki pristnih medosebnih stikov; enako kot mlajša generacija. Splet starejša generacija uporablja glede na zahteve poklica ali morda za informiranje, nikakor pa ne za druženje. Strastna uporaba Facebooka je za starejše neuporabnike kot obsedenost s tovrstnimi orodji, oblika šibkosti in nekritične presoje. Facebook mreža naj bi v njihovih očeh realno zmanjšala vsebnost posameznikovega dejanskega socialnega kapitala. Uporabniki Facebooka po njihovem zanemarjajo vse, kar ni del virtualnega okolja, se pretirano razgaljajo, in s tem sami sebe ogrozijo, obenem pa se še strinjajo z neprijaznimi pravili sistema.

Vsi interjувani so zaposleni, razen študentke Ane, in vsi so mnenja, da jim nevpletenost v spletna socialna omrežja ne povzroča nobene poslovne škode ali primanjkljaja v vsebnosti socialnega kapitala. Z vidika starejše generacije Marija in Damjan (zaposlena v zasebnem sektorju) spretno izkoriščata svoja izvenspletno nabrana poznanstva, znanja in spretnosti – tehnologiji sledita, a jo uporabljata selektivno, Irena, ki je zaposlena v javnem sektorju, pa je že nekoliko bolj skeptična, kaj se bo zgodilo v prihodnosti in ali bo dovolj sposobna slediti tehnološkim novostim. Ta problem pa ne izhaja iz njene stopnje izobraženosti, temveč različno sprejemanje in adaptiranje tehnoloških novosti med spoloma določata količina in obseg predhodnih izkušenj z delovanjem komunikacijskih orodij. Ženske se od tehnologije zavestno ne distancirajo, ker je ne bi marale, temveč ker menijo, da nimajo dovolj znanja (Oblak 1998, 252), kar Irena potrjuje.

4.2 Tehnološka distanca in pojav osebne izbire

Mlada neuporabnika relativno malo vešta o vsem, kar danes takega poznamo na spletu, in nihče izmed njih ni strasten uporabnik interneta nasploh; nasprotno raje stike ohranjata ali vzpostavljata medosebno ter kar najpogosteje z vmesno komunikacijo prek telefona, informirata se bolj prek radia, televizije ipd. (oz. moški intervjuvanec vsaj prek 24ur.com) – pa še to izjemno malo. Skratka uporaba računalnika, interneta je zanj tista skrajna nujnost, ki se ji sicer zlahka in z veseljem odrečeta, vendar pa jima to ne dopušča študij in na drugi strani njun hobi. Posledično tudi o samih spletnih socialnih omrežjih bolj malo vešta, zato je nevpletenost v spletna omrežja lahko torej posledica neke pasivizacije. Pomanjkanje interesa po določeni stvari ali pojavu (socialnih omrežjih ali samem internetu nasploh) vsekakor vodi do pomanjkanja znanja o tem, pa vse do pasivnega odnosa do te zadeve oz. neuporabe tovrstnih spletnih aplikacij. Oba sta sicer dejavna v realnem življenju (ona tekmuje s svojim konjem, on pa svojim avtomobilom), kjer večino časa namenita svojim hobijema, te energije

pa zmanjka za virtualni svet. Na drugi strani starejša generacija (oz. predvsem ženske) strani spletnih socialnih omrežij ne uporablja, ker v njih vidi obliko (državnega) nadzora, ali nepotrebno mešanje zasebnega z javnim. Tovrstna spletna orodja vidijo kot grožnjo obstoječemu redu (drastično preoblikovanje delovnih mest, načinov poslovanja ipd.), še posebej pa ima pesimističen odnos do tehnološkega razvoja ženski spol – kar je odraz položaja žensk (poklicna stereotipnost) (Oblak 1998, 247).

Ana in Boris imata sicer podobe odgovore, a sta si vsaj v določenih točkah povsem različna. Največja razlika med njima je, da ona nikoli ni imela ne interesa po Facebooku, niti orodja samega, on pa je v preteklosti Facebook imel, a ga po dveh poizkusih dokončno izbrisal. Ta razlika je pokazatelj videnja in sprejemanja tehnologije pri obeh spolih, kjer naj bi bili moški dovzetnejši za nove tehnologije (Mackay v Oblak 1998, 238), večja izolacija žensk od teh novih tehnologij pa je pojasnjena s pomočjo mitov, ki spodbujajo obstoječe odnose do tehnologije (Oblak 1998, 238), kjer je ženska nekoliko postranski uporabnik spletnih orodij. Boris splet sicer uporablja bolj selektivno, kjer gre za izraz njegove osebne izbire, interesa, želje in potreb, saj je izbor kakršnega koli komunikacijskega medija pogojen z namenom – kar lahko vidimo kot njegov življenjski stil (prav tako, 239). Spet druga razlika je, da on prihaja iz ruralnega okolja, ona pa urbanega, njune osebne lastnosti pa pridejo do izraza na spletu. Moški je (in še vedno bi, če bi Facebook imel) ta socialni spletni prostor izrabil za objavljanje stvari, katere je resnično hotel pokazati vsem (da bi imeli le to in ne druge predstave o njem), ženska pa pravi, da Facebooka nikoli ne bi izrabila za lažno samopromocijo, ampak bi ostala zvesta tej svoji realni podobi. V tem primeru je z vidika uporabnikov Facebook lahko tudi prostor laži in iluzij, neuporabniki pa se ravno tega dobro zavedajo, zato jih tudi to pretvarjanje lahko odvrča od uporabljanja strani spletnih socialnih omrežij. Enak odpor lahko razberemo iz Ireninih in Marijinih odgovorov. Damjan pa dopušča novostim priložnost, da se uveljavijo, obenem se o njih informira, opazuje njihov razvoj, a selektivno postaja (ali ne) njihov pristaš. Dejstvo je torej, da skeptičnost do novih tehnologij in orodij ostaja domena žensk (predvsem starejših, v to tehnologijo »nekultiviranih«), ki pa so zgolj manj pogumne, ne pa tudi manj sposobne.

4.3 Samozadostnost posameznikovega položaja ali strah pred tehnološkim determinizmom

Facebook za razliko od mladih starejši neuporabniki ne vidijo kot edinega učinkovitega sredstva promocije, saj obstajajo tudi boljše alternative (o tem sodijo tisti najbolj ambiciozni, katerih poklic je vezan na doseg širokega spektra potrošnikov), lahko pa Facebook vidijo kot

trenutno najučinkovitejše sredstvo nadzora. S svojim življenjskim stilom ne tvegajo ničesar, saj jim uporaba Facebooka ne bi ničesar drastično spremenila; v življenju so si že nakopičili svoj socialni kapital, ki jim je dosegljiv brez pomoči spleta. Razumejo, da se tehnologija razvija, in je njeno poznavanje za mlade preprosto nujno (kot je bila za njih npr. televizija ali še celo mobilni telefon), vprašanje pa je, ali je Facebook res tista nujna stran, brez katere bi bil svet drugačen in nepovezan. Zdi se jim, da gre le za učinkovit način vodenja ovčic v tem prosojnem sistemu, kjer ni več jasne meje med javnim in zasebnim, in kjer človek ni več tisto, kar je bil.

Trdno mnenje, da je življenje brez tovrstnih spletnih orodij, kot je Facebook, popolnoma možno, imajo vsi, tehnologijo kot tako pa predvsem moški vidijo kot učinkovit podaljšek človeške ambicioznosti in želja, ne pa kot nekaj, brez česa bi vse skupaj propadlo. Ženske na ta nov povezovalni aparat gledajo bolj površinsko, manj dojemljivo za tehnološke novosti, a se zavedajo njegove prisotnosti – kar jih po eni strani plaši ali mami.

5 Zaključek

Socialni kapital je v osnovi izjemno kompleksen fenomen, čeprav sprva lahko izpade povsem jasen in lahko pridobljiv. Posameznik v življenju brez njega ne more (vsaj ne uspešno) funkcionirati, zato nenehno išče načine, kako pridobiti čim večja in trdnejša omrežja poznanstev. Facebook kot orodje hitrega povezovanja posameznikov v omrežja je iz prvotno komunikacijskega orodja med obstoječo skupnostjo prerasel v strateško tržno in politično tehnologijo, ki obljublja več, kot pa na koncu da. Strani spletnih socialnih omrežij so prerasle v komercialno mainstream formo, kamor se posamezniki povezujejo iz gole radovednosti, strahospoštovanja do tehnologije ali pač »kar tako«. Opirajoč se na predhodne empirične raziskave in opravljeno študijo o neuporabnikih strani spletnih socialnih omrežij lahko potrdim svojo drugo hipotezo, da neuporabniki Facebooka ne uporabljajo tudi zaradi vseh nejasnih ali celo negativnih pravil, zahtev in zank. Še posebej se skeptičnost do teh novih tehnoloških pojavov pojavlja pri ženskah in starejših generacijah, ne nazadnje pa v samem sistemu nekateri vidijo celo učinkovito manipulativno sredstvo nadzora, ki nad uporabnikom izvaja simbolno nasilje. Neuporabniki ne čutijo pritiska, da bi kaj zamujali, ali bili manj »socialno bogati«. Prej se čutijo bogatejše in svobodnejše, ker niso del Facebook omrežja, in menijo, da so njihovi drugi načini pridobivanja resursov, poznanstev in nasploh socialnega kapitala boljši, ter da so s tem, ko niso na Facebooku, manj zaslepljeni in bolj realno-kritično

gledajo na svet. Ob tem imamo v mislih ugotovitev danske študije, da načrtni neuporabniki niti nimajo interesa po uporabi tovrstnih tehnoloških sistemov.

Neuporabniki se od uporabnikov Facebooka razlikujejo v tem, da socialni kapital črpajo izven spleta, in je zaradi tega tudi trdnejši (vezi so močne, polne zaupanja ipd.). Uporabniki v njihovih očeh na Facebooku ne pridobijo enakih resursov, obenem se lahko pretvarjajo, pravzaprav pa so tam le zato, da izgubljajo čas, po drugi strani pa se nad njimi izvaja sistematičen nadzor. Bolj ko so strani spletnih socialnih omrežij popularne, bolj se izgublja smisel vrednot, pristnega medosebnega stika in individualne svobode ter zasebnosti. So pa neuporabniki pogosto razumljeni kot družbeno izključeni, a obstajajo tisti, ki se načrtno izključijo in tisti, ki le (še) niso del omrežij. Socialni kapital je torej odvisen od naših osebnih predispozicij in interesov, ter dovzetnosti za tehnološke novosti. Ugotovimo, da je Facebook lahko učinkovito orodje za doseg množice (v smislu propagandnega dometa ipd.), a ne edino in ne nujno najboljše, le trenutno najpopularnejše (le počakati je treba, da mine, in ga nadomesti kakšen drug pristop). Ima svoje pozitivne plati, a nikakor ni edina prava izbira – morda le v kombinaciji z ostalimi načini komuniciranja – in nikakor nam nevpletenost v Facebook ne determinira življenja, če smo aktivni na drugih področjih. Tehnologijo razumemo zgolj kot podaljšek telesa, ki ne more nadomestiti realnosti.

Intervjuvani neuporabniki spadajo glede na dansko študijo neuporabnikov med tehnološko nezainteresirane, obenem so ponosni na svojo drugačnost in celo uporni, ko pride do vprašanja osebnega Facebook profila. Facebooka ne zavračajo, ne strinjajo se le z vedenjem njegovih uporabnikov, s čimer ciljajo na pojav javne zasebnosti. Po Gregerjevi kategorizaciji pa so izbrani neuporabniki zavestno izključeni, zato se tudi ne čutijo prikrajšane za morebitne priložnosti in oblike družbenosti. Po odgovorih sodeč se z Gregerjem strinjam, da je neuporabnikom tuj uporabniški kontekst in Facebookov način komuniciranja. Posledično se namesto Facebooka poslužujejo tradicionalnih oblik komuniciranja (po telefonu, elektronski pošti ipd.). Navkljub tem vzporednicam pa je v nalogi nekaj omejitev. Največji primanjkljaj je viden v empiričnem delu, kjer so odgovori intervjuvanih vseeno preveč različni, da bi lahko potegnili trdne zaključke. Študijo se da izboljšati s fokusiranjem bolj na posameznikov splošen odnos do nove tehnologije – saj ni Facebook edino orodje, ki ga neuporabniki ne uporabljajo – ter na vprašanje javno:zasebno. V empiričnem delu je pri tej tematiki potrebnih več mladih intervjuvanih, ki »odraščajo« s Facebookom, saj imajo manj težav z razumevanjem novih komunikacijskih tehnologij kot starejše generacije in posledično manj odpora. Boljše rezultate bi dobili tudi z diskusijo v okviru fokusne skupine načrtnih

neuporabnikov, saj je iz včasih nejasnih odgovorov razbrati, da je neuporaba lahko prej alternativni trend ali strah pred vidnostjo kot pa motivirana izbira.

Literatura

1. Andrejevic, Mark. 2011. Social Network Exploitation. V *Networked Self: Identity, Community and Culture on Social Network Sites*, ur. Zizi Papacharissi, 82–102. New York: Routledge.
2. Bambina, Antonina. 2007. *Online social support: the interplay of social networks and computer-mediated communication*. Youngstown, New York: Cambria press.
3. Boesen, Jeanette, Mie Nygaard, Kasper Juul Sørensen, Camilla Lützhøft Stahlschmidt in Vita Thomsen. 2011. *Making a Statement or Missing Out: An Exploration of Non-Use of Facebook Among Danish Student*. Dostopno prek: <http://camillastahlschmidt.com/itu/wp-content/uploads/shortpaper.pdf> (15. avgust 2012).
4. Bourdieu, Pierre. 2006. Politika globalizacije. V *Načela za reflektivno družbeno znanost in kritično preučevanje simbolnih dominacij*, ur. Taja Kramberger in Drago D. Rotar, 213–216. Koper: Založba Annales.
5. Bourdieu, Pierre in Loic Wacquant. 2006. Govorica, spol in simbolno nasilje. V *Načela za reflektivno družbeno znanost in kritično preučevanje simbolnih dominacij*, ur. Taja Kramberger in Drago D. Rotar, 87–124. Koper: Založba Annales.
6. boyd, dannah m. in N. B. Ellison. 2007. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication* 13 (1): 210–230.
7. Castells, Manuel. 2000. *The Rise of the Network Society*. Singapore: Blackwell Publishing.
8. Delanty, G. 2003. Virtual Community. Belonging as communication. V *Community*, ur. Gerard Delanty, 167–185. London: Routledge.
9. Dellaporta, Aspasia. 2007. Web Accessibility and the Needs of Users with Disabilities. V *Advances in Universal Web Design and Evaluation: Research, Trends and Opportunities*, ur. Sri Kurniawan in Panayiotis Zaphiris, 1–24. Hershey: Idea Group.

10. Ellison, Nicole B., Charles Steinfield in Cliff Lampe. 2007. The Benefits of Facebook »Friends:« Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication* 12 (4): 1143–1168.
11. Ellison, Nicole B., Cliff Lampe, Charles Steinfield in Jessica Vitak. 2011. With a Little Help From My Friends. How Social Network Sites Affect Social Capital Processes. V *Networked Self: Identity, Community and Culture on Social Network Sites*, ur. Zizi Papacharissi, 124–145. New York: Routledge.
12. Fuchs, Christian. 2008. *Internet and Society; Social Theory in the Information Age*. New York: Routledge.
13. Greger, Sebastian. 2010. *The Absent Peer – Non-users in Social Interaction Design*. Aalto University, School of Art and Design, Helsinki, Finland. Dostopno prek: <http://www.sebastiangreger.net/wp-content/uploads/2010/11/Sebastian-Greger-The-Absent-Peer.pdf> (15. avgust 2012).
14. Hargittai, Eszter in Yu-li Patrick Hsieh. 2011. From Dabblers to Omnivores. A Typology of Social Network Site Usage. V *Networked Self: Identity, Community and Culture on Social Network Sites*, ur. Zizi Papacharissi, 146–168. New York: Routledge.
15. LaRose, Robert, Junghyun Kim in Wei Peng. 2011. Social Networking. Addictive, Compulsive, Problematic, or Just Another Media Habit? V *Networked Self: Identity, Community and Culture on Social Network Sites*, ur. Zizi Papacharissi, 59–82. New York: Routledge.
16. Lenarčič, Blaž. 2010. *Socialni kapital v virtualnih skupnostih*. Koper: Univerzitetna založba Annales.
17. Norris, Pippa. 2004. The Bridging and Bonding Role of Online Communities V *Society Online: The Internet in Context*, ur. Philip N. Howard in Steve Jones, 31–41. London: Sage.
18. Oblak, Tanja. 1998. Miti v slikah in podatkih: Moderna tehnologija skozi žensko in moško optiko? V *Internet v Sloveniji [projekt RIS '96-'98]*, ur. Vasja Vehovar, 238–256. Izola: Desk.
19. Papacharissi, Z. 2009. The virtual geographies of social networks: a comparative analysis of Facebook, LinkedIn and ASmallWorld. *New Media & Society* 11 (1–2): 199–220.

20. Parks, Malcom R. 2011. Social Network Sites as Virtual Communities. V *Networked Self: Identity, Community and Culture on Social Network Sites*, ur. Zizi Papacharissi, 105–123. New York: Routledge.

Priloge

Priloga A: Vprašanja za intervjuvance

- Zakaj nimate Facebooka?
- V katero skupino neuporabnikov bi se uvrstili – a) do Facebooka nimate dostopa, b) Facebook vam v življenju ne da nič novega in dobrega, c) ga ne marate, d) se vam ga ne ljubi imeti – zahteva preveč pozornosti e) drugo...?
- Koliko oz. kaj veste o Facebooku (kaj je, čemu služi, kako deluje...)?
- Kaj menite o besedi »prijateljstvo« na Facebooku?
- Kaj pa dejstvo, da nekateri na Facebooku najdejo partnerja – kakšno je vaše mnenje o tem?
- Ste del katerega drugega spletnega socialnega omrežja ali skupine?
- Zanima me vaša internetna praksa – kaj počnete na internetu in koliko časa dnevno?
- Imate morda najljubše spletne strani, forume ipd.?
- Kaj pa sicer vaša splošna raba medijev, kateri je vaš »najljubši« medij (radio, TV, tisk...) in zakaj?
- Kje se dnevno informirate – na spletu ali drugače? Če se na spletu, povejte kje...
- Bi lahko živeli brez interneta?
- Kaj menite, da Facebook prinese nekemu njegovemu strastnemu uporabniku, česar vam ne more?
- Če bi imeli osebni profil na Facebooku, kako (pristno) bi se predstavljali drugim, in kakšne stike bi imeli na seznamu prijateljev?
- Kaj mislite, da so pozitivne lastnosti Facebooka?
- Kaj mislite, da so negativne lastnosti Facebooka?
- Koliko ste seznanjeni s Facebookovimi pravili, oz. politiko delovanja? Vidite morda v vsem tem kakšno obliko nadzora množice? Kaj menite o tem, da so (skoraj) vsi na Facebooku vpisani pod lastnim imenom in priimkom, in tam z drugimi delijo osebne informacije?

- Katere so vaše nespletne/zunajspletne dejavnosti? Ste morda član/-ica katerega društva, organizacije... ?
- Če ste član katerekoli organizacije, zveze, društva ipd., me zanima, ali ima ta vaša zveza/organizacija/društvo Facebook profil?
- Kaj je boljše: Twitter, Myspace, Youtube ali Facebook? In zakaj (po vaše)?
- Kako pa gledate na učinkovitost promocije prek Facebooka? Se vam morda zdi Facebook najučinkovitejše sredstvo promocije?
- Bi za svojo organizacijo/društvo/zvezo/firmo napravili profil na Facebooku? Če da, zakaj torej osebnega ne?
- Se vam zdi, da bi s Facebookom lahko imeli več poslovnih priložnosti kot pa zdaj, ko ga nimate?
- Menite, da obstajajo poklici ali starostne skupine (npr. mladi), ki brez Facebooka ne morejo delovati? Kaj pa mladi v OŠ – povežite to npr. z evforijo mobilnega telefona?
- Se vam zdi, da ste brez Facebooka na neki način svobodnejši in neodvisnejši?
- Se vam zdi, da kaj zamujate, ali da česa ne izveste pravočasno, ker nimate Facebooka?
- Se vam je že morda zgodilo, da bi prijatelji ali sodelavci zaradi Facebooka zapostavili medosebni stik, in se skušali preprosto vse pomeniti prek spleta (Facebooka)?
- Če vam delodajalec reče, da morate imeti svoj Facebook profil, bi ga napravili? Bi se vam zdela to nekakšna prisila, način obvladovanja posameznika?
- Kakšna sklepna misel o Facebooku?
- Boste Facebook v prihodnosti imeli?
- Kako bi se v petih besedah opisali – kakšna oseba ste oz. kako vas vidijo drugi?
- Navedite prosim še nekaj socio-demografskih informacij – poklic, izobrazba, količina poznanstev (npr. prijatelji in sodelavci iz tujine ali zgolj iz SLO), zanimanje za kulturo, hobiji...

Priloga B: Prepis intervjujev

Priloga C: Odgovori intervjuvanke Ane

- Zakaj nimaš Facebooka? Me ne zanima.
- V katero skupino neuporabnikov bi se uvrstila – nimaš dostopa do njega, ti ne prinese nič dobrega oz. imaš že vse kar potrebuješ brez njega, ga ne maraš ali se ti ga ne ljubi imeti?

Ne vem, mogoče neki med drugo, tretjo, pa četrto možnostjo. Ne vem, se mi zdi po eni strani da, je tm tok enga sranja...ratal tko s Facebookom. Se mi zdi da mam kontakte s tistimi ljudmi, s katerimi hočem met že itak po telefonu. ..se zmenš tist kar se rabš. Pa se mi zdi ful nepotrebno metanje cajta stran, da se menš stvari po Facebooku, namest d bi šov vn pa neki uživu, se menu, pa tko. Ne vem, nekak nočm da bi mi ta internet nadomestiv normalne stike z ljudmi.

- Koliko veš o Facebooku? Ja neki vem.. tist kar slišš, pa se drugi pogovarjajo. Vem da je to neko omrežje, na katerem pol potrdiš neke prijatelje, pa loh se tm dopisuješ, pa slike gledaš od enga družga....
- Kam meniš o besedi »prijateljstvo« na Facebooku? Bullshit. Gre za več unih, k jih že itak poznaš - za take s kerimi si prjatu pa itak najdeš čs pa energijo, da dobiš tko u živo, kukr pa da se menš na internetu
- Druga socialna omrežja ali spletne skupine? Ne edin mejl
- Internetna praksa – kaj počneš na internetu in koliko časa? Na internetu ubistvu samo tist kar je nujno, kar je treba za fax poiskat kakšne stvari pa tko...pol npr. stran od konjeniške zveze največ uporabljam, ker se mormo za tekme prjavlat prek interneta, pa loh tut rezultate pogledaš...pa za youtube edin... tm nalagam kake posnetke od naših konjev gor edin, pa musko tm poslušam. Včasih tut kak dan sploh nisem gor – odvisno kok je nujno za fax.
- Kaj pa novice? Nč (ne spremlam). Kaj meniš o novicah na fb vs. Drugih straneh? Na fb lahko pride ful do popačenja, ker vsak mal pove tist kar misl, al pa še mal doda, ne pove...
- Bi lahko živela brez interneta? Ja, sploh če neb blo treba na fax hodt.
- Kaj misliš da Facebook lahko nekemu obsedencu prinese, kar tebi ne more? N vem, neko samozadovoljitev, da ma filing, čeprov cev cajt not ždi, da ma ful družabno življenje. Ubistvu gre za nek pobeg (od realnosti); zarad tega ker tut če ti tm si pa si realno pišeš, te uresnic ni tm.
- Nekdo ti je všeč, pa se v realnosti ne upaš pristopiti do njega, ali bi ti bilo na Facebooku to lažje? Ne., kar bi si upala v realnem življenju, bi si upala tudi na spletu in obratno. Jaz ravno zarad tega nimam fb, ker če bi mi biv to nek lažji način spoznavat folk, bi si ga vrjetn nardila ja. Čeprov itk ni namenjen za spoznavat nov folk, ampak te dodajajo tisti k te že poznajo... včasih te doda kdo, k ma minimalne šanse da ga sploh kdaj v resnic vidš al pa hočš vidt.

- Kaj misliš da so pozitivne lastnosti Facebooka? Mogoče za ljudi ki jim je dejansko problem v javnosti stopt do koga al pa se kej tko ment, pogovarjat... pa če si bolan mogoče in ne morš vn, da maš vsaj nek kontakt pa tko.
- Pa negativne posledice? Ja, da ful cajta zabiješ za čist kr neki. Nekak rataš obseden s tem, kj ljudje ti komentirajo tiste slike, pa da ti neko drugo svojo podobo kažeš, kukr v realnosti si. To se mi ne zdi v redu.
- Kaj pa dejstvo, da nekateri na Facebooku najdejo partnerja? (nekoliko sarkastično) Ja supr; Dobr za njih ane. Bi ga ti lahko? Ja ne vem.. to je lahko čist tak splet naključij, da te en doda, postaneš prjatu....ne vem no...
- Kaj pa Facebookova pravila – koliko v njih vidiš nadzor? Zdi se mi prov, da so neka pravila...vendar me moti, da je v sistem lahko pridt, iz njega pa težko ali sploh nemogoče. Se mi zdi prov, da so neke omejitve pa vse skupi...
- Tvoja splošna raba medijev? Televizija največ, radio,.. časopisov skor da ne berem.
- Najljubše spletne strani, forumi ipd.? fdv spletna stran (smeh), ne n vem, Youtube mi je tko fajn (da gledam spote), pa konjenski zveza slovenije.
- Zakaj youtube ja, Facebook pa ne? Ker tm poslušáš musko... jz si ne znam to zlovdat z nekje, tuki pa hitr najdeš, pa še vrže ti vn cev kup komadov k so podobni... lah ti daš tut čist za posel gor pa je. N vem tiste svoje posnetke daš gor, pa npr. v nemčiji to gledajo,pa maš hitr kake kontakte loh pa tko..
- Si del kakšne zunajspletne dejavnosti, skupine, društva? Ja ta konjenski zveza, oz. športno društvo Titani, Ljubljana – konjenski klub, ki se mu reče društvo, ker je zraven še dejavnost – tenis registriran.
- Ima ta vaša zveza Facebook profil? Ja mislm, da je nardila neki, pa to je ok, ker je tko organizacija bolj vidna, organizacijo pa ti nekak morš promovirat.
- Twitter vs. Facebook? Twitterja lih neki ne poznam... a je to kt nek blog k pišš? Lej se mi zdi da za une, k hočjo skos sebe neki promovirat, pa da drugi vse vejo kaj delajo, nej, sam...
- Se ti zdi torej Facebook kot najučinkovitejše sredstvo promocije? Glih zrd tega k je tok ljudi gor, ja.
- Torej bi za svojo firmo npr. napravila profil na Facebooku? Ja za to ja, sam osebnega pa ne.
- Se ti zdi, da bi s Facebookom lahko imela več poslovnih priložnosti, kot pa zdaj ko ga nimaš? Odvisn spet od tega,kakšne ljudi ti potrjuješ, pa kako sebe tm prikazuješ. Če se npr.

kažeš kot nekga od fukanga žurerja, pa daš vse slike z vseh partijev možnih, pa si ves čudn na njih, pol itak ne. Če pa ti paziš kaj daš gor, pol pa ni tak problem. Sam problem so pa spet drugi, ki dajejo tvoje slike gor. Jaz da bi si zdele naredila fb profil, mela bi že milijon fotk gor (od drugih).. in lih to mi gre na živce. Pol morš pa skos spremlat te slike, pa javlat unmu nej ti skensla tisto sliko pa n vem kaj še vse...čist tumač mi je to no.

- Se čutiš kaj prikrajšano, da so vsi na Facebooku, ti pa ne? Ne, itak zveš kar je novga prej al slej.
- Kaj pa mladi v OŠ ipd.? ja to je pa vrjetn, da si kr čudn, če nimaš fb, pa ne bi smel tko bit.
- Se ti zdi, da si brez Facebooka svobodnejša in je biti brez fb dejanska svoboda danes? Ja po eni strani je. Sam veš kok je pa folka, k ti skos govori, ja zakaj pa ti nimaš fb...pa dj si ga nared. Ma fuck-off, kaj pa čš vedt, upraš me pa je. Mi smo v oš mel mobitele, samo to je drugo, to je velik bolj osebno. Če hoče kdo mojo številko da bi z mano kontaktiru, bo prašu mene zanjo (pa če bom hotla mu jo bom dala) , al mu jo bo dav pa en drug,pa ga bom prašala, kje s pa številko dobu, pa bo mogu neki pojasnt. Tle pa skos en firbca, k da bi men tle en msge brav po telefonu.
- sam v oš ga pa skor da morjo met, ker sprav več ljudi na eno mesto.. ampak za to pa rabš osebni profil. Za promocijo pa je fajn, ker je tko lažje in bolš, pa sej ne daš sebe gor, pazš, kaj daš, da promoviraš...
- Se ti zdi da kaj zamujaš, da česa ne zveš, ker nimaš Facebooka? Ja to je itak dobr, da kej zveš. Ampak sej, če hočš boš že zvedu, sej maš pa druge prjatle, k ti loh povejo. Če so pravi prjatli, ti bodo že povedal, če pa ne, jih pa itak ne rabš.
- Se ti je zgodilo, da bi prijatelji zaradi Facebooka zapostavili medosebni stik? Ma to glih ne, edin to k so zdej ti napredni telefoni, sediš na kavi, pa cev cajt na fb visi. To se mi zdi pa tko debilno, ..
- Če ti delodajalec reče, da Facebook moraš imeti, kaj bi storila? Zdel bi se mi glupo, sam če bi blo res nujno pol ga mogoče maš ... sam pol bi si dala poleg imena pa priimka še neki zavravn. Npr. pomišljaj naziv, al pa zvezdico al pa neki...da me ne bi lih vsak povezu
- Kaj meniš o tem, da Facebook »zahteva« ime in priimek? Ma to se mi zdi v redu.
- Ne vidiš v tem nadzora? Ja sej, a ni glih fora v tem, da te tko lažje najdejo... možn pa da je oboje – tut za nadzorovanje posameznikov, eno ne gre brez družga. Sam težko bi blo iskat enga z vzdevki..
- Sklepna misel o Facebooku? Lah je fajn, lah ti pa probleme povzročā.

- Ga boš v prihodnosti mela? Ne.
- Kako bi se v 5 besedah opisala? Flegmatik, športnica, sproščena, pozitivna, za žurat, introvertirana (bolj premišljena).

Priloga Č: Odgovori intervjuvanke Marije

- Zakaj nimate Facebooka?

Zato, ker svojih osebnih podatkov ne maram dajat v javnost, in ne želim da vsi o meni vejo vse.

- V katero skupino neuporabnikov bi se uvrstili – a) do Facebooka nimate dostopa, b) Facebook vam v življenju ne da nič novega in dobrega, c) ga ne marate, d) se vam ga ne ljubi imeti – zahteva preveč pozornosti e) drugo...? Zdi se mi dost pomemben v poslovnem življenju, v privat pa ne, zato ga u bistvu ignoriram na nek način. Preprosto ga ne rabm in nočem, kar mi je na nek način še všeč.

- Koliko oz. kaj veste o Facebooku (kaj je, čemu služi, kako deluje...)? Kaj pa vem, vem sam to da je tm hitra in brezplačna komunikacija, hitr vse zveš o vseh. Ljudje se pa preveč izpovejo na Facebooku – namest da bi ga uporablal zgolj v poslovne, ga pa za osebne stvari. Facebook je zdr teh bedarij bl za mlade, nažalost niti ni za poslovne ljudi... al pa je, pa jz tega ne vidm tko. Zdi se mi, da si tm loh ves ugled uničš, če ne pazš kaj daješ gor.

- Kam menite o besedi »prijateljstvo« na Facebooku? Jz recimo ne bi iskala prijatla na facebooku, jz prijatle iščem na 4 oči, ne pa prek interneta. To je elektronika, ne pa prjatu. Še une k jih od prej poznaš, nimajo tm prijateljstva – to niso več tvoji osebni prijatli, ker se tm pač ne menš osebnih zadev, vsaj jz se nebi.

- Kaj pa dejstvo, da nekateri na Facebooku najdejo partnerja – kakšno je vaše mnenje o tem? Katastrofa. Jz sama ga neb iskala, o drugih pa ne morm govort. Lih to je problem pomoje, ker pol najdejo neznanca, psihopata... pa tam je cev kup lažnivih profilov, loh pride tud do kriminala. Ljudje preveč povejo na spletu, kar pa dans ni več dobr.

- Ste del katerega drugega spletnega socialnega omrežja ali skupine? Ne, ker pač vse tretiram isto, od Facebooka do Twitterja, do ne vem česa vse; in pač tega ne uporabljam, ne maram, in se pač samo umaknem.

- Zanima me vaša internetna praksa – kaj počnete na internetu in koliko časa dnevno? Na internetu sem samo službeno, pogledam tudi če so kake zame pomembne informacije iz glasbenega področja, marketinga... cca. 3 ure na dan.

- Imate morda najljubše spletne strani, forume ipd.? 24ur.com, zaradi čist splošnih pa hitro dosegljivih novic, pa mogoče youtube.
- Kaj pa sicer vaša splošna raba medijev, kater je vaš »najljubši« medij (radio, TV, tisk...) in zakaj? Časopis, ker rada berem tko da ga lepo razgrnem prek mize in mi je to najlaži in največji užitek.
- Kje se dnevno informirate – na spletu ali drugače? Če se na spletu, povejte kje... drugače – prek časopisa, pa prek radija (val 202), pa če mam čas še prek televizije.
- Bi lahko živeli brez interneta? Komot.
- Kaj menite, da Facebook prinese nekemu njegovemu strastnemu uporabniku, česar vam ne more? Velik stvari – vse zve, kar je za njega dobr.. pa še svoje intimne stvari, o poslu pa vsem na internet polaga. Ampak tut tisti k nimamo facebooka loh to vidmo, oz. zvemo. Jz ga ne maram, ker moje stvari niso za na splet.
- Če bi imeli osebni profil na Facebooku, kako (pristno) bi se predstavljali drugim, in kakšne stike bi imeli na seznamu prijateljev? Ne bi imela svoje fotografije, niti podatkov, le ime in priimek, brez naslova,.. enostavno brez osebnih podatkov. Zberala bi pa sam tiste k jih že tko poznam, ne pa kr ene.
- Kaj mislite, da so pozitivne lastnosti Facebooka? Ne vem, mogoče nekaterim pomaga na poslovnem področju – si najdejo službo, ali pomagajo pri napredovanju... si najdejo prijatle... sam jz si jih ne bi.
- Kaj mislite, da so negativne lastnosti Facebooka? So pa te, da ljudje preveč povejo, preveč so odprti in se kr cevnu spletu razgaljajo tm na facebooku in pol pride do vlomov, kriminala, zlorabe podatkov...
- Koliko ste seznanjeni s Facebookovimi pravili, oz. politiko delovanja? Vidite morda v vsem tem kakšno obliko nadzora množice? Kaj menite o tem, da so (skoraj) vsi na Facebooku vpisani pod lastnim imenom in priimkom, in tam z drugimi delijo osebne informacije? To ni ok, čeprov se najdejo ljudje z istimi imeni in priimki, tko da to ni zagotovilo. Kaj pa vem, verjetno je res ta sistem nekak z namenom, sam upravljajo ga pa ljudje s svojimi podatki. Ne vem kdo in kako nj bi nadziru, ampak so pa ljudje dost butasti, da se tm razgaljajo in valda so pol ranljivi in se jih prej da uničt. Informacije so dons moč, in več k skriješ neprijetnga o seb, bolš ti bo, vrjamm pa da se lahko pa tut »prodajajš«.
- Katere so vaše nespletne/zunajspletne dejavnosti? Ste morda član/-ica katerega društva, organizacije... ? Ne, nič, res pa je, da mam posel, ki mi vzame velik časa in služi tud kot hobi.

- Če ste član katerekoli organizacije, zveze, društva ipd., me zanima, ali ima ta vaša zveza/organizacija/društvo Facebook profil? ne, v resnici ga tudi naša firma ni mela do kazga mesca nazaj, pa še zdaj se mi ne zdi da bi profil kaj spremenil zadevo. Nardil smo ga samo zato, da jih več izve, pa se obesjo gor, ker delamo večji koncert v decembru.
- Kaj je boljše: Twitter, Myspace, Youtube ali Facebook? In zakaj (po vaše)? Youtube, ker mi druge stvari ne pridejo nič prav.
- Kako pa gledate na učinkovitost promocije prek Facebooka? Se vam morda zdi Facebook kot najučinkovitejše sredstvo promocije? Ja, ravno zaradi tega pa ima naše podjetje zdej profil. velik ljudi klika na profil, potem pa veš vsaj približno kakšen bo obisk na koncertu. Dobra reklama je, ker velik ljudi uporablja facebook. In če rabš dobit maso ljudi na enem mestu je to to.
- Bi za svojo organizacijo/društvo/zvezo/firmo napravili profil na Facebooku? Če da, zakaj torej osebnega ne? Smo ga mogli. Zase pa ne, ker se ne rabim promovirat.
- Se vam zdi, da bi s Facebookom lahko imeli več poslovnih priložnosti kot pa zdaj, ko ga nimate? Ne, v nobenem primeru – ne osebno, ne poklicno. Tm ni nič resnega, se sam bedarije pogovarjajo, edin to je, da je tm množica in vsi so radovedni.
- Menite, da obstajajo poklici ali starostne skupine (npr. mladi), ki brez Facebooka ne more delovati? Kaj pa mladi v OŠ – povežite to npr. z evforijo mobilnega telefona? Absolutno, mladi ste obsedeni s facebookom, ampak predvsem tm od 15 do 20 letni, redki si pa dejansko iščejo službe na tak način pa to. V javnosti ne upajo, na facebooku pa vse. To da pa mladi pretiravajo s tem je pa napaka. Marsikdo nima denarja da bi omogoču otroku dostop do računalnika, zato se ne sme zahtevati, da mladi obvladajo in uporabljajo te stvari.
- Se vam zdi, da ste brez Facebooka na nek način svobodnejši in neodvisnejši? Točno tako.
- Se vam zdi, da kaj zamujate, ali da česa ne izveste pravočasno, ker nimate Facebooka? Ne, saj so druge stvari, internet oz. facebook ni edin medij.
- Se vam je že morda zgodilo, da bi prijatelji ali sodelavci zaradi Facebooka zapostavili medosebni stik, in se skušali preprosto vse pomeniti prek spleta (Facebooka)? Ne.
- Če vam delodajalec reče, da morate imeti svoj Facebook profil, bi ga napravili? Bi se vam zdela to nekakšna prisila, način obvladovanja posameznika? Ne, bi pač iskala službo drugje, saj ne dovolm, da se kršijo moje osebne preference, ki nimajo nobene veze s tem kako učinkovita sm v službi. To je velika prisila, če to dejansko kdo zahteva, sam se mi zdi, da tok pa še ne kršjo osebnih pravic.

- Kakšna sklepna misel o Facebooku? Ne.
- Boste Facebook v prihodnosti imeli? Osebnostno ne, kar pa se tiče podjetja pa ja, sam ne bom pa noro spremlala kaj se dogaja tam.
- Kako bi se v petih besedah opisali – kakšna oseba ste oz. kako vas vidijo drugi? Čustvena, prijazna, komunikativna, odločna, trmasta.
- Navedite prosim še nekaj socio-demografskih informacij – poklic, izobrazba, količina poznanstev (npr. prijatelji in sodelavci iz tujine ali zgolj iz SLO), zanimanje za kulturo, hobiji... sem administrativni referent al kaj že. Ne, sej veš, pri našem poslu morš znat vse – konc koncev je to kot s.p.. Poznanstva – kar se posla tiče ogromno, osebnostno pa pač tiste bližnje, ki jih imam rada. Rada se učim, vsega, saj veš, formalna izobrazba je včasih prej omejitev kot bonus, sama se brez diplome priučim vsega.

Priloga D: Odgovori intervjuvanke Irene

- Zakaj nimate Facebooka? Facebooka pa nimam, ker se mi zdi,... am provzaprov, ker mi ni všeč, da bi neka svoja razmišljanja delila kr z vsemi. Oz. s tistimi, s katerimi jih delim, lahko povem tako, in se mi ne zdi potrebno to počet prek Facebooka.
- Koliko oz. kaj veste o Facebooku (kaj je, čemu služi, kako deluje...)? Provzaprov o Facebooku vem toliko, da se pač registriraš, da se na FB lahko predstaviš, komuniciraš s svojimi tistimi, ki želiš –»prijatelji«, daš na FB tut kakšne svoje fotografije, dogodke iz svojga življenja ipd.; no ampak to se men provzaprov po računalniku ne zdi primerno.
- Kam menite o besedi »prijateljstvo« na Facebooku? Ja ne vem, si ne znam predstavlat, kakšna naj bi ta prijateljstva bla. Recimo, če je nekdo že moj prijatelj, potem bi tudi tam, če pa bi imela FB za sklepanje novih prijateljstev, pa zna bit to zlo vprašljivo, saj ti lahko tm napišš marsikej. Ta pisana beseda marsikej prenese in n vem če si lahko 100 procenten, da je to res ta oseba za katero se predstavlja, če ma res take lastnosti kot jih opiše na FB ipd.
- Menite torej, da ima večina FB, da ustvarja na nek način lažno identiteto? Ne, jz mislm, da mogoče eni težko vzpostavljajo osebni kontakt, računalnik pa jim je en umesni faktor, s katerim pa lažje tako nedirektno komunicirajo. To so ljudje, ki se mogoče težje osebno pogovarjajo pa navezujejo stike... imajo s tem nekak problem bi jz rekla. Pa mogoče danes ta čas ni časa. Ljudje so v službi pa domov, al so pa tko zabarikadirani al s službenimi ali pa še z drugimi obveznostmi, da pol ni nezga časa, da bi nekam hodil pa navezov te stike

fizično.. računalnik je pa doma.. na dolgi rok je pa to za ene velik problem. Ene je tako potegnil noter, da ne morjo več vn.

- Kaj pa menite o tem, da je FB že skoraj postal nuja v OŠ? Jz mislm da je to pač najbrž zdej FB en višji način od elektronske pošte. Pač tehnologija gre naprej, verjetno mlade generacija bodo morale to sprejeti kot en del vsakdana, oz. stvari se tko odvijajo da bodo sprejel in mislm da mladi s tem nimajo težav. Določene stvari sprejmeš, določenih ne, sej, če bi jz bla prisiljena iz nekih službenih ali podobnih razlogov pol bi tut šla, ampak zgolj iz tega službenega, ne tisto kar je privatno.
- Če vam delodajalec reče, da morate imeti svoj Facebook profil, bi ga napravili? Bi se vam zdela to nekakšna prisila, način obvladovanja posameznika? Hvala bogu se zaenkrat lahko o tem (vprašanje osebnega profila) še sama odločam.. vendar to je grozno, da ti nekdo... lahko bi se zgodil, da bi država vsiljevala te stvari.
- Mislite, da je v FB torej kaj nadzora? Jz mislim, da ja, in to kar precej.. več kot si mogoče mislimo.
- Se vam zdi, da ste za kaj prikrajšani, da kaj zamujate, ali da česa ne izveste pravočasno, ker nimate Facebooka? Ne. Se mi zdi da je informacij že tko preveč ... jz na spletu preberem tut te novice, ki že tko krožijo, brez da se registriram. Registriran si že z mejlom, sej je že to dovolj, zadostuje... te imajo na neki kontroli – ko si enkrat na internetu, je to to. Mogoče kaka mlajša generacija, kaki poslovneži, za njih je to bolj pomembno, kot za mojo generacijo.
- Se vam zdi, da bi s Facebookom lahko imeli več poslovnih priložnosti, kot pa zdaj ko ga nimate? Ne, v tem kar delam ne. Verjetno pa mogoče nekateri ja. Ne izljučujem namreč, da nekateri lahko določene stvari prek FB uporabš v poslovne namene. Ampak to je spet vse tisto – posel pa privatno. Za posel je danes računalnik in vsi ti ipadi ipd. ampak neko privatno se mi pa zdi da to pa ne, n vem no. Facebook je fajn za promocijo, ampak dokler ni nekih teh podatkov – pa kaj je z otroci, pa n vem kaj.. v Ljubljani je to povezano tudi s kriminalom. Fb je idealna prilika za lopove da najdejo vse podatke, saj vedno tudi če ne govoriš direktno skoz debato lahko odkrijejo neke stvari. Men se to ne zdi pametno.
- Zanima me vaša internetna praksa – kaj počnete na internetu in koliko časa dnevno? Jz na internetu pogledam, preberem dnevno-informativne novice, rada tudi pogledam zanimivosti iz zabavnega sveta, potem pa samo še če kaj iščem , rabim za kak artikel... ne kupujem pa ne prek spleta, ker spet nočem dajat nekih svoji kartic in podatkov ipd. to da najdem, potem pa jaz nardim še vseeno en tel. Klic, dajat pa številke računa in tko se mi pa ne zdi.

- Kje se dnevno informirate – na spletu ali drugače? Če se na spletu povejte kje... Ja sej to kar ponujajo na spletu. Greš npr. na najdi.si, pa majo novice, pa majo slovenijo, pa majo tujino... Časopis pa bolj al manj samo Žurnal.. Delo smo odpovedal... se mi zdi da so tut časopisi že tko politični, da že več ne veš komu bi verjel.
- Ste del katerega drugega spletnega socialnega omrežja ali skupine? Imate morda najljubše spletne strani, forume ipd.? NE. NE.
- Katere so vaše nespletne/zunajspletne dejavnosti? Ste morda član/-ica katerega društva, organizacije... ? Zaenkrat ne, mogoče ko bom šla v pokoj, ko bo več časa, pa ko bom moža prepričala. Moja dva soseda hodta kt na neke plesne vaje (šolo) in je supr, se rekreiraš, pa si med ljudmi, pa glasba je ... to bi bla men zanimiva vrjanta.
- Vaše zanimanje za kulturo sicer? Ja za kulturo ja.. jaz tako ali tako delam tut v muzeju in se tm srečujem s kakimi muzejskimi stvarmi, kar se tiče naše slo etnografije. Delala sem tudi na festivalu, kjer sem se srečala tudi s klasično glasbo, kar je mene tko.. no če nardim primerjavo med to službo zdaj in festivalom, je bila tista služba na festivalu men velik bolj za dušo – tko raznoliko se je dogajal, tko da to mi je blo zlo...
- Bi lahko živeli brez interneta? Komot!
- Kaj menite, da Facebook prinese nekemu njegovemu strastnemu uporabniku, česar vam ne more? Kaj jaz vem.. mal težko razumem te stvari.. ta obsedenost mi ni blizu in jo težko razumem, zato ne vem kaj bi o teh ljudeh sploh rekla... če gledaš medije kot medije, npr. če kupiš Delo je to branje zelo intimno, FB pa lahko deliš z marsikom, oz. s komer želiš. Vendar pa je že sama predstavitev javna, n vem, nekateri imajo to javno, da ti niti ni treba se registrirat pa že vidš kdo in kaj ma na FB. Tko sm jz odkrila gor enga sošolca,kje živi in s čim se ukvarja. Verjetno, da sama komunikacija ni omogočena, vendar njegova predstavitev kot taka pa je bila vidna. Eni morda vstopajo v to, ker je moderno in mogoče lažje komunicirajo naprej, ker bi jim sicer manjkal del teme... ubistvu nimam nobenga posebnega mnenja o teh ljudeh. Nisem nikoli razmišljala o tem, ne pozitivno ne negativno, tko da ne vem. Mogoče kaka pozitiva je v tem, da če koga iščeš ga najdeš na FB, recimo da je to ena taka pozitivnih stvari... bomo vidl, kaj še bo, ta tehnika gre tko naprej da...
- Kaj pa mislite, da so negativne lastnosti Facebooka? Ja negativno se mi zdi to, kar je povezano s kriminalom in da nekdo npr. lahko v negativnem smislu uporab tvoje osebne zadeve – zloraba identitete. Npr. zadnjič mi je predsednik društva v kterga tut hodm pošilu nov mejl, ker da so mu ukradl identiteto, tko da iz tega ven! Drugič pa tut menim, da je moje

znanje angleščine premajhno za te računalniške zadeve, ker se na tem internetu vsiljuje marsikej in če ne znaš dobr jezika, se ti lahko tut kaj zgodi s tega vidika no tko da..

- Pravila FB – kaj menite o njih? Morm rečt, da jih niti čist dobr ne poznam; vem da se morš registrirat, da je brezplačen, ne vem pa kakšna so vsa podrobna pravila...
- Je kdo od vaših prijateljev zanemaril medosebni stik? Ne, mislm da ne, ne. Se mi zdi, da mam jz tut bl take prjatle pa znance, k nočjo bit na FB.
- Kaj menite o tem, da so (skoraj) vsi na Facebooku vpisani pod lastnim imenom in priimkom, in tam z drugimi delijo osebne informacije? To se mi zdi spet ena taka... hm, to je po eni strani razumlivo, saj bi v primeru, da bi bili sami vdevki bilo še več zlorab. Da bi se nekdo predstavlu za nekoga družga, kar on je in počev še marsikej... mislm da tut to, da ti daš podatek ime in priimek ni 100 procentna garancija oz. kontola tega kar si povedu. Imaš namreč lahko zelo podrobne podatke od nekoga in se pretvarjaš pod tem imenom... ubistvu internet je dostopen od vsepovsod tko da... tist k hoče komunicirat z drugim in obratno, verjetn hočta vedt da sta, po drugi strani pa... tu je pa ta kontrola državna pomoje.
- Boste Facebook v prihodnosti imeli? Ne, mislm da ne, ne verjamm. Razen n vem, če ne bo država napravila kakšno zadevo.. npr. da bo plačevanje kakih obveznosti vezano na FB. Tehnologija bo šla v to smer... npr. moj računalnik se meni zdi še vedno dobr za tist kar ga jz rabm, ampak drugi gredo s tehnologijo tok naprej, da ni več dobr. In dejansko če boš hotu vso to tehnologijo sprejet, k ti jo bodo na računalniku ponudl že z računalnikom k ga boš kupu, da boš mogu met ta FB profil; to pa ne bi bla preveč zadovoljna če bi blo.
- Kako bi se v 5 besedah opisali – kakšna oseba ste oz. kako vas vidijo drugi? Jz mislm da sem nekonfliktna oseba. Če se le da, ne prihajam v konflikte z drugimi, niti ne počnem stvari, ki bi lahko bile konfliktna, jih včasih raj spustim. Če ne gre za nekaj življenjskega pomena, potem se raje izognem. Sicer mam pa rada stvari urejene, ne maram nerešenih problemov (kar sem se naučila iz krizne situacije – da je probleme treba reševati sproti)... živim mirno, včasih še preveč mirno življenje... morda bi si včasih celo želela več aktivnosti, ampak pač to je pa tut en tak zakonski kompromis, kaj pač počnemo v življenju.
- Še kakšna socio-demografska informacija. Poklicna izobrazba 4. Stopnje, 56 let, sem še vedno zaposlena kot računovodkinja (samostojni referent) ...

Priloga E: Odgovori intervjuvanca Borisa

- Ali imaš Facebook? Ne, sem ga pa imel.

- Zakaj nimaš (več) Facebooka? Ker ga ne rabim. Facebook je ena bedarija, sploh ga je brezzveze met, ker nimaš nič od njega.
- Koliko veš o Facebooku, čemu je namenjen? Ja sej je jasno, znova sm slike gor doli, pa tam klepetati. Je pa bolj za folk spoznavati.
- Si član katerega drugega spletnega socialnega omrežja? Uporabljaš kaj drugega? Ne, nič drugega nimam. Všeč mi je edini forum Avto-akustike (ki je boljši od Facebooka), ker na forum ljudje dajejo stvari, ki te pač zanimajo.
- Spletna praksa - Koliko časa dnevno in kaj počneš na spletu? 15 minut na dan; gledam vreme, pa mejl pogledam, pa za avto pa za avtoakustiko.
- Kaj je v teh spletnih forumih boljše od Facebooka? Kaj imajo kar Facebook nima? Nič, pametne stvari.
- Kakšno je tvoje mnenje o Facebooku? Ni vem, slabši je, ker na forum ljudje dajejo stvari, ki te pač zanimajo, če že o kakšni smeri. Npr. o avtoakustiki, to kar jaz gledam in pol dajo gor svoja mnenja, svoje slike, vse od izdelav do vsega do izračunov ni vem škatel in vsega tega, na Facebooku pa tega noben ne objavi. Pač to je forum samo o tem.
- Kakšna je razlika – imeti Facebook in ne imeti ga (glede na to, da si ga imel) – kakšna je sprememba? Ni vem... Ne vleče me na Facebook zato, da napišem kdaj grem na kavo, pa kdaj sm novga psa dubu, pa kdaj grem na šiht pa iz šihata... tko k eni prek mobilnega Facebook delajo, pa za vsako minuto živlejna pišejo gor kva delajo pa ni vem kva še vse... pa dajo gor posnetke porodov pa svašta.
- Ali meniš da se na Facebook dejansko sklepajo prijateljstva? Larifari. Tam je samo en kup naključnih znancev, al pa ker kerga pozna, pa ti dodaš pa tako naprej...Eni pa tam kao najdejo partnerje. ... sam to je men kr neki, k da se loh dva ful poštekata kr neki prek računalnika – ja če sta motena, da cev dan gor visita. Pa to ni ziher, loh pa ti Facebook zjebe resničen lajf, če nimaš kontrole – unič tapravo zvezo.
- Če bi si zdaj naredil Facebook koga bi dodajal med prijatelje? Ni vem, na podlagi tega... Te k skp tekmujemo za musko, zato k skp tekmujemo. Ker bi se prek Facebook obveščal kdaj so tekme, pa kdaj kam gremo.
- Meniš da je informiranje več ljudi lažje prek Facebook? Mogoče, včasih, za določene stvari. Se da pa tudi drugače – še bolj. Npr. telefon maš po večini skos pr sebi, računalnika pa nimaš recimo ne. Če ti ena msg pošle je velik bol k na Facebook... no pol ti pa na msg pošle »ej maš na Facebook«, ful dobr
- Na spletu torej obiščeš 24ur, pogledaš vreme...kaj pa časopisi? Ne, nič

- Si morda včlanjen v kakršnokoli društvo, organizacijo, skupino... na spletu in izven? Sem ja, v dbastard timu. Je pa res, da komuniciram z njimi sam po telefonu, oni se pa še tko kej po fb menjo. Ker to je tim, k ma prov svoj fb profil.
- Se ti zdi smiselno da imajo organizacije, društva ipd. fb profil? Ja, nej nardijo mal za reklamo, da folk vid.
- Izvenspletne dejavnosti, društva? Prostovoljno gasil. Društvo...
- Kaj je bolje, se poklicat in dobit, ali se pogovarjat »družiti« prek fb? Ja pokličš pa greš na kofe, tistga k ga rabš ga boš že dobu. Je pa folk že mal obseden, da se prek interneta vse men pa tko.
- Morebitne pozitivne lastnosti fb? Mogoče bi se fb lahko spremenil v neko brezplačno profilno/spletno stran, da bi se loh kake ekipe, pa timi, k se jim ne splača met svojo strn, nardil profil na fb, pa nj jih folk gleda pa lajka. Ne vidm pa smisla u tem, k eni delajo profile svojim otrokom k so stari po 2, 3 leta. To je obsevan folk. Npr. Myspace je bol, pa musko so loh gor dal, pa spet ni blo tok osebno-profilna spletna stran, ampak predstavitvena bl ne.
- Negativne stvari fb? Obsevan folk. Folk je odvisn od tega, jz sm mev pa nism odvisn od tega, ker ga z lahkoto nimam...
- Zakaj si ga torej imel oz. si ga naredil? Da sm šov mal gledat folk, pa kdo je kero sliko objavu pa tko.. iz ferbca.
- Kaj pa meniš o pravilih fb? Tist sam ja prtisneš pa je dobr, več pa ne vem. Fb je sploh brezveze da je, sej sploh ne more bit nbenih pravil če je loh vse tm... navodil sploh ne rabš prebrt, samo slepo prtisneš potrjujem in je mer.
- Kaj pa zloraba podatkov, omejitve? Ja mogoče je res zahtevn (ko sem ga npr. hotu zbrisat)...gor pridt je simpl, dol it je pa cela procedura. Pomoje bi to mogl bit tko d bi sam ugasnu al pa pržgav, brez prisile.
- Kaj zamujaš brez fb, kasneje izveš? Ne, jz kar hočm vedt vem, kar majo pa uni tm, mi je pa vseen, me ne zanima. Fb še preveč zve, še preveč pizdarij folk piše.
- Ti fb lahko kaj zjebe v službi? Ja sj mi že je enkrat... k sm biv enkrat odsotn (na bolniški), pa sm biv med vikndom na tekmi, pa so mi to očital.
- Se ti zdi, da je kdaj nevarno objavljati določene stvari? Mogoče, odvisn s kakimi ljudmi delaš hinavskimi pa to (hinavski so pa skor vsi).
- Meniš, da bi danes organizacije morale imeti fb, za promocijo? Ne.

- V katero kategorijo neuporabnikov bi se uvrstil – a) nimaš denarja ali dostopa do interneta, b) ne rabiš ga, ker ti nič novega in dobrega v življenju ne prinese, ali c) nimaš ga, ker ga sovražiš? Bolj b, ampak tut c...
- Zakaj si izbrisal fb profil? Ker je brezveze, ker ga nimaš kej nucat.
- Kaj pa dejstvo, da nekateri ne morejo živet brez tega? Ja vsak ma svojo pamet. Jaz se zmenm lih tko k vsi drugi, mogoče sam ne znam drugih slik to j pa to.
- Kaj si počev na fb, ko si ga imel? Gledal slike, pa bral komentarje, pa dajal gor kake od gozdarstva, svojih nism hotu dat k mi je blo brezveze da me vsi zjajo, dav sm pa kake slike od tek m z avtom, al pa kej sm komentiru kake slike pa tko.
- Zakaj si objavljal vsebine? Pa da pol folk pač vid, če maš profil, pa če že vsi kažejo neki pa dajo gor, d še ti neki. Tko d ti vsak...pač to je taka mreža, da ti vsak reče pol, zakaj pa nimaš nč gor pa take..
- Kaj te je pritegnilo na fb? Ja gledu sm mal od folka, kva je kej objavlu, kkšne svoje stvari, kkšne butaste, d sm se pol smeju. Pa ponavad sm šov pogledat na profil teh k sm jih mev od avtoakustike, k smo skp na tekme hodil dodane, sm šov pogledat, če so kake slike objavl, k me je zanimal kako so kej slikal, pa če majo kake slike od mojga avta, k jz nikol to nč ne slikam.
- Info na fb? Nisem jih še videl, če pa kdo pove, k kej vid pa tut uredu. Ponavad so pa preverjene informacije na kkšnem forumu boljšem.

Priloga F: Odgovori intervjuvanca Damjana

- Zakaj nimate Facebooka? Kaj pa vem, sem že pomislil, da bi ga imel (za posel), pa sem si premislu, ko vidm in slišm, kaj vse tam ljudje pišejo. Preprosto nočem bit v istem košu z vsemi, ki jim kako kolesce manka. Ne bom se po nepotrebnem oglaševal tam kjer mi ni treba in iskal prijateljev, ki to sploh niso.
- V katero skupino neuporabnikov bi se uvrstili – a) do Facebooka nimate dostopa, b) Facebook vam v življenju ne da nič novega in dobrega, c) ga ne marate, d) se vam ga ne ljubi imeti – zahteva preveč pozornosti e) drugo...? Vsega po mal se mi zdi, bi bil opis za mojo neuporabo. Dostopa nimam, ker nimam časa za to, nič dobrega mi res ne more dat, novega morda, ne maram ga, ker spravi človeka ob pamet, obenem pa se mi ga očitno res ne ljubi imet, če ga še nimam.

- Koliko oz. kaj veste o Facebooku (kaj je, čemu služi, kako deluje...)? Vem nekaj osnovnih informacij. Poznam kos njegove ustanovitve, namen, ključno sporočilo ipd. Vem pa tudi, da je tovrstno povezovalno razvedrilo lahko lahka tarča za marsikaj – od nadzornikov, do lopovov.
- Kam menite o besedi »prijateljstvo« na Facebooku? Na Facebook ni prijateljev, saj ljudje klikajo brez premisleka. Morda so tam kaki znanci, izgubljeni sošolci, znanci iz tujine ipd. – pa vendar se bomo z nekom, ki nam je res blizu verjetno raje pogovarjali/povezali prek Skypa, ne pa Facebooka. Vsaj tako je moje mnenje.
- Kaj pa dejstvo, da nekateri na Facebooku najdejo partnerja – kakšno je vaše mnenje o tem? Nimam konkretnega mnenja o tem, saj o drugih ne smem soditi, vem pa da sam nisem dovolj zaupljiv, da bi kaj takega uspel meni.
- Ste del katerega drugega spletnega socialnega omrežja ali skupine? Ne, sem pa bil, vendar nimam več časa, niti potrpljenja za to, Facebook pa me še najmanj ne mika.
- Zanima me vaša internetna praksa – kaj počnete na internetu in koliko časa dnevno? Na spletu previsim kar nekaj časa, vsaj 5 ur verjetno na dan zdaj ko obstajajo dobri telefoni ipd. prebiram e-pošto, spremljam novice, kdaj kaj pobrskam tudi na Youtubu pa tako.
- Imate morda najljubše spletne strani, forume ipd.? Niti ne.
- Kaj pa sicer vaša splošna raba medijev, kater je vaš »najljubši« medij (radio, TV, tisk...) in zakaj? Najraje listam časopise, poslušam radio, ali če sem že na računalniku skočim na 24ur.com. Medij izbiram glede na količino časa, ki ga imam oz. tudi na to, kje se nahajam tedaj.
- Kje se dnevno informirate – na spletu ali drugače? Če se na spletu, povejte kje... prek tiska, radia ali spleta – odvisno...
- Bi lahko živeli brez interneta? Verjetno ne, si pa včasih želim da bi.
- Kaj menite, da Facebook prinese nekemu njegovemu strastnemu uporabniku, česar vam ne more? Samopotrditvev, samozavest, vpetost v družbo, množico, kvazi prijatelje ...
- Če bi imeli osebni profil na Facebooku, kako (pristno) bi se predstavljali drugim, in kakšne stike bi imeli na seznamu prijateljev? Sploh ne znam odgovoriti, tako malo mi je do tega facebooka. Če bi ga imel, niti ne vem zakaj bi ga imel, torej odvisno od namena bi projeciral svojo podobo.
- Kaj mislite, da so pozitivne lastnosti Facebooka? Popularnost, širok spekter pripadnikov ima, nudi neko uteho verjetno ipd.

- Kaj mislite, da so negativne lastnosti Facebooka? Pravila in omejitve sistema, beleženeje in izslejevanje podatkov, na drugi strani pa je negativno, kar počno ljudje – razgaljanje.
- Koliko ste seznanjeni s Facebookovimi pravili, oz. politiko delovanja? Vidite morda v vsem tem kakšno obliko nadzora množice? Kaj menite o tem, da so (skoraj) vsi na Facebooku vpisani pod lastnim imenom in priimkom, in tam z drugimi delijo osebne informacije? V toliko, da je ne maram, mislim da gre za nek nadzor v smislu kalupiranja – facebook na eno mesto pospravi tolk in tolk ljudi, ki tam naivno vse povejo. Imena in priimki so traparija, še večja pa so kaki naslovi, telefonske ipd., najbolje, da damo vsi vse gor, pa smo si zapečatli usodo.
- Katere so vaše nespletne/zunajspletne dejavnosti? Ste morda član/-ica katerega društva, organizacije... ? Bolj povezane s športom in aktivnostjo, v domačem kraju pa sem kdaj pa kdaj tudi del krajevnega zbora. Sicer pa če mam čas, se lotim kakega hobija...
- Če ste član katerekoli organizacije, zveze, društva ipd., me zanima, ali ima ta vaša zveza/organizacija/društvo Facebook profil? danes ima vse svoj facebook, še sosedov maček, pa vendar je za organizacijo kar ok, da ga ima.
- Kaj je boljše: Twitter, Myspace, Youtube ali Facebook? In zakaj (po vaše)? V resnici ne razlikujem na tak način, pač ne uporabljam nič od tega, čeprav po pravici se mi sistem pisanja po Twittru zdi še bolj zgrešen – mar je ljudem res tok dovgčas? Zame tu ni nič boljšega, ali slabšega, povsod so namreč manjki.
- Kako pa gledate na učinkovitost promocije prek Facebooka? Se vam morda zdi Facebook kot najučinkovitejše sredstvo promocije? Ni najučinkovitejše, je pa; doseže maso ljudi, ki je tam, brez napora, a vendar se to lahko zgodi tudi drugače. Konc koncev morš met potem velik prjatlov tam, če hočeš da masa dobi neko obvestilo, tko da...
- Bi za svojo organizacijo/društvo/zvezo/firmo napravili profil na Facebooku? Če da, zakaj torej osebnega ne? Ne, ker ga ne potrebujem.
- Se vam zdi, da bi s Facebookom lahko imeli več poslovnih priložnosti kot pa zdaj, ko ga nimate? Ne, morda še manj, ker bi se preveč časa ubadal s tem.
- Menite, da obstajajo poklici ali starostne skupine (npr. mladi), ki brez Facebooka ne more delovati? Kaj pa mladi v OŠ – povežite to npr. z evforijo mobilnega telefona? Obstajajo da, vendar jih bo minilo, ko malce odprejo oči, ali ko bodo pršli novi sistemi komuniciranja in bo facebook passe.
- Se vam zdi, da ste brez Facebooka na nek način svobodnejši in neodvisnejši? Da.

- Se vam zdi, da kaj zamujate, ali da česa ne izveste pravočasno, ker nimate Facebooka? Ah, niti ne, čeprav se določene vsebine vrtijo le tam, in nas izvenspletnikov niti ne dosežejo, a vseeno – že niso dovolj pomembne.
- Se vam je že morda zgodilo, da bi prijatelji ali sodelavci zaradi Facebooka zapostavili medosebni stik, in se skušali preprosto vse pomeniti prek spleta (Facebooka)? Ma ne, se pa po mejlih velikokrat.
- Če vam delodajalec reče, da morate imeti svoj Facebook profil, bi ga napravili? Bi se vam zdela to nekakšna prisila, način obvladovanja posameznika? Ne bi ga imel, saj je to nesmisel. Kaj pa ima on od tega, to ni obvladovanje, to je nesmisel in dovččas v njegovi glavi.
- Kakšna sklepna misel o Facebooku? Naj združuje podobne – tiste, ki iz dovččasa postanejo tepci, ne vključeni pa ostajamo zvesti sebi in svoji zasebnosti.
- Boste Facebook v prihodnosti imeli? Ne.
- Kako bi se v petih besedah opisali – kakšna oseba ste oz. kako vas vidijo drugi? Odgovoren, kritičen, preišljjen, vedoželjen in aktiven.
- Navedite prosim še nekaj socio-demografskih informacij – poklic, izobrazba, količina poznanstev (npr. prijatelji in sodelavci iz tujine ali zgolj iz SLO), zanimanje za kulturo, hobiji... opravljena srednja šola za geodezijo. Sicer pa delam v lastnem podjetju, ki ni povezan s tem. Poznanstva? Dovolj da preživim, in ni jih mal – pač v tem poslu morm imet široko mrežo, ki sem si jo nabral čez leta, enako me zanima vse kar je na področju glasbe, zabavne industrije in marketinga – da sledim trendom v poslu...