

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Anja Kenk

Adolescentke in fenomen »sebek« na spletnih socialnih omrežjih

Diplomsko delo

Ljubljana, 2015

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Anja Kenk

Mentorica:izr. prof. dr. Metka Kuhar

Adolescentke in fenomen »sebek« na spletnih socialnih omrežjih

Diplomsko delo

Ljubljana, 2015

Zahvaljujem se:

*izr.prof. dr. Metki Kuhar, za vse nasvete, usmeritve in pogovore, ki so mi pomagali zasnovati
ter zapisati diplomsko delo.*

Mojim domačim za podporo, potrpljenje in dobro voljo.

Vsem, ki so spodbujali mojo radovednost in kreativnost od malih nog.

»Be curious, not judgemental.« – Walt Whitman

Adolescentke in fenomen »sebek« na spletnih socialnih omrežjih

Pri raziskovanju lastne identitete se adolescenti pogosto obrnejo na spletna socialna omrežja. V diplomski nalogi sem izvedla 5 intervjujev z adolescentkami, ki na spletnem socialnem omrežju Facebook objavljajo sebkke. Zanimali so me njihovi motivi za ustvarjanje in objavljanje sebkov ter njihov odnos do svojega telesa v kontekstu sebkov. Zanimalo me je ali, in v kakšni meri, jim ustvarjanje in objavljanje sebkov pomaga pri upravljanje odnosov z vrstniki, pri izražanju in raziskovanju svoje identitete ter kakšno vlogo imajo sebkki za njihovo samopredstavljanje v okviru spletnih socialnih omrežij. Ugotovila sem, da je za adolescentke, ki so sodelovale v raziskavi, ustvarjanje in objavljanje sebkov postalo način druženja, komunikacije s sovrstniki, pomemben element izkazovanja in ohranjanja prijateljskih vezi, pa tudi, da so sebkki uporabljeni kot način izražanja svojega počutja ter čustev. Adolescentke, ki so sodelovale v raziskavi, sebkke uporabljajo tudi za izražanje zadovoljstva nad svojim videzom in za primerjavo z drugimi.

Ključne besede: adolescentke, sebek, spletna socialna omrežja, samopredstavljanje, identiteta.

Adolescent girls and the »selfie« phenomena in social networking sites

When exploring one's own identity, adolescents commonly turn to social networks. In my thesis I conducted intervieweews with 5 female adolescents that post selfies on the social network Facebook. I was interested in their motives for creating and publishing selfies and their own body image in the context of selfies. I was interested wheather, and to what extent, creating and publishing selfies helped with managing relationships with their peers, at expressing and exploring their identity and, what role selfies played with their self-representation in the context of social networks. I found out that, based on the adolescents that participated in the survey, creating and publishing selfies became a way of socializing, a way of communication with peers, an important element of dissemination and maintaing friendly ties and also that selfies are used as a way of expressing feelings and emotions. Adolescents that participated in the survey also use selfies to express satisfaction over their looks and to compare themselves with their peers.

Key words: female adolescents, selfie, social networks, selfpresentation, identity.

KAZALO

1 UVOD	6
2 Namen in cilji naloge	7
3 TEORETSKI PREGLED	8
3.1 Fenomen »sebek«	8
3.2 Spletna socialna omrežja in identiteta	9
3.3 Samopredstavljanje	12
3.3.1 Samopredstavljanje na spletnih socialnih omrežjih	13
3.4 Identiteta	15
3.4.1 Razvoj identitete v adolescenci	17
3.4.2 Oblikovanje identitet skozi odnose	19
3.5 Ženska identiteta	20
3.5.2 Telesna samopodoba in lepotni ideali	21
4 RAZISKAVA	25
4.1 Metodologija, cilji, raziskovalna vprašanja	25
4.2 Polstrukturirani intervju	25
4.3 Vzorec	26
4.4 Sodelujoče o sebkah	26
4.5 Motivi za ustvarjanje in objavljanje sebkov	28
4.5.1 DRUŽENJE, POVEZOVANJE IN PRIJATELJSTVO	28
4.5.2 SHRANJEVANJE SPOMINOV IN OBČUTKOV	31
4.5.3 IZRAŽANJE OSEBNEGA STILA	32
4.6 Sebki in samopodoba	33
4.6.1 UREJENA ZA SEBEK ALI ZA SEBE?	33
4.6.2 SEBEK, SEBEK NA FEJSU POVEJ	34
5 SKLEP	35
5.1 Pogled naprej	37
6 Literatura	39
Priloge	43
Priloga A: Transkript intervjuja A1, 15 let	43
Priloga B: Transkript intervjuja A2, 15 let	45
Priloga C: Transkript intervjuja A3, 15 let	47
Priloga Č: Transkript intervjuja A4, 15 let	49
Priloga D: Transkript intervjuja A5, 14 let	50

1 UVOD

Skoog et al. (2015, 504) pravijo, da je glede na čas, ki ga adolescentke porabijo za uporabo računalnikov, pametnih telefonov, interneta in spletnih socialnih omrežij, čas, da tudi raziskovalci adolescence usmerijo svojo pozornost na življenje adolescentk online. Če ob tem poudarimo še dejstvo, da ima, po podatkih, ki jih navaja Livingstone (v De Ridder in Van Bauwel 2013, 568), kar 77 % evropskih 13- do 16-letnikov ustvarjen profil na vsaj enem, če ne več spletnih socialnih omrežjih, ne moremo trditi, da so medosebni odnosi na internetu manj pomembni. Internet in njegova uporaba je le še način, še en prostor, kjer lahko komuniciramo in sklepamo prijateljstva. Nekateri osebni profili in udeleževanje na spletnih socialnih omrežjih ne jemljejo resno, češ da gre za lažne predstave, ki jih posamezniki podajajo o sebi, drugi prekomernim uporabnikom spletnih socialnih omrežij pripisujejo narcisoidne motnje, tretji trdijo, da so identitete na spletnih socialnih omrežjih že tako homogenizirane, da pravzaprav proizvajajo klone. Pri vsakem takšnem stališču oziroma mnenju, pa naj nosi v sebi kanček resnice ali pač ne, ne smemo spregledati dejstva, da je vse, kar naredimo na spletu, del nas. Del predstave o nas, kjer tudi, če si nadevamo maske, kot pravi Parks (v Goffman 2014, 29), te maske kažejo predstavo, ki smo si jo ustvarili o sebi. Ko igramo neko vlogo, pa čeprav na spletu, si prizadevamo biti vlogi dorasli, maska pa je naš pristnejši jaz, saj je naš želeni jaz. Za Parks (ibid.) naša predstava o vlogi, ki jo igramo, postane naša druga narava in neločljiv del naše osebnosti. Zato je tisto, kar o sebi skušamo predstaviti na spletu, ravno tako, če ne še bolj, pomembno pri razumevanju, kdo smo in kako delujemo v družbenem svetu.

Adolescentke v času odraščanja preizkušajo različne maske, raziskujejo, kdo so in kdo želijo biti. Iščejo svoj prostor pod soncem in obenem iščejo sebe v njem. Pri razlagi identitete se skušamo približati odgovoru na vprašanje: kako se posameznik ali posameznica umešča v družbo in kako jo sprejema. Pomembno pa je tudi, kako, in če, o družbi v tem procesu razmišljamo in kako jo s kreativnimi rabami orodij, ki so nam v danem trenutku na voljo, spreminjamo. Ljudje se skušamo umestiti v različne socialne svetove, skupine in skupnosti, jim pripadati, biti del njih – se torej vanje umestiti, kar pa ne pomeni nič drugega kot to, da se posamezniki dojemamo in prepoznavamo kot člani nekega reda, ki ni sestavljen zgolj iz stvari in dejstev, temveč ima za nas nek pomen (Ule 2000, 94). Zato menim, da je še toliko bolj zanimivo in pomembno, da se po odgovor na vprašanje: »Kaj adolescentke, ki ustvarjajo

in objavljajo sebkke, počnejo na spletnih socialnih omrežjih in kaj jim to pomeni?«, odpravimo k adolescentkam samim. Še posebej me bo zanimala novejša praksa v samopredstavljanju in največji bum na spletnih socialnih omrežjih zadnjih let, »selfie«, oziroma, če uporabimo slovensko prevedenko, »sebek«. Besedo »selfie« so v slovarju angleškega jezika opredelili kot fotografijo, na kateri posameznik upodobi samega sebe in je največkrat ustvarjena s pametnim telefonom ali spletno kamero ter namenom, da se jo deli prek družbenih medijev omrežij (The Guardian 2013, 19. november). Družbene medije tu razumemo kot komunikacijska sredstva v kontekstu virtualnih skupnosti in socialnih omrežij na spletu.

2 NAMEN IN CILJI NALOGE

Želim raziskati, na kakšen način adolescentke v obdobju med otroštvom in odraslostjo raziskujejo svoje identitete s pomočjo spletnih socialnih omrežij, konkretnije s pomočjo sebkov. Zanimajo me njihovi motivi za ustvarjanje in objavljanje sebkov, kako te motive same reflektirajo, kako in ali sploh jih same razberejo ter v kolikšni meri se jih zavedajo. Zanima pa me tudi njihova uporaba sebkov v okviru spletnih socialnih omrežij, kot način in povod komunikacije s sovrstniki. Izhajam iz teze, da adolescentke s pomočjo sebkov in spletnih socialnih omrežij raziskujejo ter izražajo svojo identiteto in se tako umeščajo v socialni svet. Skozi intervjuje želim osvetliti, razbrati motive za ustvarjanje in objavljanje sebkov, ter jih v nadaljevanju ustrezno povezati s preučeno teorijo. Zanima me, kako se ugotovljeni motivi, v kontekstu sebkov, povezujejo z gradnjo identitete in samopredstavljanjem na spletnem socialnem omrežju Facebook. Poleg tega me zanima tudi, kakšen odnos do sebe in svojega telesa imajo sodelujoče adolescentke, ko je govora o medsebojnem primerjanju na podlagi sebkov.

3 TEORETSKI PREGLED

3.1 FENOMEN »SEBEK«

S pametnim telefonom hitro ustvarjen avtoportret, ki ga takoj delimo in vpišemo v spletno socialno omrežje, v trenutku postane vizualna komunikacija tega, kje smo, kaj počnemo, kdo mislimo, da smo in kdo mislimo, da nas opazuje. »Sebki« so spremenili vidike družbenih interakcij, telesne govorice, samozavedanja, zasebnosti in humorja in s tem spremenili časovnost, ironičnost in vedenje v javnosti (Saltz 2014).

Zakaj sebek ni le slika, je mnogo več? Senft in Baym (2015, 1589) pravita, da lahko na sebek gledamo z dveh zornih kotov. Prvi je ta, da je sebek fotografski objekt, ki začne oziroma spodbudi prenos človeških čustev v obliki odnosov (med fotografom in fotografiranim, med sliko in programi za urejanje slik, med gledalcem in gledanim, med posamezniki, ki slike delijo, med uporabniki in arhitekturo spletnih socialnih omrežij itd.). Sebek pa je tudi praksa – gesta, ki lahko prenaša različna sporočila različnim posameznikom, družbam in občinstvom.

Kako se je od leta 2013, ko je »selfie« postal beseda leta Oxfordovih slovarjev, popularizirala raba in uporaba sebkov, izven okvirov spletnih socialnih? Kot opažata Senft in Baym (ibid.) sebkve uporabljajo v marketingu za prikaz nekoga, ki je mlad, zabaven in povezan s prijatelji, medtem ko pogled v novice kaže popolnoma drugačno razumevanje sebkov. Novičarski članki povezujejo sebkve s škodljivimi mentalnimi stanji, kot so narcisizem, telesna dismorfija in celo psihoza (Nauert 2015; McKay 2014; Gregoire 2015 v Senft in Baym ibid.), v najblažji obliki pa so posamezniki, ki pogosteje objavljajo sebkve, označeni kot vase zagledani in samovšečni. Theresa Senft, profesorica globalnih liberalnih študij na NYU (New York University) in Nancy Baym, nekdanja profesorica komunikologije na Kansaški univerzi v ZDA, (2015, 1590), sta v svoji raziskavi *What does the selfie say? Investigating a global phenomena* zapisali, da do tega dne še nista videli ali prebrali enega samega strokovnega članka ali literature, ki bi z gotovim prepričanjem demonstriral, da obstaja povezava med proizvajanjem sebkov in duševnimi boleznimi.

Zakaj torej mediji nenehno 'strašijo' svoje bralce z različnimi senzacionalističnimi naslovi, ki povezujejo sebkve z narcisizmom in podobnim? Uporaba tovrstne patološko obarvane retorike v medijih se po Stanleyju Cohenu (v Senft in Baym, ibid.) imenuje moralna panika. Takšen način poročanja se intenzivneje uporablja, ko določeni medij ali določeno prakso

začnejo uporabljati številni mladi, ženske ali temnopolti ljudje, z namenom, da odvrnejo pozornost od pomembnih stvari (Cohen v Senft in Baym, *ibid.*).

Zanimivo je, da je bilo kljub zapisanemu, veliko raziskav opravljenih prav v povezavi med narcisoidnostjo, spletnimi socialnimi omrežji in/ali objavljanjem sebkov, kot na primer: Buffardi in Campbell (2008) sta raziskovala narcisizem na spletnih socialnih omrežjih, kjer sta ugotovila, da se narcisoidna dejanja podobno odražajo tako na spletnih socialnih omrežjih kot v dejanskih življenjih. Papacharissi in Mendelson (2010) sta raziskovala kolektivni narcisizem v foto-galerijah na Facebooku študentov, kjer sta ugotovila, da objavljene fotografije študentom služijo kot demonstracija študentske identitete, kjer prakse zajemanja in objavljanja fotografij služijo kot performativne vaje v identiteti in pripadnosti in hkrati izrekajo ter potrjujejo, da si študentje delijo izkušnjo študentskega življenja (Papacharissi 2010, 32). Miltnerjeva in Baymova (2015) pa sta se posvetili prav moralni paniki, ki je nastala v medijih zaradi poplave sebkov in je zajela vse sloje ter vse starosti, od predsednikov, zvezdnikov in papeža do adolescentov ter adolescentk po celem svetu.

Ker je fenomen sebkov večinoma predstavljen in razumljen kot nek splošno navzoč trend, želim izpostaviti pomemben razmislek, vezan na moč tistega, ki sebek naredi in objavi. Saltz (2014) pravi, da ni pomembno, ali je sebek popolnoma priložnosten ali do podrobnosti načrtovan, dejstvo je, da je prav vsak odobren od tistega, ki ga objavi, še preden je poslan v spletno socialno omrežje. To kaže na moč pri upravljanju svoje podobe, svojega jaza na spletu in svoje identitete. Sebki so namreč vedno narejeni z namenom, da jih ljudje na spletnih socialnih omrežjih vidijo tukaj in zdaj, lahko so spontani, a kar je za Saltza (2014) najpomembnejše: nikoli naključni. Če torej pogledamo s tega zornega kota, vidimo v sebkih močno orodje, ki posameznikom, dejavnim v ustvarjanju in objavljanju sebkov, omogočajo projicirati v svet takšno podobo o sebi, kot to sami želijo.

3.2 SPLETNA SOCIALNA OMREŽJA IN IDENTITETA

Renerjeva (2000, 214) se je v članku o raziskavi Socialne ranljivosti mladih spraševala, kaj je tisto, kar adolescente na osebni ravni dobro opremlja za krmiljenje v družbenem prostoru negotovosti, možnosti in tveganj. Del odgovora je našla v družinskem okolju, kot drugi pomembni del pa je navedla interakcijske kompetence otrok. Družino bomo v tem primeru razumeli v skladu z najširšo opredelitvijo, ki pravi, da družino sestavljajo vsaj en (odrasel) človek ali skupina ljudi, ki skrbi za otroka/e (Švab 2010, 347). Interakcijske kompetence pa

razumemo kot skupno oznako za pozitivno samopodobo, relativno čustveno stabilnost, komunikacijske sposobnosti, jezikovne spretnosti in znanja, splošno informiranost (razgledanost) in aktivno uporabo računalniške tehnologije (Rener 2000, ibid.). K zadnjemu sklopu kompetenc lahko prištejemo tudi spletna socialna omrežja, ki jih Ellison in Boyd (v Skoog 2015, 501) definirata kot spletne storitve, ki omogočajo posameznikom, da gradijo javne ali poljavne profile v omejenem sistemu, oblikujejo seznam drugih uporabnikov, s katerimi so na nek način povezani ter si ogledujejo svoje in tuje sezname povezav znotraj tega sistema. Te omrežne tehnologije ustvarjajo javni prostor, ki se pojavi kot rezultat križanj ljudi, tehnologije in praks (Boyd v De Ridder in Van Bauwel 2013, 568).

Kot pravi Grosser (2011, 5) je pomik družbenega življenja in medosebne komunikacije v spletno sfero še bolj razširil koncept identitete, saj splet kot primarno anonimni prostor omogoča posameznikom, da prevzamejo katerokoli identiteto želijo, se poslužujejo igranja različnih vlog in s tem prevzemajo najrazličnejše identitete. Toda, če se osredotočimo na Facebook, tam anonimnost za uporabnike ne velja: struktura spletnega mesta od uporabnika zahteva, da se prijavi s svojim pravim imenom in priimkom. Zhao (v Grosser 2011, 6) takšnim spletnim, a vendar realnim identitetam pravi »*anonymus anchored relationships*« - *anonimno zasidrani odnosi*, kar lahko razumemo kot povezave, ki obstajajo v svetu online, vendar so podprte z neanonimnimi povezavami iz sveta offline. Zhao (ibid.) namreč meni, da se realni svet odraža v prezentaciji »mask«, ki skrivajo določene dele jaza, medtem ko anonimni online-svet omogoča dvig mask in s tem prezentacijo posameznikovega »pravega jaza«. Anonimni svet je torej nekje vmes in posameznikom omogoča, da predstavijo svoj jaz takšen, kot upajo, da bo nekoč. Na to temo je bilo do danes napisanih nešteto raziskav, če omenim le nekatere: Kim in Papacharizzi (2003) sta raziskovala medkulturne razlike v samoprezentaciji na spletu na primeru korejskih in ameriških osebnih profilov, podobno Rui in Stefone (2013), Stanculescu (2011) je na spletno samopredstavljanje pogledala s stališča kibernetike psihologije, Zaraghooni (2007) pa je raziskoval samoprezentacijo na Facebooku.

Razmah spletnih socialnih omrežij je mladim omogočil, da se podajo na pot samoeksploracije v širši javnosti, prav tako je vzpostavil teren za učenje samopredstavljanja in upravljanja z vtisi v okolju, ki seže dlje od sovrstnikov v šoli, dlje od domačega praga. Prav v obdobju adolescence naj bi se posamezniki intenzivneje učili veščin o tem, kako skozi vedenje definirati neko situacijo in kako iz okolja razbrati, kakšno je primerno vedenje. V

posredovanih okoljih, kot so spletna socialna omrežja, pa se morajo še naučiti, kako se, kot pravi Sunden (v Boyd 2007, 12), *napisati v obstoj*. Boyd (2007, 13) opaža, da najstniki uporabijo profil na spletnem socialnem omrežju kot obliko *digitalnega telesa*, kjer zapišejo in zgradijo dele svoje identitete z namenom, da jih bodo videli in interpretirali drugi, njihovi prijatelji ter vrstniki. Primarno občinstvo uporabnikov tovrstnih profilov je povezano z njihovimi življenji off-line, zaradi česa so najstniki nagnjeni k predstavljanju tistega svojega dela, za katerega menijo, da bo dobro sprejet med vrstniki.

»Zakaj torej mladi uporabljajo spletna socialna omrežja? Kaj jih pri njih privlači? Kaj izražajo na njih? Kako se ta spletna omrežja vklopijo v njihova življenja? Kaj se od njih naučijo? V čem se aktivnosti na spletni strani razlikujejo od njihovih aktivnosti v realnem življenju?«, to so vprašanja, o katerih se je v raziskavi z naslovom Why Youth (Heart) Social Network Sites spraševala Danah Boyd (2007). V raziskavi, ki jo je utemeljila na uporabnikih Myspace-a, je ugotovila, da:

1. se adolescenti pridružijo spletnemu socialnemu omrežju zato, ker so tam njihovi prijatelji, torej z namenom, da ohranijo povezanost s svojimi prijatelji;
2. se adolescenti obrnejo na strani, kot je Myspace, zaradi zabave. Socialni vojarizem jim pomaga pregnati dolgčas, obenem pa ponuja širši vpogled v družbo (Boyd 2007, 10).

Pri tem ima velik pomen posameznikova predstava o občinstvu, ki uokvirja celotno dogajanje. Kot pravi Boyd (2007, 14) je to, kar adolescenti na spletnih socialnih omrežjih počnejo, konceptualiziranje zamišljenega občinstva. Z zamišljanjem tega občinstva adolescenti lahko navigirajo družbene situacije, se občinstvu primerno predstavijo, špekulirajo njihov odziv itd. Utz in Beukeboom (v Kim 2015, 333) pa to, kar uporabniki na spletnih socialnih omrežjih počnejo, imenujeta *social grooming*¹, pod kar spada sklepanje in izkazovanje vezi, ustvarjanje odnosov, ohranjanje ter učenje o hierarhijah, pregledovanje profilov, pisanje sporočil in komentarjev, vsečkanje fotografij idr.

¹ *Social grooming* se v živalskem svetu navezuje na dejavnost, v kateri se dve ali več živali v skupini medsebojno negujejo, urejajo in skrbijo za zunanji videz ena druge. Pri tej dejavnosti pa ima dotikanje, skrb in druženje pozitiven vpliv na dobro počutje vključenih. Pomemben dejavnik *social groominga* je recipročnost dejanj, saj si tisti, ki *grooming* izvaja, v več primerih zagotovi oziroma pričakuje, da ga bodo tudi drugi ocedili, uredili, mu nudili ugodje in poskrbeli za njegov videz. Če to navežemo na spletna socialna omrežja je *social grooming* navezovanje in ohranjanje stikov z drugimi uporabniki. *Grooming* pa izvajajo v obliki komentiranja, vsečkanja, deljenja objav itd.

Zakaj pa so adolescenti tako pogumni pri razkrivanju svojih intimnih čustev in svojih fotografij na spletu? Jordan-Conde et al. (2014, 364) menijo, da gre zasluga predvsem Facebooku, ki je postal prizorišče za identitetno eksperimentiranje, še posebej privlačno za adolescente v statusu moratorija. Kot so v svoji raziskavi odkrili Jordan-Conde et al. (ibid.), adolescenti namreč Facebook razumejo kot varen prostor za raziskovanje svoje identitete. Drugi razlog, zakaj adolescenti uporabljajo Facebook, pa je, da Facebook olajša vzdrževanje odnosov s sovrstniki. Ugotovili so tudi, da število intimnih razkritij med adolescenti, kar pomeni, koliko in kaj je ta posameznik pripravljen deliti med spletnimi prijatelji, v njihovi raziskavi ni povezano s socialno-ekonomski vidiki posameznika (Jordan-Conde et al., ibid.).

Problem pri uporabi Facebooka, ki ga lahko opazimo, je v njegovi strukturi. Zgradba Facebooka uporabnikom sicer nudi različne načine razlikovanja, vseeno pa je na voljo le omejena izbira različnih spolnih identitet, verskih, političnih prepričanj, spolnih usmerjenosti itd. Stopnja raznolikosti med profili pa je nizka že zaradi poenotene tipografije, postavitve profila, kaj lahko uporabniki vključijo v svoj opis in podobno. Grosser pravi (2011, 19), da se je v zadnjih letih uporaba Facebooka kot »osebnega prostora na internetu« občutno povečala, kljub temu pa so, zaradi predzastavljenega vizualnega dizajna, vsi od teh prostorov oziroma vsaka reprezentacija posameznika videti enako. Grosser (ibid.) opaža, da profili vse bolj služijo namenom digitalne ekonomije, kjer uporabniki prek Facebookovih profilov gradijo podatkovne baze vsečkov oziroma produktov, ki jih uporabljajo. S tem osebni profili postajajo vse bolj podobni življenjepisom (CV-jem) in nakupovalnim seznamom, posameznikov jaz pa je vse bolj homogeniziran (Grosser, ibid.).

3.3 SAMOPREDSTAVLJANJE

Posamezniki pri interakcijah z drugimi uporabljajo različne prijeme in taktike, kako se predstaviti. Nek posameznik si želi, da bi na druge pustil dober vtis, saj želi biti v družbi dobro sprejet in v njej uspešno delovati. Drugi se želi ubraniti pred negativnimi kritikami, obsojanji in zavrnitvijo. Tretji pa si morda želi, da ga drugi dojemajo kot enigmo. Naj si posameznik želi pohvale, občudovanja, sprejetja ali česa drugega, ima moč oziroma priložnost želeno reakcijo izzvati s pomočjo samopredstavljanja, s poskusom nadziranja vtisov. Skozi samopredstavljanje se skuša posameznik drugim predstaviti takšen kot je oziroma, bolje rečeno, takšen kot želi, da ga vidijo drugi. Ko zavestno ali podzavestno načrtujemo, pazljivo izbiramo načine, kako se bomo predstavili drugim, govorimo o upravljanju z vtisi.

Goffman (2014/1959) je v knjigi *Predstavljanje sebe v vsakdanjem življenju* samopredstavljanje ponazoril s primerom gledališča, kjer si igralci nadevajo različne maske, kostume in pripomočke ter predstavljajo sebe v različnih vlogah, v skladu z 'igro', ki jo trenutno igrajo. Med nastopom si akterji izmenjujejo podatke, hkrati pa ugotavljajo, ali je 'soigralec' res tisto, za kar se predstavlja. Razločeval je obnašanje na t. i. odru in v zaodrju. Na odru posamezniki pazijo na svojo verbalno in neverbalno komunikacijo z namenom, da bi 'odigrali' določeno vlogo oziroma nastopili v določeni luči, medtem ko so v zaodrju drugačni, bolj sproščeni. Takšno razločevanje med odrom in zaodrjem je pravzaprav posplošitev, ki pomaga razumeti, zakaj se ljudje obnašamo različno v različnih okoljih oziroma, kot pravi Stanculescujeva (2011), je samopredstavljanje način, na katerega se posameznik predstavi s pomočjo besed, telesnih karakteristik, kaj mu je všeč in česa ne mara, hobijev in dosežkov v življenju. S prepletanjem taktik samoopisovanja (self-description) in samonadzorovanja (self-monitoring) upravlja z vtisi.

3.3.1 SAMOPREDSTAVLJANJE NA SPLETNIH SOCIALNIH OMREŽJIH

V prejšnjem poglavju smo opisali, kaj samopredstavljanje je, v nadaljevanju pa nas bo zanimalo predvsem, kako se v okviru spletnih socialnih omrežij predstavljajo njihovi uporabniki. Spletna socialna omrežja, kot je na primer Facebook, uporabnikom omogočajo, da v njihovem okviru ustvarijo takšno podobo o sebi, kot si želijo, saj lahko z drugimi delijo tiste in takšne informacije, katere sami izberejo. Posameznikom omogočajo, da iz udobja lastnega doma, z uporabo računalnika ali mobilnega telefona z internetno povezavo, upravljajo s svojim imidžem, se povezujejo in ohranjajo stike, nadzorujejo, koliko ter kaj bodo o njih izvedeli drugi.

Leary (v Zaraghooni 2007, 10–13) predstavi več taktik samopredstavljanja, od katerih Zaraghooni (ibid.) izpostavi štiri, ki so relevantne za kontekst računalniško posredovanega komuniciranja oziroma upravljanja z vtisi na spletnih socialnih omrežjih:

1. *Samoopisovanje* (self-description) je način, na katerega se posamezniki samopredstavijo z uporabo besed. Ti opisi povedo nekaj o posameznikovih vrednotah, politični ali verski pripadnosti, stvareh, ki so jim všeč ali ne, poklicu, dosežkih v življenju ipd. Pri tem posamezniki selektivno izbirajo, katere informacije o sebi bodo vključili v svojo predstavitev.

2. *Odnosne trditve* (attitude statements) povedo nekaj o tem, kakšne so naše vrednote in prek tega, kakšna oseba smo. Kako izrazimo svoj odnos do nekega problema, kjer izrazimo svoje moralno stališče, vpliva na to, kakšen vtis imajo drugi ljudje o nas.
3. *Neverbalno vedenje* Leary deli na tri dele: izražanje čustev, zunanji videz in geste ter gibanje. Zunanji videz ima močan vpliv na to, kaj drugi mislijo o nas. Kot pravi Leary (v Zaraghooni 2007, 12) fizično privlačne ljudi dojemamo kot bolj družabne, dominantne, inteligentne, družbeno sposobne in prilagojene. Zunanji videz je zato izredno pomemben del samoprezentacije, ne le zato, ker privlačen videz večina ljudi razume kot nekaj pozitivnega, temveč tudi zato, ker fizična privlačnost veže nase še veliko več pozitivnih atributov, ki niso vezani na zunanji videz. Poleg tega so študije, ki so jih naredili Rind in Gaudet ter Walther et al. (v Zaraghooni 2011, *ibid.*), pokazale, da lahko nekatere sposobnosti posameznika, kot je na primer družbena prilagojenost, pravilno ocenimo skozi fotografije. Če izhajamo iz tega, lahko predpostavimo, da je objavljanje fotografij eno boljših orodij za lastno predstavitev na spletu.
4. *Družbena asociacija* je neposredna taktika, ki deluje tako, da posamezniki ne poudarjajo svojih atributov, temveč si prisvojijo pozitivne asociacije prek povezovanja z znanimi osebami, športnimi ekipami ipd. Lahko pa se na podoben način oddaljijo od negativnih asociacij. Taktiki, ki jih uporabniki spleta pri samopredstavljanju na spletu uporabljajo - CORFing in BIRGing², gradita na družbeni asociaciji. Posamezniki se skušajo distancirati od negativnega slovesa nekoga zato, da ga drugi ne bi z njim povezovali (npr. ob porazu nogometne ekipe zapišejo status ali komentar, s katerim pokažejo, da niso njihovi podporniki). In podobno, želijo uživati v slavi, prepoznavnosti, dobrem slovesu nekoga, tako, da skušajo nakazati povezavo med njihovim uspehom in s samim seboj (npr., ko njihova priljubljena glasbena skupina prejme nagrado, dajo drugim vedeti, da so oni njihovi podporniki, da jim je njihova glasba všeč ipd.).

Zaraghooni (2007, 9) Goffmanovo teorijo samopredstavljanja na odru in v zaodrju aplicira na Facebook tako, da ločuje home-page (domač profil) kot oder ter didaktično interakcijo

² CORFing - Cutting off Reflected Failure oziroma distanciranje od zrcalnega neuspeha; BIRGing - basking in the reflected glory oziroma uživanje v zrcalni slavi.

(zasebna sporočila med uporabniki) in fizično osebo, ki tipka po tipkovnici ter si ureja profil, kot primer obnašanja v zaodruju. Samopredstavljanje se torej v okviru spletnih socialnih omrežij primarno odvija *na odru* in sicer prek urejanja osebnih profilov, prikazovanja povezav z drugimi, deljenja osebnih informacij, slik, povezav, glasbe in drugega (Herring 2015, 3). Stanculescu (2011) pravi, da samopredstavljanje na spletu poteka bolj nadzorovano in previdno, saj uporabniki spletnih socialnih omrežij bolj selektivno izbirajo informacije, ki jih objavijo na spletu ter se izogibajo tistih, ki bi lahko razkrile določene točke njihove ranljivosti ali šibkosti. S pomočjo tovrstnih tehnik se poskušajo posamezniki na spletu predstaviti v kar se da dobri sliki. Pelham in Hetts (v Stanculescu 2011) sta tendenco, da se posameznik predstavi v pozitivni luči, pripisala osnovni želji po potrditvi, odobravanju od drugih. Opisovanje sebe na ta način, selektivno poudarjanje ugodnih aspektov svoje identitete pa naj bi izviralo iz želje po ohranitvi svoje vrednosti.

Uporabniki spleta torej uporabljajo različne taktike samopredstavljanja, prav tako, pa ima samopredstavljanje v okviru spletnih socialnih omrežij na njih določene učinke. Stanculescu (2011) ugotavlja, da se uporabniki Facebooka, ki so po naravi plahi, na spletu počutijo bolje, saj imajo večjo moč nadzorovanja informacij o sebi. S tem pridobivajo samozavest, dober občutek o samem sebi in svojem življenju, kar prav tako botruje k zmanjšanju občutka negotovosti in tesnobe v interakcijah z drugimi, ko tudi z izboljšanjem posameznikovega mišljenja o samem sebi. Poleg tega, se uporabniki Facebooka zaradi omogočenega nadzora nad tem, kaj o sebi posredujejo drugim, kako se opišejo in kako predstavijo, svojih značilnosti, mišljenja, videza ne sramujejo več v enaki meri, kot bi se v medosebni komunikaciji iz oči v oči, temveč mnogo manj.

3.4 IDENTITETA

Sebki lahko služijo kot element pri predstavljanju samega sebe. Lahko nam pomagajo pri raziskovanju, odkrivanju, izražanju svoje identitete. Toda, kako se izoblikuje identiteta, kako se spreminja in kaj pravzaprav je? Marcia (1980, 109) zapiše:

Identiteto so poimenovali kot »občutek«, »odnos«, »razrešitev« in tako naprej. Rad bi predlagal drugačno pot h konstrukciji identitete: kot samo-strukturo kot notranjo samo-konstruirano dinamično organizacijo motivacij, sposobnosti, prepričanj in individualne zgodovine. Bolj kot je ta struktura razvita, bolj se posameznik zaveda svoje edinstvenosti in

podobnosti z drugimi ter svojih prednosti in slabosti pri utiranju svoje poti v svetu. Manj kot je ta struktura razvita, bolj je posameznik zmeden o svojem razlikovanju do drugih, bolj se mora zanašati na zunanje vire pri samo-evalvaciji. Struktura identitete je torej dinamična in ne statična. Elementi se nenehno dodajajo in drugi izločujejo.

Uletova (2000) pa dodaja, da je identiteta dinamična subjektivna struktura, ki vsebuje vseskozi aktivne elemente, ki jo vzdržujejo. Je tisti občutek samoidentičnosti in kontinuitete osebnega doživljanja, ki je zbran okoli *jaza*. Medtem ko je jaz »odločilna sintetizirajoča duševna funkcija, ki pri odraščajočem otroku sčasoma združi izbrane pomembne identifikacije v realno predstavo o njem samem in o njegovih vlogah v družbi. Identiteta je potemtakem temeljni in splošni občutek sebstva, ki pa ima tudi sam funkcijo nadaljnega vzdrževanja koherence in kontinuitete posameznika« (Ule 2000, 128). Sebstvo je razumljeno kot neka od drugih oseb ločena, v sebi zajeta, neodvisna, konsistentna, enotna in zasebna celota psihofizičnih potez, značilnosti, nagnjenj ter sposobnosti človeka (Ule 2000, 324).

Posameznikovo dojemanje in občutenje sebe se čez čas spreminja ter nadgrajuje, prav tako se spreminja tudi njegova podoba o samem sebi, ki si jo zgradi na podlagi pričakovanj ter mnenja drugih. Backman (v Stantulescu 2011) v kontekstu družbenih odnosov pravi, da občutek sebstva vključuje dva pola: osebno sebstvo (personal self), ki kaže sliko idiosinkratskih vidikov sebstva, in družbeno sebstvo, ki reflektira informacije o skupinah, ki jim posameznik pripada. Prav ta dinamična struktura sebstva, ta nenehni lov med subjektivno predstavo sebe in pričakovanji drugih, posameznika potiska k novim raziskovanjem sebe, spremembam vedenja in ponovnemu premisleku o tem, kdo je in kdo želi biti.

Za to, da bi se posameznik spoznal, se mora obrniti tudi vase. Ko se opazuje, vzpostavlja določene samopredstave in se na podlagi teh tudi presoja. Proces samopresojanja se, kot pravi Erikson (v Poljšak Škraban 2004, 29), odvija na dveh pretežno nezavednih ravneh:

- *Na prvi se posameznik presoja v skladu s sodbami, ki jih doživlja in za katere misli, da jih imajo o njem drugi. Drugi pa vzpostavljajo o njem predstave in sodbe na podlagi treh primerjalnih vidikov: na primerjavi sebe z njim, na podlagi primerjave sebe z drugimi člani skupine in na podlagi primerjave sebe z idealno samopredstavo ter predstavo o drugem.*

- *Druga raven oblikovanja identitete pa zajema posameznikove presoje, ki naj bi jih imeli o njem drugi in vzpostavlja sodbe na podlagi naslednjih primerjav: na podlagi primerjave samopredstave s predstavo, za katero meni, da jo imajo o njem drugi, na podlagi primerjave sebe z drugimi in na primerjavi sebe z idealno samopredstavo ter predstavo o drugih.*

Posameznik naj bi bil torej sposoben ločevati med svojimi željami, hotenji in tistimi vlogami, funkcijami, ki mu jih dodeljuje družba. Kot pravi Erikson (v Ule 2000, 127) gre predvsem za proces uglasitve in regulacije medsebojnosti, tako z zunanjim kot notranjim svetom.

3.4.1 RAZVOJ IDENTITETE V ADOLESCENCI

Skozi interakcije z okolico, v procesih odnosov z drugimi, skušajo mladostniki v obdobju adolescence odgovoriti na vprašanje: »Kdo sem?«. Adolescenca se začne s procesom spolnega in reproduktivnega dozorevanja, ki vključuje pomembne psihološke ter socialne spremembe, te pa prek procesov, kot je individualizacija, v končni fazi vodijo k samostojnosti in avtonomiji (Skoog et al. 2015, 500).

Razvoj identitete v obdobju adolescence Uletova (2000, 128) povzema po Eriksonu, ki pravi, da vse komponente identitete potencialno obstajajo v otroku; v določenem razvojnem obdobju se sleherna izmed njih razvije do vrhunca, potem preide v krizno fazo, ki traja do razrešitve oziroma do novega razvojnega obdobja. Potemtakem identiteta nastaja na podlagi izkušenj kriz in protislovij, ki jih mora vsak posameznik premagati, da se lahko dvigne do naslednjih razvojnih faz (Ule 2000, 129). Erikson (v Ule 2000, 129–133) omenja osem glavnih identitetnih kriz, od tega jih pet sodi v otroštvo in mladost, tri pa v odraslost oziroma starost. Odločilna doba v razvoju identitete je, za Eriksona, prav peta doba v razvoju identitete, in sicer *kriza adolescence oz. kriza identitete*, v kateri se izoblikuje *jaz identitete*, za kar so značilna trenja med potrditvijo in difuzijo identitete.

Kriza identitete v adolescenci zahteva od mladostnika, da veliko bolj zavestno kakor prej preživi to krizo in da zavestno integrira izkušnje prejšnjih kriz. Označujejo jo intenziven razvoj duševnih in telesnih sposobnosti in večja pričakovanja družbe glede dejanj, odločitev in načinov sprejemanja socialnih vlog. Pozitivna rešitev te krize potemtakem zahteva, da posameznik sprejme samega sebe, svojo psihofizično osebnostno celoto, pa

tudi, da drugi ljudje sprejmejo njega in da dobi priznanje za svoja dejanja in podporo pri prizadevanjih za samostojno vključitev v družbo (Ule 2000, 131).

James Marcia (v Poljšak Škraban 2004, 21) identiteto razume kot »dinamično strukturo osebnosti, ki v sebi združuje posameznikove nagone, navade, stališča in notranje identifikacije. Bolj kot je struktura razvita, bolj se oseba zaveda svoje edinstvenosti in podobnosti z drugimi ter svojih šibkosti in moči«. Marcia (v Ule 2000, 133) je nadaljeval s študijami o identiteti v adolescenci z analizo identitetnih statusov oziroma načinov, kako adolescenti rešujejo krizo identitete. Razlikuje med štirimi identitetnimi statusi: razvita identiteta (identity achievement), moratorij, privzeta identiteta (foreclosure) in identitetna difuzija. Če povzamemo razlike med štirimi identitetnimi statusi, po Marcii (v Ule 2000, 134):

- a. Mladostniki z *razvito identiteto* gredo skozi vse pomembne faze raziskovanja in opravijo pomembne obveznosti iz glavnih statusnih področij. Za njih se zdi, da so uspešno premagali krizo identitete. Niso tako angažirani kot moratorijski mladostniki in ne tako prepričani v svoje vrednote, kot tisti s privzeto identiteto, vendar dobro prenašajo tveganja in negotovosti, odporni so na napade ter imajo dobro razvite samoregulacijske procese. Zaradi tega, ker vidijo več alternativ in sprejemajo več tveganj, naj bi ti mladostniki doživljali identitetne krize bolj intenzivno kot ostali.
- b. Mladostniki s *privzeto identiteto* niso zaključili procesa samoraziskovanja, obstali so na neki točki in prevzeli že narejeno identiteto, največkrat od svojih staršev. Ti mladostniki razrešijo krizo identitete brez eksploracije. Gre za najhitreje razrešeno krizo identitete, ki se odraža v dobro organiziranih, ciljno usmerjenih, konformnih, prijaznih posameznikih, ki z drugimi vstopajo v konvencionalne in stereotipne odnose.
- c. Mladostniki v *moratorijskem statusu* so v raziskovalni fazi in si aktivno prizadevajo za to, da bi krizo identitete razrešili. Zanje je značilna totalna eksploracija, to je status v razvoju, ker je posameznik aktiven v iskanju med alternativami. Mladostniki v tem statusu intenzivno in aktivno eksperimentirajo ter raziskujejo samega sebe in okolje, iščejo svoj pogled na svet ter svoj način življenja. So najbolj moralno občutljivi, najmanj avtoritarni, saj nihajo med uporništvom in konformnostjo. Kot pravi Poljšak Škraban (2004, 55) te mladostnike odlikuje visoka stopnja samospoštovanja, do

drugih ljudi so odprti in odkriti, močno težijo k spoznavanju novih pojavov znotraj ter zunaj sebe.

- d. Za četrto skupino adolescentov, skupino z *identitetno difuzijo* oziroma *razpršeno identiteto*, pa je značilno, da so se sicer spustili v eksploracijo samega sebe in okolja, vendar je bilo to zanje bolj potepanje kot raziskovanje, praskanje po površini preizkušenih identitet. Posameznik v obdobju razpršene identitete krize še ni doživel, svoje identitete tudi ni sposoben opredeliti. Njihovo čustvovanje je močno, a večinoma skrito, saj so nezaupljivi, načela pa menjavajo glede na zunanje vplive (Poljšak Škraban 2004, 53–54). Značilnost identitetne difuzije je njena nedovršenost. Del adolescentov v tem statusu je apatičnih in socialno izoliranih, drugi del pa Marcia (v Ule 2000, 135) imenuje »playboys« in »playgirls«. Prvi se izogibajo socialnim stikom, drugi pa jih kompulzivno iščejo. Za oboje naj bi veljalo, da niso dobro integrirani v družbo, so interpersonalno plitki, občutljivi na strese, konformni do zunanjih zahtev, imajo nizko stopnjo samospoštovanja in najnižjo stopnjo moralne presoje.

3.4.2 OBLIKOVANJE IDENTITET SKOZI ODNOSE

Muuss (v Poljšak Škraban 2004, 67) povzema študije, ki primerjajo razlike med spoloma v procesu oblikovanje identitet in ugotavlja, da na najbolj tradicionalnih področjih raziskovanja identitete (izbira poklica, religija, odnos do politike) razlik med spoloma večinoma ni več opaziti, prav tako ni razlik v časovnem zaporedju razvoja identitete in tudi ne v osebnostnih karakteristikah za vsak identitetni položaj posebej.

Marcia (v Poljšak Škraban 2004, 68) pravi, da je identiteta žensk kompleksnejša kot identiteta moških, saj gre pri ženskah bolj za uravnoteženje in organizacijo vsebin v organsko celoto, ženske pa pri oblikovanju svoje identitete upoštevajo tudi interakcijo s pomembnimi drugimi. Podobno, je ugotovila Josselsonova (v Poljšak Škraban 2004, 68), da dekleta oblikujejo in utrjujejo svojo identiteto predvsem skozi socialne odnose, ki jih vzpostavijo z vrstniki, partnerji in družino. Med seboj pa naj bi se razlikovale glede na dejstvo, v kolikšni meri so pripravljene in sposobne raziskati svoje razvojne možnosti, v kolikšni meri uresničijo svojo individualnost in edinstvenost ter v kolikšni meri si dovolijo vplivanje posameznih drugih na samoopredeljevanje (Josselson, *ibid.*).

Kot pravi Josselsonova (ibid.) se ženske organizirajo na osi separacija - povezanost, saj je za dekletov razvoj izredno pomembna mreža odnosov, ki si jo ustvari. Skoog et al. (2015) ugotavljajo, da adolescentke uporabljajo spletna socialna omrežja ravno za ohranjanje starih in vzpostavljanje novih družbenih stikov.

Pri ustvarjanju odnosov z drugimi ima ključno vlogo samorazkrivanje (self-disclosure), ki je, kot pravita Brown in Larson (v Skoog et al. 2015, 500), osrednji del formiranja odnosov in identitete v adolescenci. S samorazkrivanjem ljudje zavestno delimo neka svoja mišljenja in čustva z drugimi, pri tem pa postanemo ranljivi. Toda tovrstno deljenje delov sebe z drugimi je še posebej značilno za spletna socialna omrežja, kot so v svoji raziskavi o definiranju identitete in stopnji intimnega razkrivanja, izvedeni med poznimi adolescenti, ugotovili Zayira Jordán-Conde, Brian Mennecke in Anthony Townsend (2014). Adolescentke torej prek samorazkrivanja ohranjajo in vzpostavljajo odnose na spletnih socialnih omrežjih ter iščejo informacije o tem, kaj je družbeno sprejemljivo in zaželeno: preverjajo profile prijateljev, jim pišejo sporočila, komentarje, všečkajo fotografije, se z njimi primerjajo, idr.

3.5 ŽENSKA IDENTITETA

Eden najočitnejših ključev za ugotavljanje kaj ženska je, je primerjanje s tem kar ženska ni, torej z moškim. Razlikovanje med moškim in žensko je globoko zakoreninjeno v naših vsakdanjih življenjih: obsega vse, od tega, kakšne poklice naj bi opravljale ženske in kakšne moški, kakšne lastnosti naj bi imeli eni in drugi, kako naj bi se izražali eni in drugi, kakšni naj bi bili naši hobiji in tako dalje. Obnašanje adolescentk je zagotovo vsaj delno učinek binarnih spolnih ideologij, tega, kaj je primerno socialno vedenje deklet in fantov (Rener 2000, 208). Zato se moramo dotakniti tudi tega, kaj je v današnji družbi dojeta kot značilno žensko, kako naj bi se ženske obnašale in kakšen naj bi bil njihov videz. Adolescentke se namreč za referenco o tem, kaj se razume kot žensko, obračajo na mater, prijateljice, zvezdnice, like v knjigah, filmih, nadaljevankah, zgodbe v medijih itd. ter čedalje več tudi na vrstnice na spletnih socialnih omrežjih (Bell in Dittmar 2011; Tiggemann in Miller 2010, v Fardouly et al. 2015, 39). Z vseh strani torej prejemajo informacije o tem, kakšna naj bo ženska, tako znotraj in na zunaj. Kot pravi Goffman (v Frost 2005, 65) je tisto, iz česa je sestavljena ženska oziroma moška narava, pravzaprav sposobnost posameznika, da se nauči, kako zagotoviti in brati uprizoritve moškosti ter ženskosti in pripravljenost, da te uprizoritve prevzame nase. Pri tem moramo poudariti, da predstave ženskosti niso preprosto 'prilepljene' na ženske s strani

družbe, temveč jih lahko same ponotranjijo, spremenijo, saj so tako proizvod kot producent družbenih pomenov (Goffman v Frost 2005, 66).

Kakšno vlogo pri samoprezentaciji na spletu, v okviru spolnih ideologij, imajo fotografije? Manago s kolegi (v Herring 2015, 5) so v študiji o samoprezentaciji in spolu na MySpacu ugotovili, da adolescentke dajejo večji poudarek izbiri slike, na kateri so privlačne. Tako moški kot ženske pa so se v tej raziskavi pokazali kot reproducenti stereotipnih predstav spolov: ženske so se predstavile kot privlačne in dostopne, moški pa kot močni ter nečustveni. Izbira slik med moškimi adolescenti je bila bolj raznolika, saj so izražali dominantna, idealizirana ali povezujoča vedenja, medtem ko so se ženske na svojih profilnih slikah predstavljale kot zapeljive. Hum et al. v vsebinski analizi profilnih fotografij na Facebooku (v Tifferet 2014, 389) razlik pri številu profilnih slik, stopnji aktivnosti na njih in 'primernostjo' med moškimi ter ženskami niso ugotovili, kar pripisujejo eksplorativni hipotezi obnašanja adolescentk in adolescentov. Tifferet et al. (2014, 394) pa so v svoji študiji o razlikah v samoprezentaciji med spoloma na primeru Facebooka navedli naslednje značilnosti: ženske naj bi na svojih profilih izražale več čustev in bile manj skrivnostne, na fotografijah pa naj bi se trudile, da predstavijo mehko žensko podobo s smehljanjem in očesnim stikom.

Fotografije, objavljene na spletnih socialnih omrežjih, so pomemben gradnik pri predstavljanju moške/ženske identitete posameznika ali posameznice, saj lahko z njimi uporabniki/ce, neodvisno od ozke opredelitve, ki jo ponuja struktura Facebooka pri ustvarjanju profila, preizkušajo, prilagajajo in spreminjajo svojo (spolno) identiteto. Pri tem Gosser (2011, 12) poudarja, da lahko posamezniki na Facebooku izbirajo zgolj med moškim in ženskim spolom in se s tem opredelijo kot »jaz sem moški« ali »jaz sem ženska«, kar izključuje trans-spolnike in posameznike, ki še niso prepričani o svoji spolni identiteti, ter jih sili k izbiri. Medtem pa fotografije, posnete in objavljene na Facebooku, sebi, predstavljajo subjektivno plat, kaj posamezniku/ci pomeni oz. kako razume, kaj pomeni »biti moški« oziroma »biti ženska« ter tudi vse ostalo, kar ne spada v ti dve kategoriji.

3.5.2 TELESNA SAMOPODOBA IN LEHOTNI IDEALI

Lahko bi rekli, da svoja telesa uporabljamo kot oglasne table, na katere *zapišemo* podatke o svoji identiteti. Tako na primer fit, izklesano in urejeno telo dandanes pomeni, da smo tudi

sami uspešni, zdravi, dobro preskrbljeni in izobraženi. S svojim telesom se ukvarjamo, ker želimo, da bi projeciralo *pravo*, želeno sporočilo. Tudi kaj na telo damo, kakšna oblačila, dodatke, pričeske, ličila uporabljamo, vse je lahko sporočilo o tem kdo smo, koliko smo stari, ali smo moški/ženska, kakšna je naša spolna usmerjenost, od kod prihajamo ipd. Telesa so torej družbeno skonstruirana. Svoj odnos do telesa, kako o lastnem telesu razmišljamo in čutimo, naša samopodoba, pa vpliva tudi na počutje o nas samih, na našo samozavest. Videz je zato pomemben del identificiranja z neko identiteto.

Zakaj so ženske tako okupirane s svojim videzom? Najlažji odgovor je, da si želijo biti sprejete, ljubljene in všečne. Mlade ženske lahko pri želji po družbeni vključenosti kot ključni pomen razumejo svoj videz, pravi Frost (2005, 77), pri tem pa morajo do sebe gojiti odnos nenehnega anksioznega samoocenjevanja. Slednje zato, da bi bile »dovolj privlačne«, da bi jih sprejeli. Za to, da bi lahko ocenile, kakšne so in ali so blizu idealov, so se primorane primerjati z drugimi ženskami. Glede na to, da je na Facebooku vsako uro naloženih 10 milijonov fotografij (Mayer - Schönberger in Cukier, v Fardouly et al. 2015, 38), je to prostor, kjer se ženske lahko redno primerjajo med seboj. Kot sta v svoji raziskavi ugotovila Tiggemann in Slaterr (v Kim 2015, 332), je čas, ki ga adolescentke preživijo na Facebooku, povezan s povišano stopnjo zaskrbljenosti nad telesno samopodobo, vključujoč internalizacijo ideala vitkosti, nadzorovanja telesa in želje po vitkosti. Še več, Meier in Gray (ibid.) sta specifično izpostavila dejavnosti (objavljanje, deljenje) v povezavi s fotografijami na Facebooku z motnjami v telesni samopodobi.

Kot pravi Kuharjeva (2003, 865), je v obdobju adolescence zaskrbljenost glede telesnega videza na vrhuncu. V svoji raziskavi o tem, kako mlade ženske doživljajo nezadovoljstvo s telesom, je ugotovila, da so dokaj enotno opisale idealno žensko telo. To naj bi bilo »vitko, postavno, z opaznimi mišicami in poudarjenim oprsjem, zagorelo, brez celulita, z lepimi lasmi, kožo in zobmi«, kar je pravzaprav konvencionalni zahodni ideal privlačne ter sprejemljive postave (Kuhar 2003, 867). Zaradi širšega občinstva, ki mu morajo pokazati svojo popolno podobo, so ženske pod napetostjo, pričakovanja zunanjih pritiskov in želja po izpopolnjevanju svoje podobe pa se odražajo v frustracijah, predvsem, kar se tiče družbenega ideala vitkosti.

Telesna lepota pa je le del lepotnih idealov, h katerim naj bi ženske strmele. Poleg vitkega telesa moramo omeniti še modne dodatke, obleke, ličila in druge pripomočke, ki ustvarjajo 'popoln videz'. Dekleta svojo postavo in videz primerjajo s podobami, ki jih vidijo v medijih, tistimi, ki jih vidijo v dejanskem življenju in v času spletnih socialnih omrežij, tudi s tistimi, ki jih vidijo na spletu. Vprašanje, ki se poraja je, s katerimi in zakaj točno s temi ženskami se primerjajo posameznice? Kaj je na njih tisto, zaradi česar se je vredno primerjati?

Festinger (v Kim 2015, 332) trdi, da so ljudje nagnjeni k primerjanju sebe z drugimi, ki so na nek način boljši. Giddens (v Frost 2005, 68) v kontekstu samorefleksivne konstrukcije identitete, ki vključuje tako življenjski stil kot telo, pove, da se posamezniki skušajo nadgraditi v relaciji do dostopnih različic sebstva in tako lovijo perfekcijo oziroma svojo 'najboljšo različico'. Težava pri tem je, da je posameznik težko zadovoljen sam s seboj, če se primerja z nekimi nedosegljivimi ideali. Če kot primer vzamemo revije ali medijsko posredovane fotografije zvezdnikov in zvezdnic ugotovimo, da je medijska predstavitev lepote in telesnih idealov največkrat kombinacija fotografije ter intenzivna uporaba računalniških orodij, ki fotografije znanih oseb (ki so že tako v odlični telesni pripravljenosti, imajo za seboj številke stiliste, trenerje, frizerje in maskerje) še dodatno popravijo, izboljšajo, recimo temu 'polepšajo' tako, da ustrezajo družbenim merilom lepote. Na spletnih straneh socialnih omrežij je sicer takšnih idealiziranih podob manj, obstajajo pa idealizirane slike družbenih vrstnikov (Kim 2015, 331), ki fotografije prav tako popravijo ali olepšajo (s filtri, okvirji, spremembo barve in kontrasta, nalepkami ipd.).

Vprašanje je, kako se v to zgodbo vključijo Facebook, Instagram, Snapchat in druga priljubljena orodja komunikacije med mladimi. Na spletnih socialnih omrežjih adolescentke pridejo v stik s širšim krogom ljudi, z večjim številom potencialnih vzornic, pa tudi z večjim številom potencialnih primerjav, in kot ugotavlja Kim (2015, 333), je v okoljih, kjer gre za komuniciranje med vrstniki, medsebojnih primerjav več, kot tistih z medijskimi vzorniki, pri primerjanju s sovrstnicami pa naj bi vodile prav ženske. Pri tem naj bi se od pojava sebkov, kjer je fokus največkrat obraz, ženske začele primerjati na podlagi obraza, las in kože (Fardouly et al. 2015, 39). Fardoulyjeva in ostali (ibid.) so v svoji raziskavi ugotovili, da Facebook nima neposrednega vpliva na nezadovoljstvo žensk nad svojim telesom ali željo, da bi spremenile svojo težo ali oblikovanost telesa. Ugotovili pa so, da je povezava med uporabo Facebooka, primerjavami na podlagi videza in željo po spremembi obraza, las ali

kože, močno navzoča pri tistih ženskah, ki se primerjajo z drugimi po obisku Facebookovih strani.

4 RAZISKAVA

4.1 METODOLOGIJA, CILJI, RAZISKOVALNA VPRAŠANJA

Empirični del diplomske naloge obsega intervjuje z adolescentkami, ki ustvarjajo in objavljajo sebkve na spletnem socialnem omrežju Facebook. K sodelovanju sem jih prosila s pomočjo skupnih prijateljev, znancev ali družinskih članov. Intervjuje sem opravila s petimi adolescentkami, starimi med 14 in 15 let. Raziskava je potekala v juliju in avgustu 2015. Metoda zbiranja podatkov je bila polstrukturirani intervju, saj sem želela dati glas adolescentkam samim in jim skušala omogočiti največjo možnost izražanja njihovih mnenj, pogledov, prepričanj itd. Namen intervjujev je bil prisluhniti, kaj mislijo o sebkvih in kako jih uporabljajo. Cilj je bil raziskati povezavo med sebkvi in samopredstavljanjem ter samopodobo, kako adolescentke raziskujejo in izražajo svojo identiteto prek sebkov ter kakšni so njihovi motivi za ustvarjanje in objavljanje sebkov.

Težave, s katerimi sem se pri empiričnem delu soočala, so bile povezane predvsem s pridobivanjem sodelujočih oz. njihovo sproščenostjo, pripravljenostjo za intervju. Zaradi tega vzorec sodelujočih šteje le 5 adolescentk.

4.2 POLSTRUKTURIRANI INTERVJU

Pred intervjuji sem pripravila okvirna vprašanja oz. vodila za intervjuje, med intervjuji pa sem se skušala prilagajati odgovorom sodelujočih, zato vprašanja pri posameznih intervjujih niso enaka.

Čez celoten intervju pa sem skušala razbrati predvsem njihove motive za ustvarjanje in objavljanje sebkov, ki jih objavijo na spletnih socialnih omrežjih, konkretnije na Facebooku.

V prvi sklop vprašanj spadajo splošna vprašanja, o praksi ustvarjanja in objavljanja sebkov: zanimalo me je, kako definirajo sebkve, kako poteka fotografiranje od ideje do izvedbe, ali se pred tem uredijo in kako obdelajo fotografijo ipd.

Pri vprašanjih drugega sklopa me je zanimala družabna plat sebkov: ali se fotografirajo same, če jih je več na sebkvih, kdo so ti ljudje, kaj jim pomeni skupinski sebkve, kako se odzovejo na pozitivne in negativne komentarje, kaj jim pomenijo všečki ipd.

V tretji sklop vprašanj spadajo vprašanja o videzu in odnosu do telesa v kontekstu sebkov: ali se primerjajo s kom, kakšno mnenje imajo o svojem videzu in skrbi zanj ipd.

4.3 VZOREC

V raziskavi je sodelovalo 5 adolescentk, ki jih bom zaradi obljube, da bodo njihovi odgovori popolnoma anonimni, imenovala A1, A2, A3, A4 in A5. Njihova starost je med 14 in 15 let, tri prihajajo iz osrednje Slovenije, ena iz Celja in ena z Gorjanskega.

Tabela 4.1: Demografski podatki sodelujočih adolescentk

OZNAKA SODELUJOČE ADOLESCENTKE	STAROST	PREBIVALIŠČE
A1	15	Ljubljana
A2	15	Ljubljana
A3	15	Ljubljana
A4	15	Celje
A5	14	Gorjansko

A1 je aktivna adolescentka, ki z objavljanjem sebkov niha. Objavlja jih več ali manj, odvisno od zasedenosti z obšolskimi dejavnostmi in svojega počutja. Objavi veliko skupinskih sebkov, kjer je vidna s prijateljicami. A2 objavlja sebke skoraj vsak dan, dostikrat so fokus njenih fotografij njena oblačila in ličila. A3 sebkov ne objavlja pogosto, če že, pravi, da jih objavi zaradi sebe, ko se dobro počuti, ko je dobre volje. A4 pravi, da ima obdobja, ko naredi veliko sebkov in tista, ko jih ne naredi nič. Večino sebkov zadrži zase, nekaj pa jih objavi. A5 zase pravi, da naredi ogromno sebkov, vendar objavi le enega v seriji. Vse sodelujoče objavljajo sebke na Facebooku, A1 in A2 pa sta omenili tudi Instagram in Snapchat.

4.4 SODELUJOČE O SEBKIH

Dekleta se med seboj razlikujejo, zato se razlikujejo tudi njihovi pogledi na sebke. To se je pokazalo že pri njihovem poskusu definiranja, kaj sebek pravzaprav je. Zanimivo je, da tri od petih deklet ne ločujejo avtoportreta (fotografijo sebe, ki jo naredi avtor sam) od sebka (fotografijo sebe, ki jo naredi avtor sam, ponavadi s pomočjo pametnega telefona in jo potem objavi na enem od socialnih omrežij), temveč to enačijo. V svojih pripovedih sebek namreč opišejo kot »način fotografiranja samega sebe« (A3), »je pač fotografija osebe, ki jo pač naredi sama« (A4) ter »nov način fotografiranja sebe enaindvajstega stoletja« (A5). Pri

tem pa adolescentke A5, A4 in A3 posebej ne poudarijo, da mora biti sebek tudi objavljen na spletnem socialnem omrežju. Sodelujoča adolescentka A1 izpostavi tako uporabo telefona kot tudi to, da je treba sebek objaviti: »to je, ko s fonom sebe fotkaš al pa sebe s frendi, pol pa objavljaš«, adolescentka A2 pa to definicijo nadgradi z izjavo, da so sebki »... slike, ki jih narediš z mobijem in pol objaviš na Facebooku, Instagramu. Slikaš pa sebe, večinoma obraz ... No, če se slikaš v ogledalu al pa kej, da pokažeš outfit, še telo«, kjer doda še tretjo komponento, to so spletna socialna omrežja, konkretnije Facebook in Instagram.

Ugotovila sem, da pogostost objavljanja in število narejenih sebkov močno niha od ene do druge sodelujoče. Nekatere objavljajo dnevno, kot adolescentka A2, adolescentki A1 in A4 pa pravita, da imata obdobja, ko objavljata več, drugič manj, sodelujoča A3 pa raje večino sebkov zadrži zase. Podobno je pri ustvarjanju sebkov, le da je tu večina povedala, da naredi kar veliko fotografij, kjer pa potem objavi le eno ali pa še to ne.

Čist odvisno, mam dneve k se mi ful fotka al pa ful dogaja, pa dam pol tud takoj gor slike. (A1)

Ja, jst kr objavlam. Recimo enega na dan sigurn. (A2)

Osebno selfijev ne delam pogosto. V enem dnevu jih naredim od 5–10, kar na mesec znese manj kot 30 selfijev. Od tega zelo malo selfijev pristane na internetu, skoraj nič. (A3)

Pr men je tko, da mam dneve, k selfije delam skos, pol pa ene par tednov nč in pol spet. (A4)

Naredim jih ogromno in objavim v večini primerov samo enega. (A5)

Zanimivo je tudi, da nekatere od njih pri ustvarjanju sebkov pomislijo na stvari, ki sodijo k teoriji fotografije: svetloba, ozadje, kontrasti ...

Ja, filtre uporabljam, lepo poudarjo barve oziroma skrijejo kšno nepravilnost, uglavnm, fajn so za na hitr zboljšat fotko. Sam dostkrat je najbolj, če najdš kul ozadje, da nimaš lih krneki zadej, pa če je ok svetloba. Tko, da zgleda. Pa se pol tm fotkaš. Da ni use nametan ... Učasih recmo, uporabm en app, drugič drug. Učas dam fotko v BNW, ker ful bolj zgleda. Učasih dodam kšn okvir. Al pa dam več slik skp v en kolaž ...

Na računalnik se mi ne da dajat ... S j itak lah use s telefonom nardiš. Fotkaš, zrihtaš, pol pa še objavš. Ful je takih appov. Še videe lah sestavš, pa nardiš kt en video ... mislm kt filmčk. Ful se da narest. (A2)

... in se poigrayo tudi z uporabo različnih aplikacij, namenjenih za obdelavo fotografij, kjer lahko fotografijo obrežeš, dodaš okvir, različne filtre, spremeniš moč svetlobe, kontrasta in tako dalje. Vse so omenile, da pri urejanju sebkov uporabljajo filtre, če ne vedno, pa vsaj pogosto.

... vse, kar potrebujem, je dobra svetloba, zaradi kvalitete slik, dobra volja in nekaj klikov na telefonu. Filtre uporabljam občasno, ker naredijo sliko bolj svetlo, bolj živahno in polno energije. Pa pri filtrih izbiram naravne efekte, saj si ne želim, da izgleda vse umetno in nepristno. (A3)

4.5 MOTIVI ZA USTVARJANJE IN OBJAVLJANJE SEBKOV

Sodelujoče so kot razloge, zakaj ustvarjajo sebkke, navedle različne stvari, od dolgčasa, »ker to vsi počnejo«, do zabave in druženja, zajemanja trenutkov oziroma spominov ter izražanja osebnega stila. Podrobneje bom predstavila tri motive, ki so se mi zdeli najbolj zanimivi in/ali jih je navedlo največ deklet.

4.5.1 DRUŽENJE, POVEZOVANJE IN PRIJATELJSTVO

Skoraj vse adolescentke, ki so sodelovale v raziskavi, so omenile, kako je ustvarjanje in objavljanje sebkov na takšen ali drugačen način povezano z druženjem s sovrstniki, prijatelji. Samo druženje se pri nekaterih začne še pred fotografiranjem, kot je na primer omenila adolescentka A5, naredi ogromno sebkov s sestrično, ko jo obiše v Ljubljani. V času druženja nastane želja, ideja po skupni fotografiji. Sledi skupno fotografiranje, pregledovanje narejenih fotografij, izbiranje tistih, ki so vredne objave oz. ohranitve v albumu na telefonu, izbira filtrov in popravkov ter delitev med spletne prijatelje na socialnih omrežjih. Tu pa se druženje, povezovanje in izkazovanje prijateljstva še nadaljuje. Facebook uporabnikom omogoča, da na objavljeni sliki označimo (tag), kdo je na njej prikazan, torej lahko zapišemo, s kom se ta trenutek družimo. S tem izkazujemo svojo prijateljsko vez. Uporabniki, ki si naloženo fotografijo ogledajo, lahko prav tako stopijo v komunikacijski proces z všečkanjem in komentiranjem.

Sodelujoče so povedale, da ustvarjajo skupinske sebke, kjer se jim na fotografiji pridružijo tudi prijatelji/ce, sošolci/ke ali fant.

Ponavad te punce s plesnih. K smo res dbest ekipca. Že tko se ful družmo, pa vse. Skupinski selfi, ma to je tko, kokr družinske fotke, sam d niso prisiljene. Aveš, pač folk ti je kul, z njimi se maš dobr, si del te grupe in to je to. Zakaj se pol ne bi fotku skp, to je zdj to. Tko se mi družmo, kaj js vem. (A1)

S prjatlcamami se včasih skupi fotkamo. Al pa ena drugo ... Aja, kaj mi pomen, da se fotkam s prjatlcamami? To, da jih mam radaaa. Da se mam najbolj skupi. (A2)

Pri njihovih odgovorih sem opazila, da se druženje in povezovanje začne mnogo pred objavo na spletu. Ustvarjanje sebkov je danes za mlade način druženja, ki v večini primerov izvira iz prijateljstev, nastalih v dejanskem življenju, ta pa se raztezajo, prenašajo tudi v svet online.

Zanimivo je tudi, da so se sodelujoče razdelile na dva pola, ko smo govorile o deljenju sebkov na spletnih socialnih omrežjih. Dve sta opazili nek pritisk, pravzaprav nujnost objavljanja sebkov na spletnih socialnih omrežjih. »Če ne objavš vsaj kšnga selfija na tedn, na dan, si čudn. Nben te ne opaz. Selfi objavš, da drugi vidjo, kaj počneš. Da pač si« (A1). Sebki služijo kot orodje, da adolescentke opozorijo nase, da pokažejo drugim, kaj se v njihovem življenju dogaja, obenem pa se izognejo negativnim odzivom okolice, ki jih prejmejo tisti, ki sebkov ne objavljajo. Te, kot je povedala adolescentka A1, označijo za čudne. Adolescentka A5 se za ustvarjanje skupinskih sebkov odloči, ko se po dolgem času vidi s prijateljicami ali pa gredo s šolo na izlet, pri tem pa doda, da »pač point selfijov je nekako, da jih objaviš«.

Drugi dve pa sta mnenja, da sebke raje zadržijo zase, kot na primer adolescentka A3, ki pravi: »Jih večinoma zadržim zase, in jih ne objavlam na spletu. Pokažem jih le prijateljem, saj se mi zdi, da je to dovolj in da jih ne rabi videt cel svet.« Ali pa jih objavijo, vendar, kot pravi sodelujoča adolescentka A4: »Javno jih objavim izključno zarad sebe, niti ne znam razložiti.«

Druženje in povezovanje se nadaljuje tudi po objavi. Spletna socialna omrežja, če se osredotočimo na Facebook, po objavi fotografij dajo možnost, da drugi in avtor objavo všečkajo (likajo) ali pod njo pustijo komentar (comment). Všečki in komentarji imajo, kljub temu, da so nekatera dekleta odgovorila, da sebke objavljajo izključno zase, pomembno

vlogo. Na vprašanje, kaj jim pomeni, da njihovi spletni prijatelji všečkajo njihove sebke, so sodelujoče odgovorile:

Da smo frendi, da je kul fotka, da sm zanimiva ... tko. (A1)

Pomen mi to, da so jim fotke ušeč, da jim je ušeč moj način oblačenja, da sm jim js kul, pač, da smo prjatli. (A2)

Lajki mi niso pomembni, ni mi pomembno, če imam 1 like ali 100 lajkov. Več pa mi pomenijo lajki dobrih prijateljev, za ostale pa sem vesela, ker te osebe vidijo nekaj v tem selfiju. (A-3)

Všečke oziroma like povezujejo torej s tem, da so drugim všečne, da so jim *kul* in da jih sprejemajo kot prijatelje, pri tem pa imajo večjo težo oziroma vrednost tisti všečki, ki jih podelijo prijatelji, s katerimi se družijo tudi v dejanskem svetu.

Komentarji pod sebki so prav tako pomemben del komunikacije med tistim, ki sebek objavi, in tistim, ki ga na spletu vidi ter se odloči, da nanj komentira. Komentarji, podobno kot všečki, če so pozitivni, vplivajo na splošno dobro počutje: »*Po navadi dobivam pozitivne komentarje, zato se počutim dobro*« (A1). Adolescentka A5 celo poveže komentarje, v katerih je pohvaljena, z dobrim počutjem in samozavestjo: »*I guess, da se tko počutim dobro, sam mi je tud useeno in nvem, valda frendi te pohvalijo in pol si bolj confident about yourself in nism še dobila negativnega komentarja.*«

Sodelujoča A1 pa opaža, da pozitivni komentarji počasi postajajo sami po sebi umevni, pomembnejšo vlogo imajo, tako kot pri všečkih, tisti, ki jih napišejo prijatelji: »*Sj večinoma so ful uredi komentarji. Mislm, ok, sej ful folka kr neki napiše, sam tok da napiše ... Ni velik slabih komentarjev. Bl je tko ... vidla, vidu sm tvojo slikco, kul je. Kt neka potrditev. Frendice ponavad kej bl napišejo, tist je pa lepo prebrt.*«

Vprašala sem jih tudi, ali se med vsemi komentarji najdejo tudi negativni in kako se odzovejo na njih. Povedale so, da je med komentarji malo negativnih. Sodelujoče se do negativnih komentarjev distancirajo. Nekatere jih izbrišejo, druge pa ignorirajo in se ne spuščajo v konflikt.

Ja, se najde kšn. Pa če je ful grdo, kr zbrišem. Ne rabm takih. (A2)

Negativne komentarje ignoriram. (A4)

4.5.2 SHRANJEVANJE SPOMINOV IN OBČUTKOV

Skupinski selfi mi pomeni ohranitev nepozabnih trenutkov s prijatelji, sošolci. (A3)

Večinoma je to čisto spontano. K se kjul dogaja, al pa, da sem kje ne vem zuni al kej tazga, al pa k gremo na morje pa če vidm kej lepga, kak razgled ... al pa, če si z ljudmi, k so ti kul, s kerimi si frend, al pa kr tko ... (A1)

Kje jih nardiš, sploh ni važno, k jih nardiš tko, da maš nek spomin od tistega dneva. (A5)

Sodelujoče v raziskavi so večkrat izrazile, da ne gre pri fotografiranju sebkov pogosto za nič drugega kot to, da skušajo ohraniti lep spomin na nek dogodek, dan, občutek ali lokacijo. To storijo s fotografijo, v katero vključijo sebe. »So le posnetki samega sebe, ki so bili mogoči že od odkritja kamere, sedaj so samo dobili ime in popularnost. ... Drugače pa se mi zdi to praktičen posnetek slik, brez da težiš ostalim, da te slikajo« A3. Adolescentka A3 na zanimiv način reflektira sebkve v odnosu do tehnologije in njene uporabnosti. Mobilni telefoni s prednjo kamero omogočajo, da njihovi lastniki zajamejo fotografijo sebe na popolnoma enostaven način. In zakaj nastane želja po tem, da na primer v sliko lepe pokrajine umestimo še sebe? Pokrajino vidimo s svojimi očmi, sebe v njej in naša občutenja ob ogledu skušamo ujeti s sebkom. Podobno razmišlja adolescentka A3 ki pravi, da »lokacija ni pomembna, pomembno je samo vzdušje«. Adolescentka A3 skuša v sebkih ujeti vzdušje, ki ga je občutila v danem trenutku. Ta čustva, občutki, pa so najboljše vidni prav na izrazu obraza, v drži telesa. Posamezniki bi čez nekaj let ob ogledu slike pokrajine sicer verjetno postali nostalgični, se spominjali preteklih dogodkov, tistega prostora in časa, ne bi pa imeli vizualnega spomina na to, kako so se takrat počutili in kako so bili ob tem videti. Menim, da jim prav to omogočajo sebkve, ki so zajeti z namenom, da ujamejo občutek, vzdušje, čustvo v nekem danem trenutku. Sebkve nam dajo možnost, da sami vidimo, kako izgledamo ob doživljanju različnih čustev, da to delimo z drugimi in da jih shranimo v album na spletnem socialnem omrežju ali telefonu, tako kot smo to nekoč počeli z razvitimi fotografijami v albumu.

Za selfije se odločim takrat, ko se počutim dobro, veselo ... Nikoli jih ne posnamem zaradi drugih in na slab dan. Selfi mi dejansko pomeni ohranjanje veselih trenutkov.
(A3)

4.5.3 IZRAŽANJE OSEBNEGA STILA

Rek »Obleka naredi človeka« ne obstaja kar tako. Ljudje se od nekdaj razlikujejo, ocenjujejo in rangirajo med seboj s pomočjo oblačil. Tako kot je bila nekoč vijolična barva oblačil rezervirana za plemstvo, so danes oblačila prestižnih blagovnih znamk rezervirana za bogatejši sloj oziroma tiste, ki želijo dajati vtis, da mu pripadajo.

Adolescentke svojo identiteto pogosto raziskujejo prek pomerjanja različnih oblek, ličil, pričesk ipd. Moda je najhitrejši način, kako spremeniti svoj videz in svetu podati drugačno sporočilo o samem sebi. Adolescentka A2, ki jo moda še posebej zanima, s svojo podobo eksperimentira in jo tudi ponosno pokaže.

Ja, jst selfi naredim, ko hočem pokazat svoj stil ... To me zanima, men je to zabavno. Spremlam tud bloggerke. k sam o tem pišejo ... (A2)

A2 je edina od sodelujočih, ki je posebej poudarila, da sebe ustvarja in objavlja zato, da izrazi svoj osebni stil, pokaže smisel za kombiniranje oblačil in zanimanje za modne trende. Pri tem se ji zdi pomembno, da je na sebkcu videti dobro, vendar je na prvem mestu predstavitev sebe skozi oblačila, dodatke in ličila.

Ker me ful zanima moda, pa mejkap, in se lah prek selfijev predstavm. Razmisl, kaj bom oblekla, pol mal sprobavam obleke, pa poze in to ... pol se fotkam tko, da najbolj zgledam. Pa ne sam js ... pač tko u obraz ... tko, da se vid, kaj mam oblečen. (A2)

Glede na to, da spremlja blogerke, me je zanimalo tudi, v kolikšni meri jih posnema in skuša kopirati.

Ja, kašne stvari sigurno poberem, ne lih, da bi kopirala, ampak mi ostane, poberm kšn trik, idejo. Pa valda, k pride neki, kar je modern, se to počas začne povsod pojavlat in na blogih in v trgovinah ... počas majo že use sošolke. Probam najt nek svoj stil. (A2)

Adolescentki A2 sebki pomenijo možnost izražanja svojega stila oblačenja, za katerega meni, da je samosvoj. Zagotovo pa ni edina, ki meni, da so vizualne podobe lahko močno

sporočilno sredstvo, kdo si, kdo želiš biti in kako si želiš, da bi te videli drugi. Adolescentka A3 je, na primer, na vprašanje, kaj si želi, da bi na njenih sebkah videli drugi, odgovorila, da je to »vesela punca«, adolescentka A5 pa, da opazijo njeno zunanost.

4.6 SEBKI IN SAMOPODOBA

Glede na to, da je pri sebkah glavni fokus fotografije usmerjen večinoma na obraz, v nekaterih primerih tudi telo, je skoraj samoumevno, da moramo posebno pozornost nameniti videzu, telesu in temu, kaj o sebi in skrbi za lep videz v kontekstu sebkov mislijo sodelujoče adolescentke.

4.6.1 UREJENA ZA SEBEK ALI ZA SEBE?

Well, ja, pač logično je, da si ti središče selfija in zato se pol tud urediš in povdarek morš dat na use, če hočš met dobr selfi.» (A5)

Skušala sem izvedeti, ali se sodelujoče adolescentke še posebej uredijo, preden se fotografirajo. Odgovori so se tudi tu razlikovali.

Načrtujem? A to, da bi se lišpala pa preoblačla sm zato, da se slikam? No, to ne. Pač, ok, če se s prijatlcami kej zmenmo, pa zrihtamo, pa tko ... Sam se zrihtamo zarad zabave, ne zato, d bi pol selfi delale. To nekak pride zraven. Se zrihtaš, pol se pa pač fotkneš. K vsaj js nism usak dan pu ure pred ogledalom, da si dam mejkap gor. (A1)

Včasih si nardim mejkap, to je pa to. (A4)

Adolescentka A5 je tista, ki je vprašanje o tem, kaj želi, da drugi vidijo, opazijo na njenem sebkju, neposredno odgovorila, da je to zunanost. Zanja je *lepo* dekle fotogenično in urejeno (ličila). Sodelujoča A4 meni, da so sebkki le trend in da ji ne pomenijo nič, pa jih vendarle objavlja na spletu in kot pravi, se za slikanje sebkov odloči, »včasih zato, ker se res uredim, učasih pa zato, ker se res dobr, pozitivno počutm ob svojem obrazu«.

Dve od sodelujočih se posebej zato, ker se bosta potem fotografirali, naredili sebek, ne uredita, sta pa radi urejeni, ne glede na to, ali načrtujeta fotografiranje sebkov ali ne. Adolescentka A2 pravi: »Jst se dobr počutm, če sm urejena. Ne vem, če ma to kej s selfiji. Sj se učasih slikam kr tko, brez mejkapa, da se vid, d sm čist naravna. Sam mal dalj časa traja, da

nardim tapravo fotko ...». Podobno mišljenje ima tudi adolescentka A3: *»Mislim pa, da more biti človek vedno urejen, ne pa samo za slikanje in za splet.«*

Pričakovala sem, da bodo odgovori ravno nasprotni, da bodo sodelujoče opisale celoten postopek urejanja svoje zunanosti pred fotografiranjem. Sodelujoče adolescentke se torej posvečajo svojemu videzu in urejenosti, vendar tega v večini ne povezujejo s fotografiranjem sebkov. Večji pritisk kot to, da *morajo* izgledati dobro za sebek, se zdi vseobsegajoči trend sebkov, kjer, kot pravi sodelujoča A1, *»morš delat selfije, pa jih objavlat, da si vidn. Edin to je to negativno, k se počutš učas mal prisiljn«.*

4.6.2 SEBEK, SEBEK NA FEJSU POVEJ ...

Zanimalo me je tudi, ali se sodelujoče adolescentke po videzu primerjajo s svojimi vrstnicami, s slavnimi ali morda s kom drugim.

Primerjamo se tko al tko skos. Pa ni važno, a je to blog, selfi, revija al pa sošolka. Sj to ni lih slabo. Pač pogledaš, kakšni so drugi, nardiš selfi, pa vidš, kakšn si ti. In tko vidš, kako te drugi vidjo. (A2)

V večini so sodelujoče jasno povedale, da se s slavnimi ne primerjajo, sicer spremljajo njihove profile, toda to ne vpliva na njihove sebkke ali samopodobo. A2 je povedala, da se je sicer moč primerjati pravzaprav z vsemi, tako slavnimi kot osebno poznanimi, v čemur pa ne vidi nič slabega. Adolescentka A5 pa je edina spregovorila o tem, da se primerja z vrstnicami, in sicer tistimi, ki *»ji gredo na živce«.* Pri tem je imela zanimiv pristop, in sicer: *»Pogledaš selfije od njih in iščeš napake, da pol ti je ljubši svoj selfi.«*

Kljub temu, da se same v večini ne primerjajo z drugimi, pa se vsekakor zavedajo, da se to dogaja. Sodelujoča A3, recimo, kot negativen aspekt sebkov omenja *»kritiziranje pod sliko«,* A4 pa celo *»stradanje za popolno postavo, self hate, drastične spremembe samega sebe«,* kar naj bi bilo po njenem mnenju posledica primerjanja vrstnic med seboj na podlagi sebkov.

Mladi si dajejo neke standarde popolnosti, namesto, da bi se sprejel. (A4)

5 SKLEP

Z diplomsko nalogo sem skušala dati glas tistim, ki sebe vsakodnevno ustvarjajo in uporabljajo. Skušala sem dobiti vpogled v njihov vsakdan, kako sebi nastanejo, kaj jim pomenijo in kako o njih razmišljajo. Želela sem preseči napeljevanja na to, da so osebe, ki objavljajo sebe, samovšečne, saj naj bi ti uživali v ogledovanju fotografij samih sebe in spremljanju komentarjev in všečkov prejetih pod objavljenimi sebi. Hotela sem se odmakniti od študij (Papacharizzi in Kim 2003; Buffardi in Campbell 2008) in novičarskih člankov, ki povezujejo objavljanje sebkov na spletnih socialnih omrežjih z narcisoidnostjo ter drugimi motnjami. Želela sem jih predstaviti iz drugega zornega kota, takšne, kot jih vidijo tiste, ki jih pogosteje ustvarjajo ter objavljajo in to so adolescentke.

Iz pogovorov s sodelujočimi adolescentkami sem spoznala, da so sebi že tako ukoreninjeni v njihov vsakdan, da jih pravzaprav ne dojemajo več kot novost, temveč kot način življenja, način druženja in način preživljanja prostega časa. Sebi jih spremljajo od jutra do večera, ko so s prijatelji ali same, ko se jim v življenju »veliko dogaja«, pa tudi takrat, ko jim je dolgčas. S sebi želijo opozoriti nase, pokazati drugim, kaj počnejo, kje so in s kom se družijo.

Predvsem vidik druženja in prijateljskih vezi je tisti, ki so ga omenile prav vse sodelujoče. Skupinsko fotografiranje sebkov in kasneje všečkanje ter komentiranje objavljenih sebkov je družaben dogodek oziroma komunikacijski proces. Izkazovanje prijateljskih vezi z oznakami – »tagi«, komentiranje pod objavljenimi sebi in všečkanje teh pa je sorazmeroma javno, v okviru spletnih prijateljev na Facebooku, kaže na njihovo stopnjo sproščenosti oziroma celo naivnosti pri uporabi tega socialnega omrežja. Jordan-Conde et. al. so na primer med poznimi adolescenti raziskovali definiranje identitete in intimnega razkrivanja na Facebooku ter v kateri fazi identitetnega razvoja se pri tem nahajajo. Rezultati njihove raziskave so pokazali, da način in količina intimnega razkrivanja na Facebooku ni povezana s tem, v kateri statusni kategoriji je posameznik kar, kot pravijo Jordan-Conde et al. (2014, 364), sugerira, da na Facebooku obstaja kultura razkrivanja, ki poganja interakcijo neodvisno od psihosocialnega statusa posameznika. To pomeni, da je velika količina sebkov na Facebooku (in drugih podobnih spletnih socialnih omrežjih) povezanih s samo kulturo samorazkrivanja na Facebooku. Kljub temu, pa moram izpostaviti, da omenjena kultura samorazkrivanja še ne pomeni, da so adolescentke in ostali uporabniki Facebooka pri deljenju svojih informacij

nepremišljeni, nepoučeni oz. da jim je za zasebnost v okviru spletnih socialnih omrežij vseeno. Tudi med sodelujočimi adolescentkami je ena od njih izrecno povedala, da ne deli vseh sebkov na splet, saj ne želi, da bi jih videl 'cel svet'.

Skupinski sebki so povezani z gradnjo socialne identitete adolescentk, kjer se kaže njihova želja po sprejetju, identifikaciji s skupino. Sebki, za katere so sodelujoče omenile, da morajo biti zanimivi, *unique* ipd., torej tisti sebkih, ki predstavljajo samo njih, neodvisno od skupine, pa so del osebne identitete. Pola, osebna in socialna identiteta, se v posameznikovi zavesti lahko povezujeta le, če lahko posameznik v zanj pomembnih odnosih z drugimi ljudmi izvršuje zapleteno dialektično operacijo, sočasne identifikacije in diferenciacije od njih (Ule 2000, 99). Posameznik, si torej obenem želi biti del skupine, biti podoben drugim in biti unikatni, samosvoj, kar velja tudi za sebkke. Z menjavanjem skupin prijateljev, z ustvarjanjem sebkov z različnimi ljudmi, se adolescentke torej umeščajo, povežejo v različne družbene kroge in okolja. Z raziskovanjem sebe prek samosvojih sebkov pa skušajo izražati svoje osebne lastnosti, samosvoj jaz.

Raziskovanje vprašanja, zakaj in kdaj se odločijo, da bodo naredile sebek, me je privedel do ugotovitve, da večina želi na fotografiji ujeti nek pozitiven občutek. Naj bo to druženje s prijatelji, dobra volja ali dober občutek o sebi in svojem videzu.

Sebki, kjer je fokus na obrazu, na izrazu, mimiki, pogledu, izražajo prav to, čustva, ki jih je subjekt ujel v danem trenutku, zapisane na obrazu, ovekovečene na fotografiji. Zakaj se jim torej zdi pomembno, da prek sebkov jasno izrazijo določeno čustvo? Van Kleef (2009, 184) pravi, da čustveno izražanje opazovalcu poda neke informacije, ki lahko vplivajo na opazovalčevo obnašanje. Poleg tega lahko opazovalci s temi informacijami dobijo vpogled o občutkih, odnosih, relacijski usmerjenosti in vedenjskih namerah tistega, ki čustva izraža (Keltner in Haidt v Van Kleef 2009, 1985). Ustvarjanje sebkov, pri katerih imamo v mislih izražanje določenega čustva, lahko torej usmerja obnašanje opazovalca, prav tako pa takšni čustveni sebki nudijo boljši vpogled v to, kdo posameznik na fotografiji je oz. kot kakšnega se nam želi predstaviti, ob enem pa služijo kot sredstvo za vzdrževanje odnosov s sovrstniki.

Ko je bilo govora o telesu in samopodobi, so me sodelujoče adolescentke presenetile z odgovori, da so sicer rade urejene, vendar pa se za fotografiranje sebkov v večini primerov

ne urejajo posebej le za to priložnost. Intervjuvanke v moji raziskavi do sebe in svoje podobe gojijo pozitivne občutke. Zavedajo pa se, da svojemu videzu namenjajo več pozornosti kot pripadniki moškega spola, kar ena od sodelujočih pojasnjuje s tem, da so bolj kritične do svoji sebkov, kot pa sovrstniki moškega spola. Zakaj se posameznik/ce lažje, bolje rečeno prej primerjajo med seboj in z drugimi na podlagi fotografij in ne iz oči v oči? Odgovor na to ponudi Colemanova (v Tiidenberg in Gomez Cruz 2015), ki predlaga, da so telesa spoznana, razumljena in izkušena skozi podobe. Sebki torej adolescentkam omogočajo, da svoja telesa spoznajo, razumejo in izkusijo.

Opazila sem tudi, kako kreativne in iznajdljive so pri ustvarjanju sebkov. Ko smo govorile o nastajanju sebkov, njihovi obdelavi, je večina omenila, da mora biti za dober sebek dobra svetloba, da upoštevajo ozadje, da preizkušajo različne kote fotografiranja in iščejo nove načine, kako ustvariti zanimiv sebek. S pomočjo aplikacij na mobilnih telefonih pa fotografije dodatno izpopolnijo. Prav vse so omenile, da uporabljajo filtre, ki fotografije še olepšajo. Chalfen (v Strano 2008) meni daje prehod od analogne k digitalni fotografiji spremenil način kako razmišljamo o fotografiji, sprožil premik od »zajemanja fotografij« (taking pictures) h konceptu »ustvarjanja fotografij« (making pictures), kar naj bi se zgodilo ravno zaradi povečane moči pri procesu obdelave fotografij. Ustvarjanje sebkov lahko torej razumemo tudi kot kreativen proces samopredstavljanja. Pri tem pa ne smemo pozabiti, da aplikacije (npr. Retrica, VSCO Cam, SnapSeed, Instagram) in programi za obdelavo fotografij omogočajo omejeno število izboljšav in modifikacij. S tega stališča tudi kreativna uporaba aplikacij ni brezmejna.

5.1 POGLED NAPREJ

Sebke sama zdaj razumem drugače, saj jih vidim kot novodobne slike v albumu, ujete trenutke, na katerih ne vidim le obrazov, temveč čustva, ki sevajo iz njih. To tudi pojasni, zakaj pod veliko sebkov namesto naslova ali opisa opazovane adolescentke zapišejo citat iz neke pesmi, knjige ali misel, ki jo je izrekla znana oseba. Predvidevam, da s prevzemanjem besed drugih, lažje ubesedijo svoja čustva, kot če bi se izražanja le teh lotile same. Uporaba sebka, z namenom čustvenega izraza, v kombinaciji s pripisom poleg slike, jim pomaga še bolje prenesti sporočilo o tem, kako (se po)čutijo. Javno spregovoriti o svojih občutjih in čustvih, pri tem pa pokazati še svoj obraz takšen kot je, takšen kot si ga sam sprejel, pa je, za moje pojme, prej dejanje poguma kot samovšečnosti. V tem vidim možnosti za prihodnja

raziskovanja. Konkretnije, menim, da so spletna socialna omrežja v povezavi s samorazkrivanjem in izražanjem čustev ter vprašanje ali oz. kako se ti praksi prenašata tudi v življenja off-line, zanimiva področja, ki bi jih bilo vredno še bolj poglobljeno raziskati, predvsem pa na obsežnejšem vzorcu.

6 LITERATURA

1. Boyd, Danah. 2007. *Why Youth (Heart) Social Network Sites. The Role of Networked Publics in Teenage Social Life*. Dostopno prek: <http://www.danah.org/papers/WhyYouthHeart.pdf> (23. maj 2015).
2. Buffardi, Laura in W. Keith Campbell. 2008. Narcissism and Social Networking Web Sites. *Personality and Social Psychology Bulletin* 34. Dostopno prek: [http://www.people.vcu.edu/~jldavis/readings/Buffardi_&_Campbell_\(2008\).pdf](http://www.people.vcu.edu/~jldavis/readings/Buffardi_&_Campbell_(2008).pdf) (11. maj 2015).
3. De Ridder, Sander in Sofie Van Bauwel. 2013 Commenting on pictures: Teens negotiating gender and sexualities on social networking sites. *Sexualities* 16. Dostopno prek: [http://www.people.vcu.edu/~jldavis/readings/Buffardi_&_Campbell_\(2008\).pdf](http://www.people.vcu.edu/~jldavis/readings/Buffardi_&_Campbell_(2008).pdf) (11. maj 2015).
4. Fardouly, Jasmine, Phillippa C. Diedrichs, Lenny R. Vartanian in Emma Halliwell. 2015. Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. *Body Image* 13. Dostopno prek: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S174014451400148X> (11. maj 2015).
5. Frost, Liz. Theorizing the Young Woman in the Body. *Body & Society* 2005 11. Dostopno prek: <http://bod.sagepub.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/content/11/1/63.full.pdf+html> (11. maj 2015).
6. Goffman, Erving. 2014. *Predstavljanje sebe v vsakdanjem življenju*. Ljubljana: Studia Humanitatis.
7. Grosser, Ben. 2011. *How the Technological Design of Facebook Homogenizes Identity and Limits Personal Representation*. Dostopno prek: <http://bengrosser.com/blog/how-the-technological-design-of-facebook-homogenizes-identity-and-limits-personal-representation/> (24. april 2015).
8. Herring, Susan. 2015. *Teens, Gender, and Self-Presentation in Social Media*. Dostopno prek: <http://info.ils.indiana.edu/~herring/teens.gender.pdf> (1. julij 2015).

9. Jordan-Conde, Zayira et al. 2014. Late adolescent identity definition and intimate disclosure on Facebook. *Computers in Human Behavior* 33. Dostopno prek: <http://www.sciencedirect.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/science/article/pii/S0747563213002537> (24. avgust 2015).
10. Kim, Ji Won in T. Makana Chock. 2015. Body image 2.0: Associations between social grooming on Facebook and body image concerns. *Computers and Human Behavior* 48. Dostopno prek: http://ac.els-cdn.com/S0747563215000217/1-s2.0-S0747563215000217-main.pdf?_tid=3d1d636e-4d6d-11e5-840500000aab0f01&acdnat=1440756907_c9b83a82429784b86242acb4ee89c6b6 (27. avgust 2015).
11. Kuhar, Metka. 2003. Odraščanje v kulturi vitkosti. Kako mlade ženske doživljajo nezadovoljstvo s telesom. *Teorija in praksa* 40 (5): 8585–871.
12. Marcia, James. 1980. *Identity in adolescence*. Dostopno prek: http://www.researchgate.net/profile/James_Marcia/publication/233896997_Identity_in_adolescence/links/0deec52ea6ae66e0f8000000.pdf (1. julij 2015).
13. Miltner, Kate in Nancy Baym. 2015. The Selfie of the Year of the Selfie: Reflections on a Media Scandal. *International Journal of Communication* 9. Dostopno prek: <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/3244/1394> (1. 7. 2015).
14. Papacharissi, Zizi in Adrew L. Mendelson. 2010. *Look at us: Collective Narcissism in College Student Facebook Photo Galleries*. Dostopno prek: http://tigger.uic.edu/~zizi/Site/Research_files/Look%20at%20meAMZP.pdf (24. april 2015).
15. Papacharissi, Zizi in Heeman Kim. 2003. *Cross-cultural Differences in Online Self-Presentation: A Content Analysis of Personal Korean and US Home pages*. Dostopno prek: http://tigger.uic.edu/~zizi/Site/Research_files/KimPapacharissi.pdf (24. april 2015).
16. Poljšak Škraban, Olga. 2004. *Obdobje adolescence in razvoj identitete. Izbrane teme*. Ljubljana: Univerza v Ljubljani. Pedagoška fakulteta.
17. Renner, Tanja. 2000. Adolescentke. *Družboslovne razprave* XVI (34–35): 207–217.

18. Rui, Jian in Michael A. Stefanone. 2013. Strategic self-presentation online: A cross-cultural study. *Computers in Human Behavior* 29. Dostopno prek: <http://www.buffalo.edu/content/dam/cas/communication/files/Stefanone/RuiCHB2013.pdf> (24. april 2015).
19. Saltz, Jerry. 2014. *Art at Arm's Length: A History of the Selfie*. Dostopno prek: <http://www.vulture.com/2014/01/history-of-the-selfie.html> (10. april 2015).
20. Senft, Theresa in Nancy Baym. 2015. What Does the Selfie Say? Investigating a Global Phenomenon. *International Journal of Communication* 9. Dostopno prek: <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/4067/1387> (27. avgust 2015).
21. Skoog, Therese et al. 2015. Facebook as a means to make new peers among early maturing girls. *Computer in Human Behavior* 48 (2015). Dostopno prek: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563215001041> (13. junij 2015).
22. Stanculescu, Elena. 2011. *Online self-presentation from the cyberpsychology perspective*. Dostopno prek: https://www.academia.edu/808110/ONLINE_SELF_PRESENTATION_FROM_THE_CYBERPSYCHOLOGY_PERSPECTIVE (10. april 2015)
23. Steensma, Thomas et al. 2013. Gender identity development in adolescence. *Hormones and Behavior* 64. Dostopno prek: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0018506X13000676> (27. avgust 2015).
24. Strano, Michele. 2008. User Descriptions and Interpretations of Self-Presentation through Facebook Profile Images. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace* 2(2). Dostopno prek: <http://www.cyberpsychology.eu/view.php?cisloclanku=2008110402&article=5> (27. avgust 2015).
25. Švab, Alenka. 2010. Kdo se boji (raznovrstnosti) družin? Sociološki pogled/i na sodobno družinsko življenje. *Socialno delo* 49 (5/6): 341-349.
26. The Guardian. 2013. *Selfie is Oxford Dictionaries' word of the year*. Dostopno prek: <http://www.theguardian.com/books/2013/nov/19/selfie-word-of-the-year-oed-olinguito-twerk> (27. avgust 2015).

27. Tifferet, Sigal in Iris Vilnai-Yavetz 2014. Gender differences in Facebook self-presentation: An international randomized study. *Computers in Human Behavior* 35. Dostopno prek: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563214001381> (1. julij 2015).
28. Tiidenberg, Katrin in Edgar Gomez Cruz. 2015. *Body and society* (June). Dostopno prek: <http://bod.sagepub.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/content/early/2015/06/29/1357034X15592465.full.pdf+html> (28. avgust 2015).
29. Ule, Mirjana. 2000. *Sodobne identitete: v vrtincu diskurzov*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
30. Van Kleef, Gerben. 2009. How emotions regulate social life. *Current Directions in Psychological Science* vol. 18 (3). Dostopno prek: <http://cdp.sagepub.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/content/18/3/184.full.pdf+html> (27. avgust 2015).
31. Zaraghooni, Sasan. 2007. *A study of Self-Presentation in Light of Facebook*. Dostopno prek: https://zarghooni.files.wordpress.com/2011/09/zarghooni-2007-selfpresentation_on_facebook.pdf (10. april 2015).

PRILOGE

Nagovor:

Živjo!

Sem študentka na ljubljanski Fakulteti za družbene vede. Pišem diplomsko nalogo na temo »selfijev«, kjer me zanima, kaj teenagerjem pomenijo selfiji ... Zanima me tvoje mišljenje in tvoja uporaba selfijev na Facebooku. Izredno vesela bom, če bi bila pripravljena odgovoriti na nekaj vprašanj. Kot, da razlagaš prijateljici, kar pogumno. Seveda bodo tvoji odgovori povsem anonimni!

PRILOGA A: TRANSKRIPT INTERVJUJA A1, 15 LET

Kako bi sama opredelila oziroma razložila pojem »selfie«?

Ammm, ja, to je ko s fonom sebe fotkaš al pa sebe s frendi, pol pa objaviš.

Koliko selfijev narediš na dan/teden/mesec in koliko jih potem tudi objaviš?

Čist odvisno, mam dneve, k se mi ful fotka al pa ful dogaja, pa dam pol tud takoj gor slike. Recmo, al mi je čist dolgčas, pa pač zarad tega se spravm slikat, al pa skos neki dogaja ... šola, pa plesne, pa nemščina, pa umes k mam cajt al pa, k se s frendicami kj hecamo, se slikamo ... Ja, loh rečm, d mam tko usake tok naval selfijev ... Pa pol je mir en čas... al pa mi kdo pol reče, če dam kako slikco gor, pa se pač fotkam. Tko da ja, odvisno čist.

Opiši, kako poteka fotografiranje »selfijev«? Ali načrtuješ nek selfie? Gre za spontan dogodek? Koliko časa ti vzame? Uporabljaš filtre? Fotografijo popraviš, spremeniš?

Načrtujem? A to, da bi se lišpala, pa preoblačla sm zato, da se slikam? No, to ne. Pač ok, če se s prjatlcamí kej zmenmo, pa zrihtamo, pa tko ... Sam se zrihtamo zarad zabave, ne zato, d bi pol selfi delale. To nekak pride zraven. Se zrihtaš, pol se pa pač fotkneš. K vsaj js nism usak dan pu ure pred ogledalom, da si dam mejkap gor. Pol pa ja, ponavadi dam kak filtr čez, sploh po plesnih, k smo vse k paradajz v glavo (smeh), pa lepo zakamuflira to rdečo. Filtri so fajn, k lah ne zgledaš lih top, pa ta filtr lih tok poprav fotko, da si pol kul za objavn. Pač, sj itak čist bednih fotk sploh ne daš na fejsa, sam tko no, bol zgleda fotka s kšnim filtrom čez.

Se za fotografiranje kdaj posebej urediš (ličila, obleka, pričeska)?

Redko, že tko nism tak tip, da bi nosla ful mejkapa tko usak dan. Je pa ful punc, k to delajo. K se rihtajo skos, da so pol lepe za fejsa, instagram al pa snapchat.

Če se one »zrihtajo za na fejsa« ... Zakaj pa se ti oziroma kdaj se ti odločiš, da boš naredila selfie? (na primer: dolgčas, nek poseben dogodek, neko čustvo: veselje, žalost, dvom ..., ki ga želiš izraziti, pripadnost prijateljem, posnemanje idolov, izraz zadovoljstva/nezadovoljstva s svojim videzom ...)

Večinoma je to čist spontano. K se kj kul dogaja, al pa, da sem kje ne vem zuni al kej tazga, al pa k gremo na morje ..., pa če vidm kej lepga, kak razgled ... al pa, če si z ljudmi, k so ti kul, s kerimi si frend, al pa kr tko ... Aja, pa učasih, ko pišem domačo al pa se učim, pol tm gledaš u tist zvezk, pa se ti nč ne da, pa pol selfije delam (smeh). Sam te lih ne objavn, k so bedni. Boring.

Kaj ti misliš, da je najbolj pomembno pri dobrem selfiju ?

Da ni dolgočasna. Da se ne fotkaš skos na istem mestu, pa u isti pozi, pa z istim frisom. To je pol čist krneki. Morš bit zanimiv. Pa da lepo zgledaš.

Si na selfiju sama ali v družbi? Če si, zakaj in s kom? Kaj ti pomeni skupinski selfie?

Al sm sam jst al pa s frendicami. Ponavad te punce s plesnih. K smo res dbest ekipca. Že tko se ful družmo, pa vse. Skupinski selfi, ma to je tko kokr družinske fotke, sam d niso prisiljene. (smeh) Aveš, pač folk ti je kul, z njimi se maš dobr, si del te grupe in to je to. Zakaj se pol ne bi fotku skp, to je zdj to. Tko se mi družmo, kaj js vem.

Ja ... se pravi ... zakaj ustvarjaš selfije? Kaj želiš z objavo svoje fotografije sporočiti?

Zakaj ? Amm... ma... ne vem, pač to vsi počnejo. Tko to je. Če ne objavš vsaj kšnga selfija na tedn, na dan, si čudn. Nben te ne opaz. Selfi objavš, da drugi vidjo, kaj počneš. Da pač si.

Kako se počutiš po tem, ko si ogledaš svoj objavljeni selfie?

(smeh) Ammm.... Ja, ne vem, čakam na lajke. (smeh)

Kaj ti pomeni to, da tvoji spletni prijatelji likajo tvoj selfie?

Da smo frendi, da je kul fotka, da sm zanimiva ... tko.

Ali meniš, da moraš biti tekom dneva nenehno urejena in pripravljena za morebitno selfie fotografiranje?

Ha - ha-ha ... ne.

Si hitro zadovoljna s svojim selfijem ali moraš narediti veliko posnetkov, preden izbereš enega za objavo?

Ja, neki jih je treba narest, da ni bedna fotka, če ni fotka ful zanimiva, vsaj kak res kul citat prpišem zavravn... iz kšnga komada. Sam ne vem, ene punce ful pretiravajo. Taka poza, pa duckface, pa ne vem kaj še vse. Mislm, ne more bit vse prfekt, sam ne morš pa zgledat k šit. Včasih jih nardim več, učasih manj. Če je fora fotke lih v tem, kaj se dogaja, pol nimaš časa nevemkok slik narest. Pač nardiš par, pa najbolšo zbereš.

Se zaradi komentarjev pod selfiji počutiš dobro/slabo/ti je vseeno, zakaj?

Sj večinoma so ful uredi komentarji. Mislm, ok, sej ful folka kr neki napiše, sam tok, da napiše ... Ni velik slabih komentarjev. Bl je tko vidla, vidu sm tvojo sliko, kul je. Kt neka potrditev. Frendice ponavad kej bl napišejo, tist je pa lepo prebrt.

Ali spremljaš slavne osebe in njihove selfije? Se po njih zgleduješ, jih skušaš posnemati?

Mislm, spremlam slavne, sam ne lih, da bi lih kopirala pa posnemala. Tko no, bl me zanima, kaj počnejo pa kje so, pa tko. Firbcam. Namest unih revij o zvezdah pa to. Odpreš instagram, pa vidš kaj delajo.

Na splošno, kakšno je tvoje mnenje o selfijih? Vidiš v njih kakšno negativno plat?

Ammmm ... ne vem, pač zdj jih morš delat, selfije, pa jih objavlat, da si vidn. Edin to je to negativno, k se počutš učas mal prisiljn.

Želiš sporočiti še kaj?

Amm, ne, niti ne.

PRIOLOGA B: TRANSKRIPT INTERVJUJA A2, 15 LET

Kako bi sama opredelila oziroma razložila pojem »selfie«?

Selfiji so slike, ki jih narediš z mobijem in pol objaviš na Facebooku, Instagramu. Slikaš pa sebe, večinoma obraz ...no, če se slikaš v ogledalu al pa kej, da pokažeš outfit še telo.

Koliko selfijev pa ti narediš na dan, teden in koliko jih potem tudi objaviš in kje?

Ja, jst kr objavlam. Recimo enega na dan sigurn. Ker me ful zanima moda, pa mejkap in se lah prek selfijev predstavm. Razmislm kaj bom oblekla, pol mal sprobavam obleke, pa poze in to ... pol se fotkam, tko da najbolj zgledam. Pa ne sam js ... pač tko u obraz ...tko, da se vid, kaj mam oblečen. Objavim pa na fejsbuku.

Se pravi gre pri tebi za načrtovan dogodek, to, da ustvariš selfie. To vedno počneš premišljeno ali kdaj tudi spontano?

Ja ... ja, kr načrtujem, če se temu tko reče. Ker dost gledam, kako se oblečm, kako se namažem in amm ..., kako pol na sliki zgledam. Jst premislm, kaj s čem paše, pa tko, pa da ne zmečem useh možnih barv skp al pa česa, k res ful ne paše al pa kej, kar sm mela že učeri oblečen. A to šteje k načrtovanje? Ja, pol ja ...Mislm, sej valda se pol tud kdaj kr tko slikam al iz dougcajta al pa s prjatlcam. Tko da, če hočm pokazat stajling, pol je to premišleno. Če se pa drgač fotkamo, je pa to nekak tko kt takrat, k so nas starši fotkal, ko smo bli otroc. Sam, da se zdj sami, pa s kolegi... Zdej je tega več, ker ma usak telefon, pa smo usi navajen use takoj na fejs uploadat.

Koliko časa ti vzame, da narediš en selfie, s katerim si zadovoljna do te mere, da ga objaviš? Uporabljaš filtre? Fotografijo kaj popraviš, spremeniš mogoče tudi na računalniku?

Ja, filtre uporabljam, lepo poudarjo barve oziroma skrijejo kšno nepravilnost, uglavnm fajn so za na hitr zboljšat fotko. Sam dostkrat je najboljš, če najdš kul ozadje, da nimaš lih krneki zadej, pa če je ok svetloba. Tko da zgleda. Pa se pol tm fotkaš. Da ni use nametan ... Učasih recmo uporabm en app, drugič drug. Učas dam fotko v BNW, ker ful bolš zgleda. Učasih dodam kšn okvir. Al pa dam več slik skp v en kolaž ... Na računalnik se mi ne da dajat ... sj itak lah use s telefonom nardiš. Fotkaš, zrihtaš, pol pa še objavš. Ful je takih appov. Še videe lah sestavš, pa nardiš kt en video ... mislm kt filmčk. Ful se da narest. Sj zato pol folk hoče met čim bolši mobi, da lahk use ureja ... Skor morš met iPhona.

...In koliko časa ti vzame potem ta proces fotografiranja, obdelave do objave?

Aja, jah sigurno nardim ful slik, pa pol najdem najboljšo in pol še uredim, pa tko. Mislm samo fotkanje ... mal poze sprobavam, pa kako telefon obrnem, kak izraz naredit. Sam se zgodi, da šele pol, k se fotkam, vidm, da mi kej, kar sm oblekla, ne paše, pa pol probam kako drugo kombinacijo, se preoblečem, pa spet fotkam ... ne vem, pač kako uro? Za make-up pa tko, večinoma se že tko namažem zjutri, pred šolo. Če kej posebnega sprobavam, je pol še kj več.

Zakaj pa se ti oziroma kdaj se odločiš, da boš naredila selfie? (na primer: dolgčas, nek poseben dogodek, neko čustvo: veselje, žalost, dvom ..., ki ga želiš izraziti, pripadnost prijateljem, posnemanje idolov, izraz zadovoljstva/nezadovoljstva s svojim videzom ...)

Kdaj se odločim ... Ja, jst selfi naredim, ko hočem pokazat svoj stil ... outfit of the day, hešteg O O T D (smeh). A je to nek posebn dogodk ... pa ni nek posebn dogodk. To me zanima, men je to zabavno. Spremlam tud bloggerke, k sam o tem pišejo, sam svoje stajlinge objavljajo.... Če sm s prjatlci al pa prjatli na sliki, pol temu lahko rečm tud pripadnost al povezanost, kako si rekla ...Sj, a se ne fotkaš ponavad s tistimi, k so ti bliz, ane ne fotkaš se z enim, k ga ne poznaš.

Če zdaj to malo razdelava. Torej slediš modnim blogom, blogerkam. Ali v njih vidiš vzornice, se ti zdi, da kaj posnemaš njihov stil ali pa način poziranja, jim želiš biti podobna ...

Ammm ja, ja, kašne stvari sigurno poberem, ne lih, da bi kopirala, ampak mi ostane, poberm kšn trik, idejo. Pa valda k pride neki, kar je modern, se to počas začne povsod pojavlat in na blogih in v trgovinah ... počas majo že use sošolke. Probam najt nek svoj stil.

Kaj pa telesno, mislim fizično se tudi primerjaš z blogerkami ali pa znanimi, ki jih vidiš na spletu? Kaj pa s prijateljicami, vrstnicami?

Uh ... Emmm... Ja in ne. Primerjamo se tko al tko skos. Pa ni važno, a je to blog, selfi, revija al pa sošolka. Sj to ni lih slabo. Pač pogledaš, kakšni so drugi, nardiš selfi, pa vidš, kakšn si ti. In tko vidš, kako te drugi vidjo.

Si na selfiju sama ali v družbi? Če si, zakaj in s kom? Kaj ti pomeni skupinski selfie?

Večinoma sem sam jst. S prjatlci se včasih skupi fotkamo. Al pa ena drugo ... Aja, kaj mi pomen, da se fotkam s prjatlci? To, da jih mam radaaa (velik nasmeh). Da se mam najbolj skupi.

Kaj pa ti pomeni to, da tvoji spletni prijatelji likajo tvoj selfie?

Pomen mi to, da so jim fotke ušeč, da jim je ušeč moj način oblačenja, da sm jim js kul, ...aa ... pač, da smo prjatli ... Ponavad še napišejo kak lep komentar. Pa js njim nazaj, pa tko.

Se pravi, da so komentarji večinoma pozitivni? Kaj pa negativni, jih je kaj?

Ja, se najde kšn. Pa če je ful grdo, kr zbrišem. Ne rabm takih ...

Kaj ti misliš, da je najbolj pomembno pri dobrem selfiju?

Ja, dobr selfi zame je to, da dobr zgledam na njem, pa da sm si ušeč. Tko, da je to čist od vsacga odvisn. Men je dobr selfi to, da je men kul. Ponavad pol dobim tud ful lajkov, pa komentov.

Kako se počutiš po tem, ko si ogledaš svoj objavljeni selfie?

Pa uredi, mal firbčno, kr me zanima, kok bo lajkov in komentarjev, kok ljudi bo odprl fotko na snapchatu in tko Sam dam pač tist na net, ker predstavlja mene. Tko da se uredi počutm ... Pa pomoje, če nisi vsaj mal zadovoln sam s sabo, tud ne boš selfijev delu, ane. Zakaj bi izpostavlu neki, kar ti ni ušeč.

Ali meniš, da moraš biti tekom dneva nenehno urejena in pripravljena za nek fotosešn?

Jst se dobr počutm, če sm urejena. Ne vem, če ma to kej s selfiji. Sj se učasih slikam kr tko brez mejkapa, da se vid, d sm čist naravna. Sam mal dalj časa traja, da nardim tapravo fotko ... (smeh).

Si na splošno hitro zadovoljna s svojim selfijem ali moraš narediti veliko posnetkov preden izbereš enega za objavo?

Ufff, ne hitr ... jih naredim kr dost, pa pol enga zberem, al pa več, pa mi pol prijatlce pomagajo zbrat, kaj objavm. Učasih prou obupam, k mi nč ni ušeč. Kšn dan prou ne rata. Učasih pa dam na fejsa eno slikco, k mi ni čist ušeč, pa pol dobi fuuuul lajkov. (smeh) Ne vem, ni pravil. Sam jst raj objavm tistga, na kterm dobr zgledam.

Na splošno, kakšno je tvoje mnenje o selfijih? Vidiš v njih kakšno negativno ali posebej pozitivno plat?

Men so kul, ker se lahko pokažem, pa svoje stajlinge lah pokažem ...tud zanimiv je brat komentarje drugih, pa vidt, kaj je folku ušeč. Lepo je vidt, da sm drugim kul, pa da mi napišejo kej lepcga.

Želiš sporočiti še kaj?

Mmm..... A-a. (odkima)

PRIOGA C: TRANSKRIPT INTERVJUJA A3, 15 LET

Kako bi sama opredelila oziroma razložila pojem »selfie«?

Selfi je način fotografiranja samega sebe.

Koliko selfijev narediš na dan/teden/ mesec in koliko jih potem tudi objaviš. Kaj je pri tem merilo, katere objaviš, katere ne in zakaj ne?

Osebno selfijev ne delam pogosto. V enem dnevu jih naredim od 5 do 10, kar na mesec znese manj kot 30 selfijev. Od tega zelo malo selfijev pristane na internetu, skoraj nič. Merilo za to je kvaliteta slike, izgled na njej.

Opiši kako poteka fotografiranje »selfijev«. Ali načrtuješ nek selfie? Gre za spontan dogodek? Koliko časa ti vzame? Uporabljaš filtre ipd., če opišeš ta proces od ideje do izvedbe, recimo temu tako.

Selfije ponavadi posnamem takrat, ko se dobro počutim, ko sem vesela, in ponavadi na sončne in tople dneve, ker mi to daje energijo. Zato so selfiji ponavadi spontani in neprisiljeni, saj to delam zaradi sebe, ne pa, da bi to videla javnost. Vzame mi zelo malo časa, vse kar potrebujem je dobra svetloba, zaradi kvalitete slik, dobra volja in nekaj klikov na telefonu. Filtre uporabljam občasno, ker naredijo sliko bolj svetlo, bolj živahno in polno energije. Pa pri filtrih izbiram naravne efekte, saj si ne želim, da izgleda vse umetno in nepristno.

Zakaj oziroma kdaj se odločiš, da boš naredila selfie? (na primer: dolgčas, nek poseben dogodek, neko čustvo: veselje, žalost, dvom ..., ki ga želiš izraziti, pripadnost prijateljem, posnemanje idolov, izraz zadovoljstva/nezadovoljstva s svojim videzom ...)

Za selfije se odločim takrat, ko se počutim dobro, veselo ... Nikoli jih ne posnamem zaradi drugih in na slab dan. Selfi mi dejansko pomeni ohranjanje veselih trenutkov.

Si na selfiju sama ali v družbi? Če si, s kom, kje? Kaj ti pomeni takšen »skupinski selfie«?

Oboje. Ponavadi s prijatelji, sošolci. Lokacija ni pomembna, pomembno je samo vzdušje. Skupinski selfi mi pomeni ohranitev nepozabnih trenutkov s prijatelji, sošolci.

Zakaj ustvarjaš selfije? Kaj želiš z objavo svoje fotografije sporočiti?

Selfije delam zaradi sebe. Če pa ga objavim, pa želim sporočiti svoje počutje in izgled.

Kaj želiš, da drugi vidijo »v tebi/o tebi«, ko vidijo tvoj selfije na Facebooku?

Želim si, da vidijo veselo punco in da ne kritizirajo, če jim kaj ni všeč.

In kaj ti pomeni to, da tvoji online prijatelji likajo tvoj selfie?

Lajki mi niso pomembni, ni mi pomembno, če imam 1 like ali 100 lajkov. Več pa mi pomenijo lajki dobrih prijateljev, za ostale pa sem vesela, ker te osebe vidijo nekaj v tem selfiju.

Se zaradi komentarjev pod selfiji počutiš dobro/slabo/ti je vseeno Zakaj?

Ponavadi dobivam pozitivne komentarje, zato se počutim dobro.

Kaj misliš, da je najpomembnejše pri dobrem selfiju?

Dobra svetloba, volja.

Ali se za fotografiranje posebej urediš (ličila, obleka, pričeska)?

Ne.

Ali meniš, da moraš biti tekom dneva nenehno urejena in pripravljena za morebitno selfie-fotografiranje?

Da. Mislim pa, da more biti človek vedno urejen, ne pa samo za slikanje in za splet.

Si hitro zadovoljna s svojim selfijem ali moraš narediti veliko posnetkov preden izbereš enega za objavo? Kaj pa tvoje prijateljice, kako je s tem pri njih?

Ponavadi sem hitro zadovoljna s posnetkom, čeprav jih večinoma zadržim zase, in jih ne objavlam na spletu. Pokažem jih le prijateljem, saj se mi zdi, da je to dovolj, in da jih ne rabi videt cel svet. Za objavo raje izbiram med slikami, ko me slika nekdo drug. Poznam nekatere, ki vsak dan objavijo selfije in je njihov telefon poln selfijev. Imam prijateljico, ki se vedno pritožuje, da ne more posneti dobrega selfija, zato jih posname malo več preden se potem odloči za objavo.

Ali spremljaš slavne osebe in njihove selfije? Se po njih zgleduješ, jih skušaš posnemati? Kim Kardashian je recimo izjavila, da za »popoln selfie« posnetek naredi 300 posnetkov in potem izbere tistega, ki ga objavi. Kako se ti to zdi?

Spremljam slavne, ampak se po njih ne zgledujem. To sem slišala, ampak se mi ne zdi prav. Slavni so pod takim pritiskom, da si ne smejo privoščiti napak, saj jih takoj vsi začnejo obsojati, zato se mi zdi to z njihove strani nujno. Ampak osebno se mi zdi, da iz toliko posnetkov ne bi mogla najti popolnega selfija.

Na splošno, kakšno je tvoje mnenje o selfijih? Vidiš v njih kakšno negativno/pozitivno plat?

So le posnetki samega sebe, ki so bili mogoči že od odkritja kamere, sedaj so samo dobili ime in popularnost. Negativno je le kritiziranje, ki ga nekatere osebe dobivajo v komentarjih pod sliko. Drugače pa se mi zdi to praktičen posnetek slik, brez da težiš ostalim, da te slikajo.

PRILOGA Č: TRANSKRIPT INTERVJUJA A4, 15 LET

Kako bi sama opredelila oziroma razložila pojem »selfie«?

Huuuh selfi, je pač fotografija osebe, ki jo pač naredi sama.

Koliko selfijev narediš na dan/teden/mesec in koliko jih potem tudi objaviš? Kaj je pri tem merilo, katere objaviš, katere ne in zakaj ne?

Pr men je tko, da mam dneve, k selfije delam skos, pol pa enepar tednov nč in pol spet. Objavim ponavad tiste, k se mi zdijo zanimivi, al pa, da sm si všec na sliki.

Opiši, kako poteka fotografiranje »selfijev«. Ali načrtuješ nek selfie? Gre za spontan dogodek? Koliko časa ti vzame? Uporabljaš filtre? Različne apps? Prosim, če opišeš ta proces od ideje do izvedbe, recimo temu tako.

Vzamem telefon in se slikam, selfiji so pr men bol k ne spontani, filtre uporablam samo črno bele pa fade dodam kdaj pa kdaj, slikam se z navadno kamero. Kar od aplikacij uporablam je za bel okvir okol slike.

Zakaj oziroma kdaj se odločiš, da boš naredila selfie? (na primer: dolgčas, nek poseben dogodek, neko čustvo: veselje, žalost, dvom ..., ki ga želiš izraziti, pripadnost prijateljem, posnemanje idolov, izraz zadovoljstva/nezadovoljstva s svojim videzom ...)

Včasih zato, ker se res uredim, učasih pa zato, ker se res dobr, pozitivno počutm o svojem obrazu.

Kdaj torej za sebe rečeš »uff, danes pa dobr zgledam«? ... A so to lepi lasje, dober make up, čista koža ipd?

Karkoli od tega, kar si naštela.

Ali se za fotografiranje posebej urediš (ličila, obleka, pričeska)? Kako?

Včasih si nardim mejkap, to je pa to.

Ali meniš, da moraš biti tekom dneva nenehno urejena in pripravljena za morebitno selfie fotografiranje?

Ne.

Si na selfiju sama ali v družbi? Če si, s kom, kje? Kaj ti pomeni tak »skupinski selfie«?

Večino sama, razen, če je fant zraven; men pomeni nek spomin na nek dogodek.

Zakaj potem ustvarjaš selfije? Kaj ti pomenijo?

Niti ne vem, pač nek trend je, pomenijo mi realno nč.

Kaj želiš, da drugi vidijo »v tebi/o tebi«, ko vidijo tvoj selfie na Facebooku?

Ne želim nič, js to objavlam zase, ne za druge.

Kaj ti pomeni, da tvoji online prijatelji likajo tvoj selfie, če si rekla, da jih objavljaš zase? Čemu jih potem javno objavljaš?

Javno jih objavim izključno zaradi sebe, niti ne znam razložiti, haha.

Mogoče je razlaga v tem, da s selfiji delaš nek online dnevnik?

Ja, najbrž je to to.

Se zaradi komentarjev pod selfiji počutiš dobro/slabo/ti je vseeno Zakaj? Kaj narediš z negativnimi komentarji – jih brišeš, ignoriraš?

Vseeno mi je. Negativne komentarje ignoriram.

Ali spremljaš slavne osebe in njihove selfije? Se ti zdi, da se po videzu manj/več primerjaš s slavnimi in več s sovrstnicami? Se ti zdi, da poplava selfijev pripomore k temu, da se »lepotni ideali« spreminjajo?

Ne, se ne primerjam z drugimi in ja, se spreminjajo.

Kako ti vidiš te spremembe?

Mladi si dajejo neke standarde popolnosti, namesto da bi se sprejel.

Misliš, da selfiji pri vsem tem stanje še poslabšajo?

Ja.

In na kakšen način se to kaže?

Na način stradanja za popolno postavo, self hate, drastične spremembe samega sebe itd.

Kaj pa ostali, ki ne težijo k popolnosti? Je teh tako malo? Ti ne pripomorejo k nekemu širjenju drugačnih »postav«, »imidžev«, »videza«?

Manj jih je, odvisno, kaj je posamezniku všeč. Se pa vedno nekdo najde, k mu bo všeč.

Ti sebe, svoj videz, telo, prilagajaš tem pritiskom k popolnosti?

Ne.

Na splošno, kakšno je tvoje mnenje o selfijih? Vidiš v njih kakšno negativno/pozitivno plat?

So negativne, npr., da se mladi med seboj primerjajo in pozitivne ...ne spomnim se nič.

PRILOGA D: TRANSKRIPT INTERVJUJA A5, 14 LET

Kako bi sama opredelila oziroma razložila pojem »selfie«?

Ummm, nov način fotografiranja sebe enaindvajstega stoletja.

Koliko selfijev narediš na dan/teden/mesec in koliko jih potem tudi objaviš? Kaj je pri tem merilo, katere objaviš, katere ne in zakaj ne?

Naredim jih ogromno in objavim v večini primerov samo enega. Tistega, ki mi najbolj pade v oči in tko in druge pustim. ker je tko weird. če objaviš jih več podobnih naenkrat.

Kakšnih selfijev narediš največ? (s prijatelji, sama, zunaj, v ogledalu ...)

Največ sama, zunaj, kadar sm urejena.

Opiši, kako poteka fotografiranje »selfijev«. Ali načrtuješ nek selfie? Gre za spontan dogodek? Koliko časa ti vzame? Uporabljaš filtre? Različne appe? ... Prosim, če opišeš proces od ideje do izvedbe, recimo temu tako.

U večini primerov gre za spontan dogodek, k ti pade na misel, da bi lahko naredu selfi in gres potem na nek app npr. Retrica in pol maš filtre, ki si jih izbereš, lohk maš tud brez filtra, sam normalno ga daš , pol nardis selfije in pol lohk obajvis in uzame ti malo časa, odvisn kolk selfijov nardiš.

Kaj želiš pri selfiju poudariti na sebi/o sebi?

Ubistvu poudarit svojo zunanost.

Zakaj oziroma kdaj se odločiš, da boš naredila selfie? Ob katerih dogodkih? Ob katerih čustvih? S kakšnim namenom?

Jst osebno se odločm, k se vidm s frendicami po dougem času, al pa, če gremo tko s šolo na izlet in pač point selfiov je nekako, da jih objaviš, mas tud exceptions, pa jih pustiš zase v galeriji.

Si na selfiju sama ali v družbi? Če si, s kom, kje? Kaj ti pomeni tak »skupinski selfie«?

U večini primerov sama, sam logično je, da tud s frendicami kdaj pa kdaj nardimo, al pa, če sm u Ljubljani s Kristino jih fuul nardive in kje jih nardiš sploh ni važno, k jih nardiš tko, da maš nek spomin od tistega dneva.

Zakaj ustvarjaš selfije? Kaj želiš z objavo svoje fotografije sporočiti?

Nekako za zabavo i guess in nvem, da mam lajf? Da se neki dogaja u mojm žiuljenju?

Kaj želiš, da drugi vidijo »v tebi/o tebi«, ko vidijo tvoj selfie na FB?

Nvem , maybe zunanost?

Ko rečeš zunanost, kaj misliš s tem? Ali pa reciva tako: kako izgleda po tvoje »lepo dekle« na selfiju? Kaj vse mora »štimat«?

Lepo dekle hm ... u bistvu tisto, k je fotogenicno, pač valda zgleda lepo in nvem, dobr je pač, če se uredi, mejkap pa to.

Ali se ti zdi, da se dekleta več posvečajo svojem videzu na selfijih kot pa fantje? Zakaj misliš, da je temu tako?

U večini primerov ja, k so ...smo ... bolj kritične do sebe, svojih selfijev.

Kaj ti pomeni to, da tvoji online prijatelji likajo tvoj selfie oziroma, da ima veliko ogledov na Snapchatu?

Kadar ti lajkajo selfi ipd. se tko počutš dobro.

Se zaradi komentarjev pod selfiji počutiš dobro/ slabo/ti je vseeno ... Zakaj? Kaj narediš z negativnimi komentarji – jih brišeš, ignoriraš?

I guess, da se tko počutn dobro, sam mi je tud useeno in nvem, valda frendi te pohvalijo in pol si bolj confident about yourself in nism še dobila negativnega komentarja.

Kaj misliš, da je najpomembneje pri dobrem, lepem selfiju ali pa recimo pri selfiju z veliko všečki?

Well, u obeh primerih se počutiš dobro, lepo, tko d je to najpomembneje se mi zdi, če ti je tebi ušeč svoj selfi, se pocuts bolj o sebi, svoji zunanosti in z lajki isto.

Ali se za fotografiranje posebej urediš (ličila, obleka, pričeska)? Kako? Na kaj daš poudarek?

Well, ja, pač logično je, da si ti središče selfija in zato se pol tud urediš in povdarek morš dat na use, če hoš met dobr selfi.

Ali meniš, da moraš biti tekom dneva nenehno urejena in pripravljena za morebitno selfie fotografiranje ?

Nee ...

Si hitro zadovoljna s svojim selfijem ali pa moraš narediti veliko posnetkov, preden izbereš enega za objavo? Kaj pa tvoje prijateljice, kako je s tem pri njih?

Odvisno, učasih hitro dobiš dober selfi, učasih pa morš jih dost naredt in to je po moje isto pri useh ljudeh.

Ali spremljaš slavne osebe in njihove selfije? Se po njih zgleduješ, jih skušaš posnemati? Kim Kardashian je recimo izjavila, da za »popoln selfie« posnetek naredi 300 posnetkov in potem izbere tistega, ki ga objavi. Kako se ti to zdi?

Ful spremljam in ne, js mislm, da je point u lajfu, da si unique in če se Kim da tolk posnetkov naredit, pol pa good for her, sam men je to too much.

Se ti zdi, da se zaradi selfijev bolj primerjaš s sovrstnicami kot pa z znanimi osebami?

S sovrstnicami, tiste, k mi gredo na živce ..., s slavnimi osebami ne še, k bom bla slavna, se pa bom mogoče (smeh).

Kakšni so kriteriji primerjave, po čem se primerjaš?

U bistvu se sama nevem natančno, nvem, pogledaš selfije od njih in iščeš napake, da pol ti je ljubši svoj selfi.

Na splošno, kakšno je tvoje mnenje o selfijih? Vidiš v njih kakšno negativno/pozitivno plat?

Selfiji so kul, zame use pozitivno.