

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Mateja Laknar

Facebook »pokopališča«

Diplomsko delo

Ljubljana, 2014

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Mateja Laknar

Facebook »pokopališča«

Mentorica: izr. prof. dr. Tanja Oblak Črnič

Somentorica: izr. prof. dr. Zdenka Šadl

Diplomsko delo

Ljubljana, 2014

*It matters not how strait the gate,
How charged with punishments the scroll.
I am the master of my fate:
I am the captain of my soul.
- William Ernest Henley*

*Zahvaljujem se svoji mentorici izr. prof. dr. Tanji Oblak Črnič in somentorici izr. prof.
dr. Zdenki Šadl za pomoč pri nastajanju diplomskega dela.
Prav tako se zahvaljujem svoji družini in Jožetu za spodbudo tekom
pisanja diplomske naloge.*

Facebook »pokopališča«

Tehnologije zmanjšujejo razdaljo med posamezniki. Razvoj, ki je po eni strani prinesel izboljšave v medosebnem odnosu, pa je hkrati prinesel možnost razdora v intimnem odnosu. Z racionalno izbiro lahko upravljamo in nadzorujemo svoj internetni jaz in čustva. Žalovanje pogosto spremlja vrsta neprijetnih občutkov, ki v posamezniku vzbujajo trenutne čustvene reakcije. Žalovanje je na Facebooku dobilo nov, dodatni prostor za izražanje čustev, ki pa je zaradi racionalizacije močno spremenjen. Žalujoči lahko na Facebook profilu pokojnega medsebojno delijo čustva, ki so odvisna od Facebook platforme in osebne racionalne izbire. Kljub temu, da so žalujoči povezani v neko celoto, so na nek način med seboj bolj oddaljeni kot bi to lahko bili v primeru fizične soprisotnosti. Internetna komunikacija temelji na zelo strukturiranem stilu intimnih odnosov, kar otežuje ustvarjanje občutka bližine med dvema subjektoma. Zaradi neskončnosti internetnih odnosov posamezniki namreč ohlajajo svoja čustva, saj so ta zaradi racionalizacije manj intimna, posamezniki pa se ne počutijo tako povezani. Po drugi stani pa jim takšna oblika komunikacije predstavlja čustveno povezavo med njimi in pokojno osebo.

Ključne besede: žalovanje, Facebook, racionalizacija, čustvena oddaljenost.

Facebook »cemeteries«

Technologies are reducing distance among individuals. Development on one hand brought improvements within interpersonal relationships, but at the same time brought discord in intimate relationships. With rational choice we can manage and supervise the design of our internet self and our feelings. Mourning often follows sort of unpleasant feelings that arouse current emotional reactions in an individual. On Facebook mourning got new and additional place for expressing feelings, but it is strongly changed because of rationalization. On Facebook profile mourners of deceased can share feelings, which are subordinate platform and rational choice. Although they are connected in a certain group, in a way they are more distant that they could be in case of physical co-presence. Internet communication is based on structured style of intimate relationships which makes it difficult to 'feel close' with another human being. Because of infinite size of Internet relationships individuals cool down their emotions, which are, because of rationalization, less intimate and individuals don't feel so close to one another. On the other hand this kind of communication represents emotional connection among them and the deceased.

Keywords: mourning, Facebook, rationalization, emotional distance.

Kazalo

| | | |
|-------|---|----|
| 1 | UVOD | 6 |
| 2 | ČUSTVOVANJE V SODOBNI DRUŽBI..... | 8 |
| 2.1 | Čustva in proces čustvovanja | 8 |
| 2.2 | Žalovanje in soočanje z izgubo | 11 |
| 2.3 | Čustveni kapitalizem in racionalizacija čustev..... | 13 |
| 3 | FACEBOOK KOT PROSTOR ČUSTVOVANJA | 18 |
| 3.1 | Emotivne vloge novih medijev | 18 |
| 3.2 | Facebook »spomeniki« | 20 |
| 3.2.1 | Žalne knjige..... | 22 |
| 3.2.2 | Profili | 22 |
| 4 | ŠTUDIJA PRIMERA..... | 24 |
| 4.1 | Metoda in raziskovalno vprašanje..... | 24 |
| 4.2 | Vzorec in zbiranje podatkov | 24 |
| 4.3 | Rezultati..... | 25 |
| 4.3.1 | Načini naslavljanja | 25 |
| 4.3.2 | Prepričanje v komunikacijo | 26 |
| 4.3.3 | Občutek ohranjanja vezi..... | 28 |
| 4.3.4 | Narava in funkcija Facebook skupnosti | 29 |
| 5 | SKLEP | 32 |
| 6 | LITERATURA..... | 35 |

1 UVOD

Razvoj tehnologij je v naša življenja prinesel tudi družbena omrežja, ki so nam danes dostopna skoraj vsepovsod. Ta nam omogočajo komunikacijo z neomejenim številom oseb in sooblikujejo interakcijo s posamezniki, s katerimi nismo na istem fizičnem prostoru. Postopoma postaja svet vse manjši in manjši, saj nas takšna komunikacija zelo malo stane. Facebook je najbolj razširjena platforma družbenih omrežij. Vse več ljudi uporablja to obliko komunikacije za vzpostavljanje ali ohranjanje odnosov. Prav tako se manjšajo generacijske razlike, saj vse več odraslih uporablja takšno obliko interakcij.

S prihodom družbenih omrežij pa niso nastopile spremembe zgolj na ravni komunikacije, ampak se je spremenilo tudi globlje doživljanje ljudi, kot je žalovanje. Facebook je platforma, ki s svojimi funkcijami in usmeritvami omogoča in narekuje racionalno izkazovanje čustev. Avtorica Eva Illouz (2010) ugotavlja, da je internet privedel do čustvenega kapitalizma, v katerem so čustva postala tržno blago, s katerim trgujemo na trgu podobnih internetnih identitet. Na spletu želijo posamezniki uravnati lastno čustveno ravnovesje, pri čemer delujejo znotraj določenih kulturnih okvirjev in norm. Takšni okvirji nam omogočajo, da si ustvarimo internetni jaz, ki je lahko popolnoma drugačen od naše zasebne identitete. Internet je tako omogočil, da ima lahko vsak posameznik dve identiteti, ki ju kaže v javni sferi.

V tradicionalnih družbenih kontekstih pred-modernih in modernih družb je bilo žalovanje na doživljajski in izrazni ravni intenzivno, pogosto so ga spremljali tudi svojevrstni čustveni izpadi, ki so bili v okolju tolerirani oziroma sprejeti ali celo pričakovani. Negativna čustva, ki so sestavljala čustvovanje so delovala kot element povezovanja žalujočih, občutenja medsebojne bližine, topline in sočustvovanja. Stisk roke, objem, druženje so pomagali žalujočemu premagovati bridko izkušnjo in povezali posameznike v skupnost, ki je temeljila na močnih čustvih in tolažbi.

V svoji diplomski nalogi bom proučila spremembe, ki jih je na področje žalovanja prinesla uporaba Facebook profila pokojne osebe. Moje glavno raziskovalno vprašanje je: Ali je žalovanje na Facebook profilih privedlo do racionalizacije čustev?

Prav tako me bo zanimalo ali je Facebook zgolj postal dodatni prostor za žalovanje, ki ni nikoli nadomestil, ampak zgolj nagradil, tradicionalno izražanje občutkov. Raziskala bom tudi zakaj se uporabniki poslužujejo takšne oblike žalovanja in kaj menijo, da jim takšna komunikacija omogoča. Glede na to, da smo danes posamezniki lahko povezani kadarkoli in kjerkoli bom obravnavala tudi, ali je zaradi družbenih omrežij prišlo do ohlajevanja čustev in medsebojnega oddaljevanja posameznikov.

V nalogi bom analizirala Facebook profile pokojnikov, saj jih uporabniki pred svojo smrtjo oblikujejo sami s svojimi komentarji, objavami, statusi in prijatelji oblikujejo podobo, do katere lahko dostopa javnost. Po njegovi smrti uporabniki–njegovi prijatelji–nadaljujejo z oblikovanjem njegove podobe. Facebook profil tako vzpostavlja normativne okvire sprejemljivih čustvenih odzivov uporabnikov, preko katerih jih sooblikuje. V tej povezavi bom tudi ugotavljala morebitno racionalizacijo žalovanja na Facebook profilih in povezavo teh sprememb s koncepti avtoric Illouz (2010) in Šadl (1999) ter treh raziskav.

V teoretičnem delu bom opisala čustva v sodobni družbi. Opredelila bom čustva in proces čustvovanja, proces žalovanja in predstavila koncept čustvenega kapitalizma in sodobnega, čustveno posredovanega komuniciranja. V nadaljevanju bom predstavila Facebook kot prostor čustvovanja kjer bom povezala emocije z mediji in opisala Facebook »spomenike«, ki na družbenem omrežju predstavljajo prostor za komuniciranje s pokojnim. Kasneje bom izvedla študijo primera, ki jo bom podkrepila z že opravljenimi raziskavami iz tujine. Na koncu bom v sklepu povzela odgovore na vprašanja svojega diplomskega dela.

2 ČUSTVOVANJE V SODOBNI DRUŽBI

2.1 Čustva in proces čustvovanja

Ljudje se s čustvi odzivajo na okolje in specifične situacije. Čustva sama niso iracionalne sile, ki morijo oziroma ovirajo družbene procese, ampak so adaptacija na življenjske pogoje. Turner in Stets (2005) ugotavljata, da so »emocije socialni konstrukt v smislu kaj ljudje čutijo. Emocije so povezane s socializacijo in participacijo v kulturi. Kulturne ideologije, vrednote in norme definirajo kako bodo čustva doživljana in izražena v skladu s kulturo. Emocije so torej socialni konstrukti« (Turner in Stets 2005, 2). Socialne opredelitve čustev »poudarjajo družbeno pogojenost čustev« (Smrtnik 2007, 9). »Čustva so družbeno skonstruirane tvorbe, saj naj bi socialni dejavniki vodili poimenovanje, interpretacijo in predelavo čustev« (Averill v Smrtnik 2007, 9). Prav tako pa tudi »prežemajo vse oblike delovanja in družbenega življenja, so del javne kulture in integralni del vseh sestavin družbene strukture (npr. politične sfere, gospodarstva, religije, družine)« (Šadl 1999, 246).

Čustva lahko poleg tega razumemo tudi kot »prirojene mehanizme, ki se oblikujejo šele pod vplivom družbenih pravil za prikazovanje čustev« (Darwin in Dunn v Smrtnik 2007, 9). Ljudje izražajo čustva v situacijah, ki so za njih osebno pomembne. Od pomembnosti situacije pa je odvisna tudi intenzivnost čustev. Bolj kot je situacija za posameznike pomembna, bolj intenzivno doživljajo čustva (Smrtnik Vitulić 2007, 10). Večinoma si sledijo v nekem zaporedju, kjer en proces sproži naslednjega. »Ljudje zaznajo spremembo v zunanjem svetu najprej zavestno ali nezavedno kognitivno ocenijo (zaznava, pripis pomena in pomembnosti). Kognitivni oceni nato sledijo telesna (fiziološka) obdelava informacij, (ponovna) sprožitev miselnih procesov, priprava na akcijo in (telesno) izražanje čustev ter delovanje ali potreba za delovanjem« (Smrtnik 2007, 10)¹.

¹Milivojević procese, ki so bistveni za razvoj čustev predstavi z Modelom krožne emocionalne reakcije (KER model): » *Prisotnost dražljajske situacije, zaznavanje (situacije), pripis pomena (situaciji), pripis pomembnosti (situaciji, telesna obdelava informacije, pripravljenost na akcijo, mišljenje in pripravljenost na odziv ali odziv (na situacijo)*« (Milivojević v Smrtnik Vitulić 2007, 12).

Čustva lahko delimo na dve skupini, in sicer na temeljna (pojav v zgodnjem otroštvu, vsebujejo jih vse kulture, čustva nosijo podobne značilnosti fizične in psihične značilnosti) in kompleksna (razvijejo se v poznejšem otroštvu, so družbena čustva za komuniciranje v posamezni kulturi) (Smrtnik 2007, 11). Avtorji se med seboj pogosto razlikujejo, zato v ti dve skupini prištevajo različna čustva. »Obstajalo naj bi deset temeljnih čustev. Ta čustva so zanimanje, veselje, presenečenje, žalost, jeza, gnus, strah, sram, krivda« (Izard v Smrtnik 2007, 11). Kompleksna pa so med drugimi tudi »ponos, sram, krivda in zavist« (Harris v Smrtnik 2007, 9). Poleg delitve na temeljna in kompleksna čustva se pojavlja tudi delitev na pozitivna in negativna čustva. »Posameznik doživlja pozitivna čustva, kadar okoliščine prispevajo k doseganju zanj pomembnih ciljev, in negativna, kadar oceni, da so njegovi cilji zaradi dogajanja ogroženi« (Lazarus v Smrtnik 2007, 11).

Smrtnik v svoji knjigi *Čustva in razvoj čustev* povzema Muska, ki pravi, da so »čustva evolucijsko in genetsko oblikovana naravnost organizma k dejavnosti v odnosu do okolja in evolucijsko pridobljena zmožnost ocenjevanja dražljajev kot pozitivnih ali negativnih« (Musek v Smrtnik 2007, 13). Dodatno pa lahko vplivajo tudi na »kognitivne procese, obnašanje, motivacijo, zelo intenzivno pa tudi na motorične funkcije« (Smrtnik 2007, 13). Čustva nosijo tudi pomemben del v medosebni interakciji. Pomagajo nam, da zaznamo resnične občutke sogovorca. »Vplivajo na odnose z drugimi ljudmi. V komunikaciji dobiva izražanje čustev impliciten ali ekspliciten pomen sporočila. Izražanje čustev postane dražljaj, ki si ga ljudje razlagajo v skladu s kulturnimi in osebnimi kodami« (Milivojević v Smrtnik 2007, 14). Čustva so tako odziv na neko situacijo, lahko pa se pojavijo tudi pri sočustvovanju z osebo, s katero smo vpleteni v interakcijo. »Čustva se do neke mere »prenašajo« z ene osebe na drugo, kar pomeni, da opazovanje izraženih čustev pri drugem lahko povzroči podobno čustvo tudi pri nas« (Lamovec v Smrtnik 2007, 14).

Vsaka kultura ima prepoznavna čustva. »Naša čustva so neločljivo povezana s kulturo v kateri odraščamo, ki nam omogoča temelje za prepoznavanje, osmišljanje in organizacijo čustvenih izkušenj« (Smrtnik 2007, 23). Nekateri avtorji pravijo, da se kognitivni procesi² in čustva prepletajo, interakcija med tema dvema procesoma pa je »stalna ves čas

²»S pojmom kognicija označujemo višje spoznavne procese, ki jih uporabljamo pri mišljenju, odločanju in učenju, kot so zaznavanje, predstavljanje, presojanje, spomin in jezik« (Smrtnik Vitulić 2007, 24).

človekovega razvoja, saj posameznik, ki je prepuščen le samemu sebi, pridobi le praktično inteligentnost in predstave, medtem ko so mentalne kategorije in miselna pravila sestavljeni iz kolektivnih reprezentacij, ki naj bi bile rezultat socialne interakcije.« (Kovačev v Smrtnik 2007, 26). V socialni interakciji nam čustva s pomočjo različnih obraznih mimik pomagajo, da pravilno interpretiramo posameznikovo obnašanje. »Posameznikovo izražanje čustev je pogosto nezavedne narave, zato so elementi čustvenih izrazov dokaj zanesljivi kazalci čustvenih stanj« (Kovačev v Smrtnik 2007, 27). Omogočajo pa tudi, da »posameznik s čustvenim izražanjem sporoča svojo vpletenost v določeno situacijo. Čustveni izrazi so dražljaji za osebo, ki jih opazuje, ocenjuje in si jih razlaga ter se na podlagi pomena, ki jim ga pripisuje, nanje odziva« (Smrtnik 2007, 27). »Uravnavanje čustev je skupen izraz za začasno ali trajno prilagajanje (preoblikovanje) kakovosti in intenzivnosti posameznih komponent čustev (izrazov, doživljanja, procesov mišljenja) določeni situaciji ali drugim ljudem« (Smrtnik 2007, 30).

Illouz (2010) v svoji knjigi *Hladne intimnosti* povzema Nussbauma in Rosalda, ki pravita, da »čustvo samo po sebi ni delovanje, ampak je notranja energija, ki nas požene v dejanje, je to, kar da dejanju posebno »razpoloženje« ali »obarvanost«. Čustvo lahko na ta način opredelimo kot »energijsko« stran delovanja, pri čemer velja, da se ta energija razteza na spoznanje, afekt, vrednotenje, motivacijo in telo hkrati« (Nussbaum in Rosaldo v Illouz 2010, 13). Jakost čustvovanja in odziv na situacijo sta odvisna tudi od odnosa, ki ga imamo z določeno osebo. »Čustva niso pred družbena ali predkulturalna, ravno nasprotno, so kulturni pomeni in družbeni odnosi, ki so neločljivo zgoščeni skupaj, prav ta zgoščenost pa jim podeli zmožnost, da dajejo delovanju energijo. Tisto zaradi česar čustvo nosi »energijo«, pa je dejstvo, da vedno zadeva jaz in odnos jaza do kulturno zaznamovanih drugih« (Illouz 2010, 13). Čustva nam pomagajo, da »vzpostavimo kulturne opredelitve osebnosti, kakor so izražene v konkretnih in neposrednih, toda vedno kulturno in družbeno opredeljenih odnosih. So kulturni pomeni in družbeni odnosi, ki so zelo zgoščeni in ta trda zgoščenost je tista, ki jim podeli energičen in zato predrefleksiven, pogosto polzavesten značaj« (Illouz 2010, 14).

2.2 Žalovanje in soočanje z izgubo

Skoraj vsi poznamo pekoč občutek v naših prsah, ki ga spremlja težko dihanje, jok in podobne lastnosti, ki spremljajo proces žalovanja. »Ljudje doživljajo žalost, ko ocenijo, da so neupravičeno izgubili nekaj, kar je zanje pomembno« (Milivojević v Smrtnik 2007, 33). V življenju včasih pride do situacij, ki zamajajo našo notranjost in nas soočijo z močno izgubo. »Žalost in žalovanje sta osnovna aspekta človeške izkušnje« (Bonanno in drugi 2008, 797). »Žalost je sicer temeljno čustvo, žalovanje pa je širši konstrukt, ki velikokrat spominja na depresijo« (Bonanno in drugi 2008, 797). »Žalovanje je zelo čustvena, stresna izkušnja in se velikokrat povezuje s specifičnimi čustvi, najpogosteje žalostjo« (Lazarus v Bonanno in drugi 2008, 798). Občutek žalosti in žalovanja nas preplavi ob izgubi objekta ali subjekta, ki je bil za nas pomemben. »Bolj ko je bila izgubljena oseba ali objekt za posameznika pomemben, večjo izgubo doživlja in intenzivnejša je njegova žalost. Žalost lahko razumemo kot nasprotje veselja« (Oatley in Jenkins v Smrtnik 2007, 13).

Skoraj v vsaki kulturi obstajajo rituali, preko katerih počastimo pokojnikovo življenje in s katerimi ga pospremimo v posmrtno življenje. Najbolj značilen ritual je zagotovo pogreb, na katerem se od ljubljene osebe zadnjič poslovimo. Pred prihodom tehnologij so ljudje izražali sožalje zgolj osebno, in sicer tako, da so prišli v mrliško vežico in s stiskom rok sočustvovali s prizadetimi ali pisno posredovali svoje sožalje preko pošte. Kasneje so se udeležili pogreba, kjer so z ostalimi žalujočimi delili svoja čustva in prizadetost. »Vse kulture imajo pogreb, ki označuje zaključek človekovega življenja in kulturno predpisano žalovanje« (Romanoff in Terenzio 1998, 697). Glavna značilnost pogrebnega rituala je zagotovo bližina z ostalimi žalujočimi, s katerimi nas družijo ista izguba. »Ritualni pomagajo ohraniti socialni red. So kolo, ki narekuje pravilno izražanje močnih čustev. Njihovo ponavljanje in predpisana narava žalovanja pa olajša občutke tesnobe« (Romanoff in Terenzio 1998, 698). Polega tega pa so »pogrebni rituali tudi simbolične narave in proizvajajo pomembno čustvovanje za žalujoče. Povezujejo tranzicijo umrlega iz življenja do smrti in povezujejo tranzicijo žalujočega od enega socialnega statusa do drugega« (Romanoff in Terenzio 1998, 698). Romanoff in Terenzio tudi pravita, da pogrebni rituali »omogočajo možnost za javno izražanje žalovanja, strukturo za razmejitev žalovanja in priznanje umrlega v skupnosti, kjer je živel« (Romanoff in Terenzio 1998, 698).

Smrtnik (2007) pravi, da je žalost »čustvo izgube ali socialne vloge, poznavanje situacije pa posamezniku ne pomaga pri vrnitvi v prvotno stanje. V primerjavi s strahom, ki je usmerjen v prihodnost, je žalost pogosto usmerjena v preteklost, lahko pa tudi v sedanost ali prihodnost, kadar oseba ve, da izgublja ali bo izgubila nekaj pomembnega (anticipatorna žalost)« (Smrtnik 2007, 33). Pomembna lastnost žalovanja je tudi spoprijemanje z izgubo, saj se »pri žalosti posameznik spoprijema z dogajanjem, ki jo je sprožilo in ga v nasprotju z jezo ne želi spremeniti. Posameznik, ki je žalosten, usmerja pozornost nase in na svoje doživljanje« (Smrtnik 2007, 33). Bonnano in drugi podajo štiri bistvene lastnosti, ki razlikujejo žalost od žalovanja:

Poznamo štiri razlike, ki razlikujejo žalovanje od žalosti. Prvič: Žalost, kot jo poznamo mi lahko traja nekaj sekund ali nekaj ur, nasprotno žalovanje traja po več tednov, včasih pa tudi po več let. Drugič: Žalost je eno-dimenzionalno čustvo, ki se od žalovanja razlikuje v tem, da žalovanje spremlja vrsta negativnih čustev (jeza, prezir, sovražnost, strah in krivda). Tretjič: Žalost je povezana s trajno izgubo. Žalovanje pa je poleg tega povezano tudi z kognitivnim razumevanjem izgube. Čeprav tudi žalost spremlja občutek izgube, pa je občutek izgube pri žalovanju bolj globok. Ko se soočamo z izgubo pomembne osebe v našem življenju, žalovanje vpliva na človeško identiteto in kognitivno razumevanje sveta in prihodnosti. Ljudje, ki se soočajo s takšno izgubo, velikokrat pravijo, da jim »manjka del duše«. Četrto: Žalovanje in žalost vzbujata drugačne tipe obvladovanih odzivov. Obvladovanje žalosti je večinoma usmerjeno v kratkotrajno obvladovanje, ki je velikokrat povezano z neko spremembo. Žalovanje pa temelji na dolgotrajnem obvladovanju, ki je velikokrat povezano s spremembo socialne vloge, ekonomske situacije in družinske konfiguracije (Bonanno in drugi 2008, 798).

Žalovanje kot proces »zdravljenja svoje duše« zahteva dolgotrajno celjenje. »Posameznik, ki žaluje, predeluje in rekonstruira svoj vrednostni sistem, se »poslavlja« od izgubljene osebe ali objekta, prilagaja novim pogojem življenja in se pripravlja na morebitno ponovno navezanost. Posameznik z žalostjo »kliče« na pomoč in izraža potrebo po sočutju« (Smrtnik 2007, 33). Intenzivnost žalosti, ki jo posameznik občuti v danem intervalu, je odvisna od tega, v kakšnem odnosu je bil z danim objektom ali subjektom. »Izgubljena oseba ali objekt, za katerim oseba žaluje, je za osebo vedno pomemben in internaliziran v njegovi psihični strukturi. Bolj ko je bil izgubljeni objekt za posameznika pomemben, večjo izgubo doživlja in intenzivnejše je njegovo doživljanje žalosti« (Smrtnik 2007, 33).

2.3 Čustveni kapitalizem in racionalizacija čustev

Čustva in razum sestavljata osebnost posameznika in pomagata pri ustvarjanju in vzdrževanju družbenih odnosov. »Že od najzgodnejših začetkov zahodnega mišljenja je smisel človeškega obstoja opredeljevala hladna, racionalna presoja. Za zmožnost, ki označuje človečnost človeka, je veljal razum, v glavnem strogo ločen od čustev« (Šadl 1999, 9). Čustva so bila tako na nasprotni strani od razuma. »Lastnosti in zmožnosti, ki so opredeljevale razum, so bile izključene iz opredelitve čustev in obratno. Kar je odlikovalo razum, je pojasnjevalo, etično gledano, pomanjkljivost čustev; kar je označevalo čustva, je bilo izmejeno iz razumskega območja (duše)« (Šadl 1999, 10). Za takratno obdobje (razsvetljenstvo) »zahodne civilizacije« je bilo značilno razmišljanje, da je za »duhovni razvoj (civiliziranega) človeka in družbe temelji na zavračanju in kontroli čustev« (Šadl 1999, 10). Razum je zmagal nad strastjo in čustvi ter osiromašil »življenjski stil v osebem in družbenem življenju« (Šadl 1999, 10).

V sedemdesetih in osemdesetih letih 20. stoletja pa se začne vzpon čustvenega zanimanja. Posamezniki so začeli vse več svojega časa posvečati sebi, svojim prijateljem in družini. Zdenka Šadl v svoji knjigi *Usoda čustev v zahodni civilizaciji* to obdobje poimenuje »doba čustev« (Šadl 1999, 10). V preteklosti namreč zasebni jaz ni bil nikoli tako javno uprizarjan in vprežen v diskurze in vrednote ekonomske in politične sfere« (Illouz 2010, 15). Kasneje so emocije postale središče družbenega in osebnega življenja, prav tako pa »so vstopila v središče medijskega, ekspertnega in znanstvenega zanimanja. Množični mediji vse več pozornosti namenjajo emocionalnim izkušnjam ljudi ter emocionalno pomembnim in čustva-vzbujajočim dogodkom« (Šadl 1999, 10). V osebnih odnosih vse bolj postaja pomembno zavedanje samega sebe in drugega. »V ospredje je stopilo zanimanje za konkretna osebna življenja in potrebe, za telo, spolnost in osebne ter intimne odnose« (Šadl 1999, 13).

Illouz (2010) se osredotoča na spremembe, ki jih je v družbenih odnosih prinesel pojav novih komunikacijskih medijev. V dobi pred prihodom tehnologij, ko je prevladovala medosebna interakcija, ljudje svojega nastopa niso mogli popolnoma načrtovati. S pomočjo interneta in razvoja različnih portalov ter družbenih omrežij, pa lahko ljudje

igramo vlogo pred svojim občinstvom. »Delo samopredstavljanja je več stopenj oddaljeno od dejanskega družbenega delovanja in tako vizualno kakor lingvistično ni uprizarjano za konkretnega, specifičnega drugega, ampak za posplošeno in abstraktno občinstvo« (Illouz 2010, 100).

Oblikovanje svoje podobe na internetu po eni strani prinaša določene prednosti, ki se jih posamezniki z veseljem poslužujejo. »Internetni jaz se zdi veliko bolj avtentičen, pristen in sočuten kakor družbeni jaz, za katerega je bolj verjetno, da ga obvladujejo strah pred drugimi, obrambna drža in prevara« (Illouz 2010, 94). Internet je pomagal pri ločevanju fizičnega od psihičnega, saj »je predstavljen kot tehnologija, ki ločuje od telesa, in to na pozitiven način, v smislu, da je jaz bolj razkrit in bolj avtentičen takrat, ko je predstavljen zunaj ovir telesnih interakcij« (Illouz 2010, 94). Takšna ločitev in »odsotnost telesa pa omogoča čustvom, da se razvijejo iz avtentičnejšega jaza in se pretočijo k vidnejšemu objektu, namreč k pravemu breztelesnemu jazu drugega« (Illouz 2010, 94).

Kako delujejo čustva v procesu internetnega povezovanja? »Internetna tehnologija je utemeljena na intenzivni rabi psiholoških kategorij in podmen o tem, kako je treba razumeti jaz in kako je treba načrtovati družabnost na podlagi čustvene družabnosti« (Illouz 2010, 96). Na videz bolj avtentičen jaz na internetu privede do tega, da »postane zasebni jaz viden in javno dan na ogled abstraktnemu in anonimnemu občinstvu, ki pa ni javnost, temveč skupek zasebnih jazov. Na internetu zasebni psihološki jaz postane javni nastop« (Illouz 2010, 98). Kot že omenjeno, samopredstavitev »pri postmodernem jazu predpostavlja in vključuje občutljivost za različne družbene kontekste in zmožnost v njih igrati različne vloge« (Illouz 2010, 100).

S pomočjo komercializacije se ljudje vračamo na ponovno nadzorovanje svojih čustev. »Človeška čustva niso »osvobojena« zunanjega institucionalnega nadzora oziroma eksterno posredovanih pravil čustvovanja. Nasprotno, čustva in emocionalno izražanje so postali predmet povečane zaskrbljenosti, (pre)oblikovanja in nadzora v številnih poklicnih kategorijah in službah na področju storitvenih dejavnosti« (Šadl 1999, 225). Internet je našemu jazu in našim emocijam dodal vrednost, ki se giblje na »trgu« različnih drugih jazov. »Profilom (se pravi osebam) se pripiše (bolj ali manj) fiksno ekonomsko vrednost, ljudje pa so zato zaskrbljeni glede svoje vrednosti na tako strukturiranem trgu in si želijo izboljšati svoj položaj na njem« (Illouz 2010, 109). Strukturiranost je privedla do pojava

racionalizacije, kar pomeni, da se različna čustva ne izražajo več iracionalno, ampak s pomočjo nekega nadzora (Illouz 2010).

Ljudje na internetu ne moremo izražati svoje mimike, zato tudi naše občinstvo ni zmožno pravilno interpretirati sporočila v primeru lažne ekspresije. Kako smo ljudje čustveno povezani je v veliki večini odvisno od prisotnosti drugih posameznikov (Illouz 2010, 119). »Internet zmoti tovrstno polzavestno prilagajanje, ki ga izvajamo v konkretnih interakcijah, saj daje prednost kognitivni, tekstovni vednosti« (Illouz 2010, 119). Delčki, s katerimi oblikujemo svoj internetni jaz, ne morejo sestavljati celote nekega subjekta. »Internet priskrbi neko vrednost, ki je zaradi njene razvezanosti in ločenosti od kontekstualne in praktične vednosti o drugi osebi ni mogoče uporabiti za razumevanje osebe kot celote« (Illouz 2010, 126).

Internet je mnogim posameznikom pomagal, da so postali »boljši« kot dejansko so. Tako so si spletli vezi, ki jih v resničnem življenju ne bi mogli. »Na spletu lahko nastanejo in dejansko nastajajo pomembne vezi, ker splet omogoča izražanje »avtentičnega jaza«, ki je pogosto skrit pred nami samimi in drugimi in se najboljše izrazi v terapevtskem srečanju« (McKenna, Green, Gleason in Rogers v Illouz 2010, 129). S pomočjo interneta igramo predstave pred svojim občinstvom. »Z jezikom produktivnosti in poglobljanjem sebstva na polju duševnega zdravja je psihološko prepričanje čustveni jaz naredilo za javni tekst in nastop na raznoterih družbenih prizoriščih, kot so na primer družina, korporacija, podporne skupine, televizijske pogovorne oddaje in internet« (Illouz 2010, 130). Internet pomaga posameznikom pri gradnji »psihološkega jaza, ki lahko razume samega sebe skozi tekste, se klasificira in kvantificira ter samega sebe javno predstavlja in uprizarja, pri čemer je njegova težava natanko v tem, kako ta javni psihološki nastop preoblikovati nazaj v zasebni čustveni odnos« (Illouz 2010, 130). Prav o tem govori Eva Illouz, saj pravi:

Zlivanje tržnih repertoarjev in jezikov jaza skozi dvajseto stoletje je tisto, kar sem poimenovala »čustveni kapitalizem«. V kulturi čustvenega kapitalizma so čustva postala entitete, ki jih je treba ovrednotiti, pregledati, pretresti, izpogajati, kvantificirati in poglobliti. V tem procesu, ki je izumil in razvil široko množico najrazličnejših tekstov in klasifikacij, namenjenih upravljanju in spreminjanju jaza, so čustva sodelovala tudi pri izoblikovanju trpečega jaza, se pravi identitete, ki je organizirana in opredeljena s svojimi

psihičnimi pomanjkanji in primanjkljaji in ki je vključena nazaj na trg prek nenehnih zapovedi o samospremembi in samouresničitvi. Prav tako pa tudi obratno, čustveni kapitalizem je ekonomske transakcije - pravzaprav večino družbenih odnosov - prežehl z doslej izjemno kulturno pozornostjo do lingvističnega upravljanja čustev ter iz njih napravil žarišče strategij dialoga, prepoznavanja, intimnosti in samoemancipacije (Illouz 2010, 131).

Množičen pojav internetnih profilov, ki so posledice družbenega in tehnološkega razvoja je privedlo do tega, da so »intimne vezi postale brezstrastne, racionalizirane in izpostavljene surovemu utilitarizmu. Čustvena »opismenteve« je zašla in tako so odnosi postali merljive in zamenljive entitete« (Illouz 2010, 131-132). Illouz se poigrava z idejo poglobljenja čustev in pravi, da smo posamezniki »vse bolj in bolj razcepljeni med hiperracionalnostjo, ki je jaz poglobvila in racionalizirala, ter zasebnim svetom, ki ga bolj in bolj obvladujejo samooblikovane fantazije« (Illouz 2010, 136). »Kulturni repertoar tržne analize stroški-korist zdaj uporabljamo v praktično skoraj vseh zasebnih in domačih interakcijah in postalo je čedalje težje, da z enega registra delovanja (ekonomskega) preklopimo na drugega (romantični)« (Illouz 2010, 136).

Strukturiranost in vpliv okvirjev na naše delovanje je privedlo do načrtnega ustvarjanja jaza, ki ljudem – ob pomanjkanju čustvenih vsebin – otežuje čustveno odzivanje. Ena najpomembnejših ugotovitev Eve Illouz govori ravno o tem:

Če je konvencionalni kapitalistični subjekt lahko preklapljal sem in tja od »strateškega« k čisto »čustvenemu«, se mi zdi, da je v dobi psihologije in interneta glavni kulturni problem ta, da je postalo veliko težje preklopiti se od strateškega nazaj k čustvenemu. Zdi se, da so udeleženci, pogosto proti svoji volji, obtičali v strateškem jazu. Internet to dobro ponazarja. Stvar ni toliko v tem, da internetna tehnologija osiromaši osebno in čustveno življenje, temveč bolj v tem, da ustvarja neslutene možnosti za družabnost in odnose, a jih izprazni čustvenih in telesnih sredstev, ki so jim vse doslej pomagali pri njihovem ohranjanju« (Illouz 2010, 133).

Med posamezniki tako obstaja distanca, ki se povečuje zaradi vse večje strukturiranosti. Arditi pravi, da »oddaljenost ne nastopi zato, ker ljudje nimajo ničesar skupnega, ampak zato, ker so stvari, ki so jim skupne, (postale) preveč skupne« (Arditi v Illouz 2010, 134). Tudi Illouz se strinja s tem, saj pravi, da »oddaljenost izvira iz dejstva, da si zdaj delimo skupen in zelo standardiziran jezik. Bližina pa izhaja iz specifičnosti in ekskluzivnosti podobnosti, ki si jih delita dve entiteti« (Illouz 2010, 13). Vse večji razvoj je tako privedel

do tega, da posamezniki nismo vse bolj povezani, ampak je dejansko ustvaril razdor med nami. »To, da imamo na razpolago vse bolj razvite kulturne tehnike, s katerimi standardiziramo intimne odnose, se o njih pogovarjamo in jih z njimi upravljamo na posplošen način, je tisto, kar slabi našo zmožnost za bližino, za skladnost med subjektom in objektom« (Illouz 2010, 134).

Illouz se sicer osredotoča na romance, vseeno pa lahko značilnosti, ki jih omenja, opazimo tudi v primeru ustvarjanja profilov na družbenem omrežju Facebook. Koncept racionalizacije je izpodrinil iracionalno doživljanje čustev, ki so bila pričakovana v primeru izgube ljubljenega subjekta ali objekta. Žalovanje je postalo standardizirano, strukturirano in nadzorovano. V primeru iracionalnega doživljanja čustva niso uokvirjena, ampak jih pogosto spremljajo čustveni izpadi. S prihodom tehnologij in posledičnim razvojem čustvenih omrežij pa se je izkazovanje žalovanja spremenilo. Čustva ne temeljijo več na trenutnem zaznavanju dražljajev, ampak so izražena s pomočjo dlje časa trajajočih razumevanj, presoj in interpretacij.

Tehnologije so tako povzročile, da je prišlo do čustvenega ravnovesja, kjer so intenzivna čustva (pozitivna ali negativna) izločena. Poskrbele so za norme in okvirje znotraj katerih si posameznik oblikuje svoj jaz. »Možnosti za razvoj zavesti o lastnih in tujih čustev in za kultiviranje emocionalnih odnosov in emocionalnih skupnosti prinašajo tudi nove informacijske tehnologije. Kiber-prostori ustvarjajo nov prostor za govorico čustev in vzajemno emocionalno pomoč in komunikacijo ne glede na geografske, časovne, družbene ali fizične omejitve« (Šadl 1999, 242).

3 FACEBOOK KOT PROSTOR ČUSTVOVANJA

3.1 Emotivne vloge novih medijev

Vse hitrejši razvoj je povzročil, da so tehnologije postale podaljški našega telesa, brez katerega skoraj ne zapustimo svojega doma. »Nove komunikacijske tehnologije so vpete v mrežo kompleksnih odnosov med raznolikimi zasebnimi in javnimi področji družbenega življenja« (Oblak 2007, 90). Navezanost posameznikov na različne tehnološke izume omogoča socialno interakcijo v vsakem trenutku. Občutek bližine, povezanosti in razumevanja spodbuja izražanje čustev preko novih komunikacijskih orodij. »Internet je postal nepogrešljiv element medosebnega komuniciranja in pomemben posrednik družbenih odnosov« (Pertič 2007, 115).

S pomočjo tehnologij smo posamezniki v sodobni družbi postali povezani v vsakem trenutku. Ta povezanost ne temelji na nepredvidenih emocionalnih reakcijah, ampak je načrtovana. »Poznamo vertikalne in horizontalne odnose, kjer je za prve značilna poglobljenost, odkritost in intimnost, medtem ko so slednji površinski, instrumentalni in zato zelo verjetno strateški (Gergen v Petrič 2007, 118). S tem se strinja tudi Ule (2009), ki pravi, »da digitalno medosebno komuniciranje sicer razširja obseg (realnih ali zamišljenih) medosebnih odnosov, obenem pa zmanjšuje globino in intenzivnost odnosov. Zmanjšujeta se tudi količina in pomen komuniciranja iz oči v oči« (Ule 2009, 137). Preko tehnologij lahko vzpostavljamo različne odnose, ki pa se razlikujejo od interakcije na istem fizičnem prostoru. »Kljub medsebojni privlačnosti pogojev bivanja v sodobni družbi in posredovani interakciji, so stiki »v živo« še vedno prevladujoč način vstopanja in vzdrževanja družbenih odnosov, tudi pri tistih, ki jim je omogočen dostop do novih komunikacijskih tehnologij« (Petrič 2007, 141).

Medosebni odnosi, ki se torej vzpostavijo preko novih komunikacijskih medijev, naj bi bili bolj strukturirani in strateško oblikovani. Prav tako pa prinašajo tudi nekaj »otipljivih privlačnosti (enostavnost, dostopnost, instant gratifikacije, hitrost) in morda malo manj otipljive, dolgoročneje posledice, negativne narave (nezaupanje, pretvarjanje, zmedenost, nasičenost...)« (Petrič 2007, 142). Novi mediji so dodatni prostor za

vzpostavljane in ohranjanje komunikacije med posamezniki. Internet naj bi »omogočal usklajevanje dejavnosti, ki se dogajajo na internetu, in dejavnosti, ki se dogajajo v fizičnem svetu (Zdešar in Kogovšek 2007, 197). Novi mediji in posredovano komuniciranje pa omogočajo tudi anonimnost. »Anonimnost se zdi inherentna lastnost računalnikov kot komunikacijskih medijev, saj omogoča prikritje identitete komunikatorjev in je podeljena slehernemu uporabniku« (Oblak 2003, 1007).

Tempo življenja nas sili v vse bolj pogosto uporabo komunikacije preko novih komunikacijskih orodij. »Sodoben način življenja posameznikom mnogokrat zmanjšuje možnosti za neposredne stike s posamezniki« (Zdešar in Kogovšek 2007, 199). Dnevno smo v medosebni interakciji z družino, s prijatelji in sodelavci, z nekimi konstantnimi skupinami v našem vsakdanjiku. Prav tako smo v virtualni interakciji še z vrsto drugih uporabnikov tehnologij. Število interakcij »iz oči v oči« upada, saj lahko preko novih medijev komuniciramo z uporabniki po celem svetu. »Bistvena sprememba, ki se je zgodila z množičnim vdorom digitalnih medijev v medosebno komuniciranje, je, da je medosebno komuniciranje preseglo omejitve časa in prostora, ustvarja pa virtualne prostore, čase, odnose. Povečala se je tudi dostopnost komunikacijskih partnerjev, ki so nekemu dosegljivi ne glede na prostor in čas« (Ule 2009, 132). Prav zato, ker je računalnik kot novi medij in internetno komuniciranje potrebno razumeti kot to, da »internet ni monoton medij, ki bi posameznike spodbujal zgolj k eni sami obliki povezovanja. Prav nasprotno, internet spodbuja raznolike načine »obstajanja« in s tem tudi mnogotere možnosti za vzpostavljane stikov z drugimi« (Oblak 2003, 115).

Internet omogoča konstantno komunikacijo. »Priklopiti se danes na internet v najširšem smislu pomeni »vstopiti na splet« in prek njega družbeno, kulturno ali politično delovati« (Oblak in Petrič 2005, 13). Je »specifičen, mednarodno uveljavljen termin za opis računalniško podprtega komunikacijskega omrežja, ki ga sestavlja neskončna veriga povezanih računalnikov« (Oblak in Petrič 2005, 13).

Funkcije, s katerimi lahko komuniciramo z drugimi uporabniki, so skoraj že tako velike, da se jih ne da prešteti. »Računalniško podprto komuniciranje danes zajema različne načine in kanale komuniciranja: glas, podoba, besedilo, glasbo, video, ki jih uporabniki lahko zaporedoma ali tudi vzporedno vključijo v svoje komuniciranje« (Ule 2009, 132). Komunikacijske tehnologije posamezniki uporabljajo »za medosebne stike in pogovore,

za druženje, zabavo, avanture, za premagovanje socialne izolacije, vsakdanjih strahov in nezaupanja ter za nabiranje življenjskih izkušenj (Herring in Strauss v Ule 2009, 145). Vse to pa je privedlo do spremembe, ki jo je povzročil prihod novih medijev. Emocionalna povezanost je lahko manjša s posamezniki na istem fizičnem prostoru, kot s tistimi, ki so na drugem koncu sveta. »Pogosto družinski člani sedijo vsak za svojim računalnikom ali vsak s svojim mobilnikom v roki in so s svojimi spletnimi povezavami intenzivneje povezani z ljudmi kjerkoli že po svetu kot z drugimi člani družine« (Ule 2009, 146).

Nove tehnologije so povzročile deljenje svojih emocij na drugačen način. Haverinen pravi, da je »moderna tehnologija, še posebej virtualna tehnologija, poskrbela za nove variacije starih ritualov žalovanja in ustvarila nove načine, da izkažemo spoštovanje, izrazimo sožalje in delimo skupne izkušnje« (Haverinen 2010, 87). Vseeno pa lahko »novi načini komuniciranja pomenijo grožnjo z novimi oblikami ujetosti, omejitev, ovir ter obet novih načinov socialne interakcije in komuniciranja med ljudmi« (Ule 2009, 148). Konstantna povezanost in bližina, ki jo spodbujajo« novi mediji, povzroča različne odtujitve le tedaj, če jih enostransko uporabljamo ali če postanemo preveč odvisni od njih« (Ule 2009, 150). Komunikacija, ki se uporablja preko množičnih medijev »spodbuja usmerjenost k drugemu in to, da se odpremo nekomu. Krepi torej podporno in svetovalno vlogo komuniciranja, ne prepričevalne ali usmerjevalne« (Ule 2009, 151).

3.2 Facebook »spomeniki«

Veliko stvari se je spremenilo s prihodom novih tehnologij in posledičnim razvojem družbenih omrežij. Porušile so se stene med javnim in zasebnim, s čimer so posamezniki dobili nov prostor za deljenje svojih izkušenj z ostalimi. Facebook je najbolj razširjeno družbeno omrežje, ki velikim služi za deljenje informacij. Ljudem je omogočil dodatni prostor za komunikacijo, ki jim omogoča medosebni stik skoraj v vsakem trenutku. Boydova v članku *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship* pravi, da družbena omrežja pomagajo tujcem, da se povežejo med seboj in si delijo skupne interese. Prav tako jim pomagajo graditi javni profil, kjer sami uravnavajo število prijateljev. Z multimedijско vsebino in različnimi aplikacijami pa pomagajo posameznikom dopolnjevati svoje profile.

Facebook je bil ustanovljen leta 2004 izključno za študijske namene Harvarda. Leta 2005 so se začeli priključevati še ostali, kar je kmalu privedlo do uporabe različnih aplikacij, ki so posameznikom omogočale personalizirati svoje profile (Boyd 2007, 218). Značilnost Facebooka je, da lahko člani družbenega omrežja skoraj vedno nekoga poiščejo in vidijo profil nekoga drugega, razen, če jim je dostop »blokiran« (Boyd 2007, 210–213). Posameznikom omogoča, da obdržijo povezavo z ljudmi, s katerimi so tudi v fizični interakciji. V veliki večini se med njimi pojavlja neki zunanji element, ki jih povezuje med seboj (Ellison, Steinfield in Lampe v Boyd 2007, 221). Papacharissi pravi, da posamezniki na Facebooku radi delijo svoje fotografije z drugimi in vedno znova osvežujejo svoje »stanje« (Papacharissi 2009, 204).

Facebook pa v današnjem času ne omogoča zgolj povezovanja med živimi ljudmi, ampak predstavlja tudi kanal po katerem živi »komunicirajo« s pokojnim prijateljem ali sorodnikom. Facebook omogoča posameznikom, da so povezani v skupnost in predstavlja prostor, kjer lahko izražajo svoje emocije. Nagrobniki, ki stojijo v čast umrlega nam dandanes ne povejo nič konkretnega o določeni osebi. Postali so brezosebni, saj iz njih ne izvemo, kaj je ta oseba rada počela, poslušala, katerih dogodkov se je udeleževala in v kakšnem odnosu je bila s prijatelji, ki so ostali po njeni smrti. V dokumentarnem filmu »*Facebook Follies*« pravijo, da danes »nagrobnike« umrlega predstavljajo Facebook profili. Ti nam podajo več informacij o umrlem in tako omogočajo, da je žalovanje bolj osebno in bolj neposredno (Youtube 2011).

Pred množičnim razvojem medijev se je za smrt določene osebe lahko izvedelo zgolj iz časopisnih oglasov in osmrtnic, ljudje pa so lahko kolektivno žalovali na določenih ritualih kot so pogreb, maše ipd. Danes večina posameznikov za smrt neke osebe izve preko medijev, vse pogosteje pa preko družbenih omrežij. »Facebook je učinkovita platforma za deljenje spominov in za sodelovanje v procesu žalovanja. Omogoča ljudem, da izrazijo svojo žalost in žalujejo s prijatelji« (Marwick in Ellison 2012, 395).

Za potrebe žalovanja, ki se pojavlja na Facebooku so se pojavile različne žalne knjige in »memoralizirani« Facebook profili. »Facebook uporabniki žalujejo na internetu zato, da ohranjajo spomin na ljubljenega, ki je umrl, zato, da se povežejo s pokojnikovo skupino prijateljev, da počastijo življenje pokojnega in, da prejmejo in dajejo podporo drugim

Facebook uporabnikom« (Brubaker & Hayes, Carroll & Landry, Getty, Hogan & Quan-Haase in Stone v McEwen in Scheaffer 2013, 65).

3.2.1 Žalne knjige

Žalne knjige se od Facebook profilov razlikujejo po tem, da »knjige« pokojnih ustvarjajo prijatelji in znanci. Vse to lahko privede do napačne predstavitve jaza, saj svoje mnenje lahko deli neomejeno število ljudi, tudi tisti, ki osebe sploh niso poznali. V raziskavi *“There Isn’t Wifi in Heaven!” Negotiating Visibility on Facebook Memorial Pages* takšne ljudi poimenujejo »žalujoči turisti«, ki naj bi bili predvsem »tujci, ki si želijo izraziti svoje mnenje v javnem žalovanju.« ali »trolli«, ki so »ljudje, ki naj bi načrtno posredovali uničujočo vsebino, večinoma pod psevdonimom« (Marwick in Ellison 2012, 379). Pri gradnji žalne knjige imajo velik del pri gradnji identitete družina, prijatelji in znanci, ki soustvarjajo vsebino, ki naj bi najbolje zajemala pokojnika. Na takšen način se nato pokojnika tudi sprejema. Takšen pojav v omenjeni raziskavi poimenujejo »sovpad kontekstov«, kar pomeni, da ljudje, ki so poznali pokojnika v različnih okolij, o njem sestavljajo neko sliko. »Znanci in prijatelji iz različnih socialnih okolij, razredov in kultur lahko podajajo in vsrkavajo določeno vsebino in tako namerno ali nenamerno ustvarjajo nasprotujoče podatke za razumevanje osebe« (Marwick in Ellison 2012, 379).

3.2.2 Profili

Profili pa predstavljajo bolj osebno gradnjo internetne osebnosti. »Profili socialnih omrežij so zgrajeni s strani pokojnega, internetne žalne strani pa so zgrajene s strani prijateljev in družine« (Marwick in Ellison 2012, 38). Žalne knjige za razliko od profilov ne predstavljajo »osebni profil pokojnika. V primeru, da je Facebook obveščen o smrti uporabnika njihov profil postane »spomenik« (»memorial«). Tako lahko zgolj tisti uporabniki, ki so bili prijatelji s pokojnikom v času pred njegovo smrtjo, objavljajo komentarje na njihovem profilu« (Marwick in Ellison 2012, 383). To omogoča, da posamezniki nadaljujejo s podobo pokojnika, kot si jo je ta že prej oblikoval. Sam se je že predstavil v določeni luči, njegovi prijatelji pa zgolj sledijo začrtani poti. Facebook profil pokojnika je tako bolj oseben od žalnih knjig, saj na profilu delujejo zgolj osebe, ki si jih je pokojni sam izbral za prijatelje. Posledično je tudi vtis bolj pristen in objavljanje ni tako brezčutno. Uporabniki lahko na Facebooku z ostalimi »delijo tudi svoje spomine, uporabljajo vizualne in javne simbole žalovanja in prosijo za pokojnika« (Carroll in Landry v Marwick in Ellison 2012, 382). V primeru, da Facebook ni obveščen o smrti

uporabnika pa se njegov profil ne spremeni in ostaja še vedno zelo aktiven. »V takšnem primeru je lahko zastrašujoče, če dobimo obvestilo od umrle osebe. Počutimo se, kot da bi videli duha. Vseeno pa možnost, da lahko obiščemo profil ljubljene osebe in beremo/objavljamo sporočila, povzroča občutek ugodja, tolažbe za tiste, ki cenijo trajajočo skupnost ljudi, s katerimi lahko delijo spomine in žalost« (McEwen in Scheaffer 2013, 68).

4 ŠTUDIJA PRIMERA

4.1 Metoda in raziskovalno vprašanje

V svoji diplomski nalogi bom uporabila kvalitativno raziskovanje s pomočjo študije primera. Analizirala bom Facebook profile, pri čemer se bom opirala na že opravljene študije. S pomočjo raziskav in analize treh Facebook profilov bom pridobila odgovor na svoje raziskovalno vprašanje, ki se glasi: Ali je žalovanje na Facebook profilih privedlo do racionalizacije čustev? Prav tako bom skušala ugotoviti ali je Facebook postal dodatni prostor za žalovanje, ki ni nikoli nadomestil, ampak zgolj nagradil, tradicionalno izražanje občutkov, zakaj se uporabniki poslužujejo takšne oblike žalovanja in kaj menijo, da jim takšna komunikacija omogoča in ali je zaradi družbenih omrežij prišlo do ohlajevanja čustev in medsebojnega oddaljevanja posameznikov.

4.2 Vzorec in zbiranje podatkov

Na raziskave, ki so bile opravljene v tujini se opiram zato, ker v Sloveniji analiza s takšno tematiko še ni bila opravljena. Svojo študijo primera in ugotovitve bom potrjevala s pomočjo ugotovitev omenjenih raziskav. Prva študija je *“There Isn’t Wifi in Heaven!” Negotiating Visibility on Facebook Memorial Pages*, ki sta jo opravila Alice Marwick in Nicole B. Ellison.³ Druga študija je *Being-Towards-Death In The Digital Age*, avtorice Elaine Kasket.⁴ Tretja raziskava je *Virtual Mourning and Memory Construction on Facebook: Here Are the Terms of Use*, ki sta jo za *Bulletin of Science, Technology & Society* opravila Rhonda N. McEwen in Kathleen Scheaffer.⁵

³ Alice Marwick in Nicole B. Ellison sta študijo opravili leta 2012. Uporabili sta kvantitativno analizo, in sicer sedemintrideset žalnih knjig pokojnikov, ki so umrli za posledicami različnih življenjskih nevarnosti. Prav tako sta za namene študije uporabili tudi dva Facebook profila.

⁴ Raziskava je potekala leta 2012, s pomočjo kvantitativne raziskave, in sicer v dveh korakih. V prvem koraku je uporabila vzorec petih spominskih knjig, s katerimi je ustvarila homogene skupine posameznikov. To so bile žalne knjige posameznikov, ki so umrli v prometnih nesrečah, so govorili angleško in so imeli vsaj 400 žalujočih prijateljev. Za analizo je uporabila 943 objav iz teh petih strani. V drugem koraku je skušala navezati stik z vsemi petimi administratorji žalnih knjig. Odzvali so se trije s katerimi je opravila še intervjuje.

⁵ Študija je potekala leta 2013. Podatke sta zbirali s pomočjo treh tehnik: analize dokumentacije (različni načini žalovanja-strani, fotografije, sporočila, profili, komentarji ...), raziskave in intervjujev. Tehnike analize dokumentacije so uporabile na različnih Facebook žalnih knjigah in profilih v kombinaciji z raziskavo in intervjuji. Študija je vsebovala analizo dokumentov treh tipov podatkov: Pogoji Facebooka za uporabo (8 strani), javne osmrtnice *Toronto Star* spletnega časopisa (14), posnemajoče prakse, ki jih je uporabljal Fowler (2005), Facebook profile (7) in javno dostopne žalne knjige (7). Za raziskavo sta uporabili osemnajst prostovoljnih uporabnikov Facebooka, ki so bili starejši od 18 let, ki redno uporabljajo

Moj vzorec zajema profile treh fantov, ki so umrli v različnih okoliščinah. Facebook profil 1 je profil štiriindvajsetletnega motociklističnega ljubitelja, ki je leta 2010 umrl za posledicami prometne nesreče. Profil 2 pripada dvaindvajsetletnemu fantu, ki je leta 2012 umrl v prometni nesreči, katero je povzročila neprilagojena hitrost in alkohol. Facebook profil 3 pa je profil dvajsetletnega fanta, ki je letos storil samomor. Na vseh treh profilih opazujem objave prijateljev in sorodnikov, ki jih analiziram s pomočjo že omenjenih raziskav.

4.3 Rezultati

Ljudje se preko Facebooka počutijo povezani (Kasket 2011, 249). »Februarja 2004, ko je bil Facebook ustanovljen, najbrž nihče ni pričakoval takšnega porasta in tega, da bodo Facebook profili nekoč postali digitalni spomeniki, ki bodo raztreseni med profili živih« (Kasket 2011, 250).

V raziskavi *Being-Towards-Death in The Digital Age* so ugotovili štiri glavne teme, ki naj bi dobro opredelile, zakaj posamezniki delujejo na profilih pokojnikov (Kasket 2011, 253). Te štiri teme sem s pomočjo ostalih študij še okrepila.

4.3.1 Načini naslavljanja

Žalujoči na Facebook profilu pokojnika drugače izražajo svojo prizadetost. Že iz same objave lahko ugotovimo v kakšnem odnosu sta bila pokojnik in žalujoči in kako globoko brazgotino je pustila smrt na tistih, ki ga pogrešajo. Takšne ugotovitve lahko izvemo iz različnih »elementov komunikacije, kot so posredno in neposredno sporočanje, formalnost in neformalnost govora in struktura objav. Prav tako pa je način naslavljanja odvisen tudi od socialne norme medija (Facebook), drugih socialnih norm (norme generacije) in vloge (prijatelj, učitelj ...)« (Kasket 2011, 253). Poleg različnih elementov komunikacije pa je na profilih zaznati tudi občutno generacijsko razliko. »Starejši posamezniki uporabljajo bolj tolažilni stil, mlajši posamezniki pa govorijo neposredno pokojnemu, v neformalnem stilu, kot so ga uporabljali v Facebook interakcijah, ko je bil pokojnik še živ« (Kasket 2011, 253).

Preko objav opazimo razliko med neposrednim in posrednim sporočanjem. V prvem primeru prijateljica nagovarja pokojnika posredno, v drugem pa neposredno. Iz obeh

Facebook, imajo sorodnika ali prijatelja, ki je umrl v zadnjih šestih letih, uporabljajo Facebook za žalovanje in pišejo ter govorijo Angleško. Pet od teh prostovoljcev pa je kasneje opravilo tudi poglobljeni intervju.

primerov je tudi razvidno, da svojo žalost pišeta prijateljici, ki uporabljata neformalni govor, takšnega kot so ga uporabljali za komunikacijo, ko je bil pokojnik še živ.

»Nooooočeeem sam spomine....rada bi mela M nazaj :(((... Sej vem, da je zvezdica na nebu, vem, da pazi na nas, vem, da nas gleda in, da ne bi hotel, da smo žalostni, vem, da je bila taka usoda in je 1000 zakajev odveč.....sam včasih vse to izgine iz glave in se prikažejo samo najbolj lepi in veseli trenutki z njim --- pa se takrat sprašujem, zakaj je moralo vse to biti samo takrat in ne bo nikoli več :(((I MISS YOU«

»M danes je spet eden tistih dni, ko pridejo na plan vsi boleči spomini. Čeprav si vedno ob meni, v mojih mislih, mi tako zelo manjkaš... Pogrešam te prijatelj:((((Lepo praznuj tam kjer si zdaj, med zvezdami, skupaj z angeli in še naprej pazi na nas. Nikoli te ne pozabim...«

Iz naslednjega primera je razvidno, da starejši posamezniki svoje objave pišejo bolj posredno in v bolj tolažilnem stilu. Prav tako uporabljajo bolj formalni stil pisanja.

»Še nekaj dni in minilo bo žalostno leto brez našega M. Težko je...a z lepimi spomini nanj in spoznanjem, koliko prijateljev je imel, ki se ga še vedno pristno spominjate.....se nekako prebijamo skozi vsak dan posebej...hvala vam za vse...za organizacijo memoriala, za prijetne spomine, obiske na pokopališču.....še enkrat iskrena hvala. vsi njegovi...«

4.3.2 Prepričanje v komunikacijo

Največ žalujočih, ki svoje občutke delijo na Facebook profilih pokojnih, spremlja občutek komunikacije. »Pripričanje, da bo pokojnik zmožen sprejeti komunikacijo je zelo veliko. Velikokrat izražajo prepričanje, da bo pokojni sprejel sporočilo, vseeno pa ni nobenih pričakovanj, da bo pokojnik odgovoril na komunikacijo« (Kasket 2011, 253). Na Facebook profilu 1 je iz objave razvidno, da je prijateljica očitno komunicirala s pokojnim, vseeno pa ni pričakovala, da ji bo ta odgovoril.

»Moment, ko moram na tole stran. Joo spomnila sm se, kako si mi peto na škornu limal z saloteipom ker to ni držalu pa največji problem k se tadruga peta ni dala odlomt. Kaj sem se nasmejala zdela, škoda ker nisi tukaj.«

Glede na to, da lahko gremo na Facebook že skoraj v vsakem trenutku, nam to tudi omogoča, da komuniciramo s pokojnim večkrat na dan. »Facebook je lahko zelo učinkovit način komunikacije, ki povzroči, da se počutimo bližje pokojniku. Bolj kot na pokopališču, obiskih doma, v mislih ali pisanju pisem« (Kasket 2011, 254).

»Ja M, dobre dve leti, 749 dni, najmanj 749 razmisljanj o tem, kaj bi naredil v kaksni situaciji ti, najmanj 749 razmisljanj o tem kako nam manjka... Cas res celi rane, a izbrise jih ne. Se dobro, da prav tako ne izbrise spominov na lepe trenutke in odlicne ideje, katere so zrasle vsakodnevno na tvojem zeljniku... Ceprav te ni vec med nami, ceprav me vec ne poklices in povabis na malico, se vedno cutim tvojo navzocnost, cutim tvoj pogled na situacijo, ki mi pomaga sprejeti kaksne tezke odlocitve in me pozene naprej... Hvala ti, ker mi se naprej stojis ob strani, hvala ti prijatelj dragi.... Pogresam te!«

»Ah.....sigurn me zdele gledaš in vidš s čim se ukvarjam in veš da bi nucala tvoj nasvet!Ti se pa sigurno smejiš, ker veš da bi se ti v tej situaciji znajdu takoj. Jooo Lubenička, prav zaželela sem si minuto tebe. Ja tako zgleda mora bit..... cmoka«

Deljenje občutkov na Facebook profilu nam omogoča bližino s pokojnikom, kar pa posledično privede tudi do tega, da postajamo vse bolj prepričani, da je to zadnji kanal po katerem še lahko posredujemo svoje sporočilo do pokojnika. Prepričanje v to, da oseba dejansko bere svoje objave na svojem profilu »se pokaže tudi v objavah, ki predvidevajo, da posamezniki zagotovo berejo svoje objave« (Kasket 2011, 254).

»Ola!!! K ti veš d glih s traktorjem sedima in gruntama da sm sem glih en dan pred tvojo obletnco uženu??!!!! --- Hhhmmm ---- neeed your heeeelp....«

»Prijatelj moj, ceprav vem, da si sigurno pripravil nepozabno festo nad oblaki, bi raje videl, da bi praznovali skupaj, pa magari zdolgocaseni ob vodi in suhem kruhu... pogresan si!!!«

»Razmišljam o letošnjem presenečenju zate....samo eno vprašanje me muči, katera pošta dela za tvoj dom?! POOOOGREEŠAM TEEE Vem, da ti je tudi tam kjer si zdaj lepo, ker si pač sonček. Lahko ti rečem le še...postaral si se, stari...lepo praznuj s prijatelji angeli in naj nocojšnja noč sveti kot še nikoli!* Rada te mam, my ANGEL*«*

Nekateri žalujoči se nikakor ne morejo otresti občutka, da so slišani in da jih pokojni zagotovo spremlja v posmrtnem življenju. »Nekateri verjamejo, da njihov pokojni prijatelj ali sorodnik sedi v kavarni v nebesih, je »logiran« na Facebooku in bere njihove objave« (Kasket 2011, 257).

»M kaj ti naj napišem!? Minilo je leto kaj te ni več z nami. Kar ne morem verjet da je res že toliko časa. Spomini nate in na najine pogovore so še zmeraj živi. Lingoti so še vedno, čeprav brez tebe ni isto. Pogrešam in pogrešamo te! Vem pa da nas budno opazuješ in se smejiš našim norčijam! R.I.P M. Se vidiva danes, tam za obzidjem.«

Žalujoči, ki delijo svoje občutke v internetni skupnosti na Facebooku, med seboj dejansko ne komunicirajo. »Ljudje, ki na zidu pokojne osebe objavljajo različne komentarje večinoma to ne počnejo zato, da ostajajo v interakciji med seboj, ampak zaradi tega prepričanja, da lahko komunicirajo s pokojnim« (Dobler v Marwick in Ellison 2012, 382).

»Vedno boš v mojem spominu. Nikoli ne boš pozabljen!!. Bil si dober prijatelj in dober po srcu. Veselil sem se že naših poletnih aktivnosti katere smo imeli v načrtu:(:(Tvoja smrt me je zares šokirala. sedaj upam, da si našel tisto srečo katero ti v tem življenju ni uspelo najti. Dobri umrejo mladi! Rest in peace prijatelj:(((.«

4.3.3 Občutek ohranjanja vezi

Komunikacija s pokojnim preko Facebook profila pa privede tudi do močnega občutka povezanosti med žalujočim in pokojnim. »Največkrat se to kaže skozi pogostost in vztrajnost objav in obiskov profila. Zaznamo lahko tudi preko tega, da osebe umeščajo pokojnika v vsakdanje stvari še dolgo po njihovi smrti« (Kasket 2011, 254).

»Ej star nc ni vec taku ko je blo...vse je neki zljadrano. se za piknik se ne mormo vec zment. fali nam tvoja organizacija...:(ajd drz se«

Mnogo tistih, ki na Facebook profilih puščajo različne objave za pokojnika, počnejo to zato, ker so mnenja, da tako ohranjajo vez, ki so jo ustvarili še ko je bil pokojnik živ. Že Williams in Merten sta ugotovila, da »žalujoči delijo objave in komentirajo zato, da ohranjajo vez s pokojnim in ohranjajo enak odnos, kot so ga imeli pred smrtjo« (Williams in Merten v Marwick in Ellison 2012, 382).

»Svetkovaniiii. Poservisiral prve pare smučk letos. Sam neki fali pri nas... Ni nekega vzdušja po zimskih radostih, neutrudnega razlaganja o smučkah, petardah, gumah, govora o novem zakonu o prometnih predpisih.....:(((.«

Kasket je ugotovila, da profil mnogim predstavlja »zadnji delček pokojnika, ki je resničen« (Kasket 2011, 258). Preko Facebook profila se počutijo, kot da uporabljajo zadnjo pristno stvar, ki jih povezuje s pokojnim.

»sam kukr kol obrneš, še zmeri ko grem na fb na to stran, ko pogledam slike in norčije ki smo jih-si jih zganju, se mi zdi da se glih peleš u picerijo in naročaš Lingota ...:(((.«

Facebook je pomagal, da se žalujoči ne potrebujejo še tako kmalu sprijazniti s smrtjo pokojnika. »Značilnosti Facebooka in »memoralizacijska« politika, ki jo je uveljavil Facebook olajšata vez med pokojnimi in živečimi« (McEwen in Scheaffer 2013, 71).

»Stari silišu Angleško verzijo Kuča poso? Hecno! Pogrešam tvoje vsakodnevno predvajanje tvojega ljubega Ekrema....Pogrešamo te M!!!!!!«

Facebook je omogočil, da žalujoči ohranjajo vez s pokojnikom. Preko strukturiranosti in različnih aplikacij lahko žalujoči na Facebook profilu ali žalni knjigi »neposredno naslavlajo pokojnega, komentirajo, označujejo pokojnika na fotografijah, dodajajo fotografije v albume in označujejo pokojnika v svojih statusih. Takšen tip ohranjanja vezi je omogočen s funkcijami in politikami Facebooka« (McEwen in Scheaffer 2013, 71). Vez, ki je bila ustvarjena s strani pokojnika še preden je umrl »se lahko prekine zgolj, če pokojnikova družina zahteva odstranitev profila iz Facebooka« (McEwen in Scheaffer 2013, 71).

4.3.4 Narava in funkcija Facebook skupnosti

Pokojnik je pred svojo smrtjo oblikoval internetni jaz, za katerega je želel, da ga tako vidijo vsi njegovi prijatelji. Na podlagi njegovih prijateljev, objav, komentarjev, video posnetkov in statusnih sprememb so lahko posamezniki sestavljali neko celoto, ki je predstavljala Facebook uporabnika. Po smrti določene osebe pa prijatelji še nadgrajujejo njegov internetni jaz in tako pomagajo pri gradnji popolnejše slike. »Objave pogosto pokažejo koliko pisci razumejo in več vedo o pokojnem iz spominov skupnosti, fotografij

in drugih elementov, ki zasedajo prostor na »spominskem zidu«. Podoba pokojnika tako tudi za vse druge postaja bolj živa, bolj izpopolnjena« (Kasket 2011, 255).

»Prebiram poste, sem brez besed. Resnično manjkaš. Marsikdo od kolegov me je že zapustu, ti pa se vedno motaš po glavi. Ne bom pretiraval, če rečem vsak dan. Pa naj kdo reče, da nisi z nami.«

»Še nekaj dni in minilo bo žalostno leto brez našega M. Težko je...a z lepimi spomini nanj in spoznanjem, koliko prijateljev je imel, ki se ga še vedno pristno spominjate....se nekako prebijamo skozi vsak dan posebej...hvala vam za vse...za organizacijo memoriala, za prijetne spomine, obiske na pokopališču....še enkrat iskrena hvala. vsi njegovi...«

Vse bolj razširjen pojav žalovanja na Facebooku se uporablja tudi zaradi večje dostopnosti in takojšnjega občutka bližine. »Takojšna objava komentarjev, sporočil in fotografij omogoča žalujočim na Facebooku hiter kanal za izražanje njihovih čustev in možnost skupinske podpore. Vseeno pa takšna dejanja vplivajo na to, kako se bodo pokojnika spominjali in ustvarjajo tekmovalno okolje med žalujočimi« (McEwen in Scheaffer 2013, 64). Takšno okolje povzroči, da posamezniki tekmujejo med seboj in stremijo k temu, da objavijo čim bolj globoke občutke in igrajo vlogo najbolj strtega prijatelja. Tako pa poteka »vojna o tem kdo je imel pokojnika raj« (McEwen in Scheaffer 2013, 70). To pa seveda ni pravilo, saj mnogi posamezniki sodelujejo v takšnih skupnostih prav zaradi oblikovanja interakcij, ki jim pomagajo pri soočanju z izgubo. »Facebook uporabniki potrjujejo samopredstavitve drugih skozi »feedback«, ki se izvaja preko »všečkov« komentarja, fotografij, videa ali statusa in skozi prispevanje gradiva v obliki besedila, fotografij, videa ali povezav« (McEwen in Scheaffer 2013, 64).

Kot že omenjeno je Facebook strukturirana platforma, kjer posamezniki delujejo znotraj nekkih okvirjev. »Koristi in komplikacije, ki jih na Facebook profilu lahko povzročijo žalujoči, so oblikovane z načrtnimi usmeritvami platforme družbenega medija« (McEwen in Scheaffer 2013, 64). Te usmeritve se v tolikšni meri uporabljajo ravno zato, ker je Facebook še vedno »najbolj pogosto uporabljena platforma za socialne interakcije in gradnjo digitalne identitete« (McEwen in Scheaffer 2013, 64). Žalujočim posameznikom Facebook namreč »skozi funkcije in usmeritve ponuja, da dostopajo do internetne skupnosti, ki si nudi pomoč« (McEwen in Scheaffer 2013, 72).

Prav tako ne obstaja ločnica med žalovanjem na Facebooku in med tem, ki se odvija na fizičnem prostoru. Slednji še vedno obstaja, a mu je žalovanje na Facebook profilih postala nadgradnja. »Blogi, profili na družbenih omrežjih, avatarji in druga virtualna izražanja ohranjajo identiteto osebe, kar privede do fenomena, kot so virtualne sveče, ki odražajo stare konvencije, kot je prinašanje rož in sveč v pokojnikov dom ali na grob« (Haverinen 2010, 88). In ne, da zgolj ohranjajo identiteto osebe, ampak jo tudi nadgrajujejo in tako prispevajo h konstrukciji internetnega jaza. Facebook profil postaja nedokončni dnevnik posameznika, ki ga začne pisati sam, dopolnjujejo pa ga Facebook prijatelji. Skozi ta dnevnik se lahko svobodno sprehajamo in vidimo, kakšna je ta oseba bila, kaj je imela rada, kaj je sovražila, kdo so bili njeni prijatelji in tudi kaj je bila njena zadnja objava pred smrtjo. Kasket »omeni »neskončni/dokončni paradoks«. Ljudje lahko s pomočjo Facebook profilov delujejo še vedno živi, aktivnosti drugih na njihovem profilu potiskajo pokojnikovo stran s časom naprej. Tako lahko še vedno dostopamo do Facebook profila na enak način, še vedno ima vse isti videz in vse dejavnosti pokojnika pred smrtjo so še vedno tam« (Kasket 2011, 260). Zaradi tega, ker Facebook profil ni zaključen v trenutku smrti, se pojavi možnost, da lahko posameznika kljub njegovemu odhodu še vedno čutimo in ohranjamo »pri življenju«.

5 SKLEP

Pred razvojem tehnologij, ki so omogočile povezovanje ljudi na drugačen način, smo se od pokojnika lahko zadnjič poslovili ob spremstvu na njegovo zadnjo pot. Facebook nam je omogočil, da posameznik kljub smrti, še vedno nekje »živi«. Postal je nikoli dokončan življenjepis, ki ga po smrti dopolnjujejo njegovi najbližji. Facebook pa ni postal nov, temveč dodatni prostor žalovanja, ki zaradi svoje dostopnosti in neomejenosti omogoča konstantno povezavo med žalujočimi in pokojnimi. Žalovanje na Facebooku je torej nadgradnja tradicionalnega žalovanja.

Čustveni kapitalizem, ki ga Eva Illouz opredeli kot poblagovljanje čustev je privedel do racionalizacije, čustva tako na trgu tekmujejo z ostalimi internetnimi identitetami. Čustvena pismenost posameznikov je privedla do racionalne izbire, oblikovala čustvene norme in uniformiranja čustev. Prinesla pa spremembe tudi na področju žalovanja. Smrt ljubljene osebe je v tradicionalnem smislu veljala za eno najhujših stvari, kar jih lahko doživi posameznik v svojem življenju. V večini takšen šok spremlja kopica čustev, s katerimi izražamo svoje nezadovoljstvo in razočaranje. S prihodom tehnologij in posledičnim razvojem družbenih omrežij, pa čustva danes delujejo znotraj okvirja, ki določa neko normo. Zato se tudi na Facebook profilih seznanimo s konceptom racionalizacije in ohlajevanjem čustev.

Internetni jaz naj bi veljal za bolj avtentičnega, saj so odsotni vsi dejavniki, ki posameznika lahko motijo pri ustvarjanju svoje podobe. Ta ima tako možnost, da svoj internetni jaz ustvari racionalno in ne s pomočjo čustvenih izbruhov. Racionalnost na Facebook profilih pokojnikov pa lahko zaznamo malo drugače. Pred smrtjo si vsak posameznik lahko ustvari neko svojo sliko na Facebook profilu. Objavlja kaj ima rad, kaj rad posluša, kakšnih dogodkov se bo udeležil, česa ne mara, komentira prijateljem objave, objavlja statute in podobne zadeve. Njegov profil tako dobiva sliko, ki si jo je racionalno izbral on sam. Odločil se je, da se bo s takšno sliko predstavil svetu. Kaj pa se zgodi, ko ta oseba umre? Takrat njegovo zgodbo z različnimi objavami, komentarji in drugim gradivom dopolnjujejo njegova družina in prijatelji, nadaljujejo njegovo zgodbo in tako »komunicirajo« z njim.

Pomembno je tudi strateško čustvovanje. Ljudje namreč preko Facebooka načrtujemo, kako bomo žalovali, kaj bomo napisali in katere občutke bomo delili z ostalimi na Facebooku. Ne žalujemo impulzivno, ampak se na to pripravimo. Zato na Facebooku tudi ni zaznati nekih čustvenih izpadov, ker je odzivanje strukturirano in uokvirjeno s funkcijami in lastnostmi Facebook platforme. Ljudje objavljajo tako kot jim Facebook to dovoljuje. Prav tako pa tudi delujejo v skladu z družbenimi konvencijami na Facebooku, ki ne predvidevajo neprimernih oblik čustvovanja.

Strateško čustvovanje otežuje odzivanje, ko se uporabniki vračajo k »običajnemu« čustvovanju—v medosebnih interakcijah. Res je, da nam tehnologije omogočajo neomejeno število odnosov in interakcij, vseeno pa te interakcije postajajo izpraznjene čustev in telesne bližine. Skupnost, znotraj katere delujejo in se povezujejo žalujoči, ne temelji na čustveni bližini in osebni stiku. Je načrtovana, organizirana, strukturirana in izpraznjena raven čustev, ki so za takšen šok, kot je izguba subjekta ali objekta, zelo pomembna. Ravno zaradi vse večje strukturiranosti se med posamezniki povečuje razdalja in na takšen način prihaja do vse večjega ohlajevanja čustev. Čeprav se pojavlja vse bolj pogosta komunikacija med uporabniki, so odnosi ravno zato površinski in instrumentalni. Niso več poglobljeni, intimni in odprti.

Posameznikom, ki svoje občutke delijo na različnih Facebook profilih, takšen način žalovanja prinaša navidezen občutek povezanosti. Osebe med seboj niso v interakciji, ampak komunikacija poteka večinoma enosmerno in je naslovljena zgolj na posameznika, čigar profil so obiskali. Starejši posamezniki uporabljajo bolj formalni stil, pišejo bolj posredno in tolažilno. Opazna je generacijska razlika, saj mlajši uporabniki uporabljajo bolj neformalni stil in pišejo neposredno. Pokojnika nagovarjajo na takšen način, kot so to počeli pred njegovo smrtjo. Žalovanje na Facebooku vsem predstavlja komunikacijo, za katero pa se zavedajo, da je enosmerna. Od pokojnika niti ne pričakujejo odgovora. Zaradi dostopnosti imajo tudi občutek, da jim je takšna komunikacija omogočena kjerkoli in kadarkoli. Prepričani so v to, da bo njihovo sporočilo prispelo do pokojnika, da ta sedi za računalnikom in bere njihova sporočila.

S komunikacijo se počutijo, kot da ohranjajo odnos, ki so si ga tekom življenja ustvarili s pokojno osebo. Poleg tega pa tudi, da je na Facebooku ohranjen tisti zadnji ostanek pokojnika, ki ga ohranjuje pri življenju. Vez s pokojnim ostaja takšna, kot jo želijo žalujoči imeti, lahko jo negujejo, oblikujejo po svoji volji. Prekine pa se lahko zgolj, če

družina zahteva odmik profila iz javnosti. Vse objave, komentarji, fotografije in podobne zadeve pomagajo ohranjati internetni jaz, ki si ga je pokojnik že sam izoblikoval. S svojim deležem prispevajo k gradnji vtisa, ki pomaga, da uporabniki, ki pokojnika niso dobro poznali ali pa so ga poznali malce drugače, oblikujejo sliko, ki se z vsako objavo še izpopolnjuje. Facebook pomaga pri tem, da naša internetna osebnost živi vekomaj.

Zaključimo lahko, da v primeru Facebook žalovanja prihaja do racionalizacije čustev in zmanjševanja intimnosti ter povezanosti, vendar pa določenim uporabnikom takšna komunikacija predstavlja kanal, po katerem lahko dosežejo bližnjo osebo. Prepričani so v komunikacijo in v ohranjanje odnosa. Kljub vsemu pa to strateško načrtovano žalovanje vpliva na to, da uporabniki zanemarjajo čustven aspekt, saj žalovanje postaja bolj strukturirano in posledično tudi bolj površno. Zato smo posamezniki čustveno med seboj vse bolj oddaljeni, čeprav smo vse bolj povezani preko družbenih omrežij. Strukturiranost čustvovanja na Facebook profilih je omilila čustvene reakcije in emocionalno povezanost, vseeno pa je vzpostavila navidezno povezavo med živimi in mrtvimi.

6 LITERATURA

1. Bonanno, George A., Laura Goorin in Karin Coifman. 2008. Sadness and Grief. *VHandbook of emotions*, ur. Michael Lewis, Jeannette M. Haviland-Jones in Lisa Feldman Barrett, 797-810. New York: The Guilford Press.
2. Boyd, Hannah M. 2007. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication* 13(1). Dostopno prek: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/pdf> (27. maj 2014).
3. Facebook. Dostopno prek: <https://www.facebook.com/> (7. januar 2014).
4. Facebook. 2014a. *Facebook profil 1*. Dostopno prek: <https://www.facebook.com/profile.php?id=1659644235&fref=ts> (10. september 2014).
5. --- 2014b. *Facebook profil 2*. Dostopno prek: <https://www.facebook.com/matej.svetec.5?fref=ts> (10. september 2014).
6. --- 2014c. *Facebook profil 3*. Dostopno prek: <https://www.facebook.com/andrej.luzar.14> (10. september 2014).
7. Haverinen, Anna. Digitized mourning: Virtual memorials and services in the internet. *Journal of the Finnish Anthropological Society* 3/2010. Dostopno prek: <http://eds.b.ebscohost.com/nukweb.nuk.uni-lj.si/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=8&sid=34df43d8-4d86-4aa5-b035-9579c9f12e8d%40sessionmgr198&hid=107> (29. avgust 2014).
8. Illouz, Eva. 2010. *Hladne intimnosti: Oblikovanje čustvenega kapitalizma*. Ljubljana: Krtina.
9. Kasket, Elaine. 2012. Being-Towards-Death In The Digital Age. *Journal of the Society for Existential Analysis* 23 (2). Dostopno prek: <http://eds.a.ebscohost.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/eds/detail?sid=09de9a58-c082-4ae7-9600-cf81ae5e679e%40sessionmgr4001&vid=1&hid=4205&bdata=Jmxhbmc9c2wmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZQ%3d%3d#db=a9h&AN=82404657> (27. maj 2014).
10. Marwick, Alice in Nicole B. Ellison. 2012. "There Isn't Wifi in Heaven!" Negotiating Visibility on Facebook Memorial Pages. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 56 (3). Dostopno prek: <http://eds.a.ebscohost.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/eds/pdfviewer/pdfviewer?sid=0806f4a3-3957-4073-b829-9532b98c0f7c%40sessionmgr4003&vid=8&hid=4205> (27. maj 2014).

11. McEwen, Rhonda N. in Kathleen Scheaffer. 2013. Virtual Mourning and Memory Construction on Facebook: Here Are the Terms of Use. *Bulletin of Science, Technology & Society* 33 (3/4). Dostopno prek: <http://bst.sagepub.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/content/33/3-4/64.full.pdf+html> (27. maj 2014).
12. Oblak, Tanja Č. 2003. *Izzivi e-demokracije*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
13. Oblak, Tanja Č. 2007. Med simbolnimi pomeni in realnimi praksami mobilnega vsakdanjika. V *Mobilne refleksije*, ur. Vasja Vehovar, 87–115. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
14. Papacharissi, Zizi. 2009. The Virtual geographies of social networks: a comparative analysis of Facebook, LinkedIn and ASmallWorld. *New media society* 11 (1&2). Dostopno prek: http://tigger.uic.edu/~zizi/Site/Research_files/VirtualGeographiesFacebook.pdf (27. maj 2014).
15. Petrič, Gregor. 2007. Pretnja preračunljivega individualizma v družbi posredovanih odnosov. V *Mobilne refleksije*, ur. Vasja Vehovar, 115–147. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
16. Romanoff, Bronna D. in Marion Terenzio. 1998. Rituals and the grieving process. *Death Studies* 22 (8). Dostopno prek: <http://search.proquest.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/pqcentral/docview/231346056/fulltextPDF/142D27390746AAAF1E4/4?accountid=16468> (7. januar 2014).
17. Smrtnik, Helena V. 2004. *Čustva in razvoj čustev*. Pedagoška fakulteta: Ljubljana.
18. Šadl, Zdenka. 1991. *Usoda čustev v zahodni civilizaciji*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
19. Turner, Jonathan H. in Jan E. Stets. 2005. *The sociology of emotions*. Cambridge: University Press.
20. Ule, Mirjana. 2007. Psihosocialni konteksti posredovanega medosebnega komuniciranja. V *Mobilni telefon in transformacija vsakdana*, ur. Tanja Oblak Č. in Breda Luthar, 131–155. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
21. Zdešar, Polona in Tina Kogovšek. 2007. Mobilne komunikacije in omrežja socialne opore. V *Mobilne refleksije*, ur. Vasja Vehovar, 193–221. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
22. *Youtube*. 2011. Dostopno prek: https://www.youtube.com/watch?v=otH_Kn5rmPU (27. maj 2014).