

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Anja Tomšič

Identitete na trgu: Platforme za samo-reprezentacijo

Diplomsko delo

Ljubljana, 2017

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Anja Tomšič

Mentorica: prof. dr. Tanja Oblak Črnič

Identitete na trgu: Platforme za samo-reprezentacijo

Diplomsko delo

Ljubljana, 2017

Identitete na trgu: Platforme za samo-reprezentacijo

V zadnjih letih se v Sloveniji razvija in raste manjša blogerska skupnost. Blogerke, ki redno blogajo in so z bloganjem dosegle določeno prepoznavnost, pa s svojimi objavami estetsko dovršenega življenjskega stila sledilec predstavljajo določen ideal in nanje tako posredno ali neposredno vplivajo. Priljubljenost modnih in lepotnih blogov ter mobilnih aplikacij, katerih so glavni vir komunikacije in samopredstavitve fotografije (Instagram, Snapchat), v zadnjem času nakazuje na to, da je estetska vrednost medijske vsebine vse bolj cenjena ter zaželena dobrina. Diplomsko delo je odraz mojega zanimanja za trend estetizacije vsakdanjih opravil ustvarjalcev medijske vsebine, ki preplavlja družbena spletna omrežja, poleg tega pa so me zanimali tudi načini samo-reprezentacije, s katerimi upravljajo blogerji v blogerski sferi in vdor tehnologije v vsakdanje dejavnosti dotičnih medijskih ustvarjalcev. V pričujočem diplomskem delu so z analizo individualnih poglobljenih intervjujev z blogerkami predstavljene spremenjene vsakdanje in medijske prakse vse večjega števila ustvarjalcev medijske vsebine na spletu.

Ključne besede: blogger, vsakdanje prakse, estetizacija, samo-reprezentacija, tehnološki razvoj

Market identities: Platforms for self-representation

In recent years a small blogger community has developed in Slovenia. Bloggers, who regularly blog and have reached a certain recognisability with their posts of aesthetically sophisticated lifestyle, represent a certain ideal to their followers and are able therefore to influence them either directly or indirectly. The popularity of fashion and beauty blogs and mobile applications, whose main source of communication and self-representation are photos (Instagram, Snapchat), in recent times suggests that the aesthetic value of media content is increasingly appreciated and desirable. This diploma is a reflection of my interest in the trend of aesthetization of everyday practices, that is flooding social media websites. In addition, I was also interested in the ways bloggers manage their self-representation tactics in the blogging sphere and the invasion of technology into everyday activities of media creators. In this diploma, by analyzing individual in-depth interviews with bloggers, I have therefore presented the constantly changing everyday and media practices of the growing number of media content creators online.

Keywords: blogger, everyday practices, aesthetization, self-representation, technological development

KAZALO

1 UVOD	6
2 UPORABNIŠKO USTVARJENA VSEBINA V KONTEKSTU SPLETA 2.0	8
2.1 SPLET 2.0.....	8
2.2 UPORABNIŠKO USTVARJENA VSEBINA.....	9
3 BLOGERSTVO KOT PROSTOR SAMOPREDSTAVITVE IN ESTETIZACIJE ...	11
3.1 RAZVOJ IN DEFINICIJA BLOGERSTVA	11
3.2 SAMO-REPREZENTACIJA NA BLOGU	12
3.3 ESTETIZACIJA OKOLJA IN SAMOPODOBE BLOGERJEV	14
3.4 VIZUALIZACIJA VSAKDANJIH PRAKS	17
4 MODNE BLOGERKE: EMPIRIČNA ŠTUDIJA	20
4.1 OPIS METODE	20
4.2 OPIS VZORCA Z UTEMELJITVIJO	21
4.3 ANALIZA INTERVJUJEV	23
4.3.1 Samopredstava na blogu	23
4.3.1.1 <i>Bloggerstvo kot poklic</i>	23
4.3.1.2 <i>Identifikacija s terminom 'bloggerka' in pristnost spletne podobe</i>	24
4.3.2 Estetizacija okolja in samopodobe	26
4.3.2.1 <i>Estetizacija okolja</i>	26
4.3.2.2 <i>Estetika samopodobe na spletu</i>	27
4.3.3 Vizualizacija vsakdanjih praks	28
5 DISKUSIJA	30
6 SKLEP	34
7 LITERATURA	36

PRILOGE	39
Priloga A: Vprašalnik	39
Priloga B: Intervjuji	40
Priloga B.1: LIA	40
Priloga B.2: SARA	43
Priloga B.3: EMA	47
Priloga B.4: KLARA	50
Priloga C: Kodiranje	54
Slika 3.1: Čevlji so ti	12
Slika 3.2: Instagram nasproti resničnemu življenju	14
Slika 3.3: Mizica pogrni se	16
Slika 3.4: OOTD.....	Error! Bookmark not defined.
Slika 3.5: Fitnes	18

1 UVOD

Na ravni medijskih producentov ima v primerjavi s tradicionalnimi množičnimi mediji, kjer so ponudniki vsebin institucionalizirani producenti, v svetovnem spletu načeloma vsakdo z dostopom do tehnologije, od posameznika do mednarodne korporacije, možnost, da objavi svoje spletno mesto in ga svobodno napolni z vsebino po svoji lastni želji ter avtonomni odločitvi. Toda če je bil splet do sredine 90. rezerviran predvsem za raziskovalne in akademske kroge, se je s sprostitvijo komercialne dejavnosti po letu 1994 izjemno razširilo število spletnih mest podjetij, sočasno z njimi pa so tehnologijo začeli izkoriščati tudi drugi akterji: vladne institucije, posamezniki, civilnodružbene skupine in tudi tradicionalni množični mediji (Oblak in Petrič 2005, 42). Posamezniku danes ni treba biti lastnik časopisne ali televizijske hiše, da bi dosegel veliko število gledalcev oziroma spremljevalcev. Eno od priljubljenih orodij v osebnem založništvu je že pred več kot 10 leti postala brezplačna internetna platforma – blog, ki jo mnogi koristijo za lastno izražanje in samopromocijo (Trammell in Keshelashvili 2005, 968).

Blogerstvo je postala razširjena praksa med posamezniki oziroma posameznicami, ki z deljenjem osebnih mnenj, občutkov in vsakdanjih praks svojemu občinstvu razkrivajo ter omogočajo vpogled v lastno zasebno življenje. Med dotične posameznike spadajo modne in lepotne blogerke, ki svoje celotno vsakodnevno bivanje, mnenja ter stališča oblikujejo in estetsko preurejajo za spremljevalce oziroma občinstvo na spletu. Na spletu sporočajo in predstavljajo določeno podobo, ki je v večini primerov izjemno estetsko dovršena. Blogerji tako prikazujejo in se povezujejo z diskurzom podjetništva skozi pazljivo upravljanje (na primer z videzom), samoizboljševanje ter namerno, pazljivo naložbo. Čeprav se zdi, da je delo vidno odsotno iz prostorov za prosti čas in potrošnjo, pa je kljub temu iz tega razvidno, da je življenjski stil zajet ter prikazan znotraj konstruirane estetike (Sinanan in drugi 2014, 210).

V tej diplomski nalogi sem želela raziskati, kako se modne blogerke predstavljajo na spletu in na kakšen način upravljajo z vtisi objavljenih vsebin ter kako sta trend estetizacije in razvoj tehnoloških orodij spremenila vsakdanje prakse blogerk. Na zvrst modnega in lepotnega blogerstva sem se posebej osredotočila zato, ker s svojimi estetsko izpopolnjenimi objavami pomembno konstruirajo predstavo njihovih sledilcev o nadstandardnem življenjskem stilu ter samoizgledu. Ko se blogerji implicitno prikazujejo kot mikrozvezdniki, utelešajo boljše obveščene potrošnike, ki delajo dobre potrošniške odločitve in tako navdihujejo podobne vrednote v svojem občinstvu. Prav ta žanr bloganja o vsakdanjem življenju znotraj določene estetike naredi tovrstne bloge opazne tako kot vir in vpliv ter tudi kot pojav (Sinanan in drugi

2014, 209). Vsebine, ki jih uporabniki ustvarijo, tako niso le izmenljivi bajti v digitalni ekonomiji pozornosti; bolj kot to, vsebine sestavljajo strukturo in tok uporabnikovega vsakdanjega življenja ter so pomemben del njihovih identitet, odnosov in življenj (Chia 2011, 424).

Za čim podrobnejše razumevanje bloganja kot dejavnosti, ki se je izoblikovala v popularen hobi in poklic ter spremenila vsakdanje prakse uporabnikov pametnega telefona in spletnih aplikacij na njem, sem v prvem poglavju dela najprej opisala kronološki razvoj spleta in uporabniško ustvarjenih vsebin. V drugem poglavju sem s pomočjo Goffmanove teorije o upravljanju z vtisi bloganje povezala s podobo in samo-reprezentacijo, ki jo blogerji izkoriščajo/udejanjajo, in raziskala pojav estetizacije medijskih ustvarjalcev, ki predstavlja glavino problematike, na katero se nato osredotočam tudi v empiričnem delu diplomskega dela.

V empiričnem delu sem skušala nasloviti dve raziskovalni vprašanji: 1. Kako se modne blogerke predstavljajo na spletu in na kakšen način upravljajo z vtisi?, 2. Kako sta trend estetizacije in razvoj tehnoloških orodij spremenila vsakdanje prakse blogerk. Dotična raziskovalna vprašanja so me zanimala predvsem z vidika vse večje usmerjenosti družbe v nujnost ne-le vizualne samo-reprezentacije na spletu, temveč nujnost estetsko privlačne vizualne samo-reprezentacije na spletu. V skladu s tem so me zanimale tudi spremembe v uporabi tehnoloških orodij, ki so trend estetizacije omogočile oziroma mu v veliki meri pripomogle.

Empirični del sem izvedla z metodo poglobljenih intervjujev na vzorcu štirih modnih/lepotnih blogerk, ki so v slovenski blogerski sferi že dosegle določeno prepoznavnost. Opravljene intervjuje sem podrobneje analizirala na treh ravneh: a.) Samopredstava na blogu; b.) Estetizacija okolja in samopodobe; c.) Vizualizacija vsakdanjih praks. Pri analizi sem se osredotočila na spremembe, ki so jih prinesli pametni telefon in družbena spletna omrežja ter trende estetizacije vsakdanjih praks, ki se nanašajo predvsem na preurejanje in »lepotičenje« predmetov ter okolja, zaradi določene podobe na spletu. Zaradi pravilnega razumevanja pa želim opozoriti, da se v teoretskem delu diplomskega dela s terminom »bloggerji« nanašam na širšo blogersko skupnost, medtem ko se kasneje z uporabo termina »bloggerke« specifično nanašam le na intervjuvanke.

2 UPORABNIŠKO USTVARJENA VSEBINA V KONTEKSTU SPLETA

2.0

Z razvojem komunikacijske tehnologije in prehodom na splet 2.0 so možnosti za povezovanje in interaktivno sodelovanje med uporabniki postale skorajda brezmejne. V tem poglavju nameravam na kratko predstaviti splet, ki dandanes ne omogoča le medvrstniškega povezovanja, temveč nudi tudi možnost za oblikovanje uporabnikove lastne samopodobe in ustvarjanje vsebine.

Če je internet specifičen, mednarodno uveljavljen termin za opis računalniško podprtega komunikacijskega omrežja, ki ga sestavlja neskončna veriga povezanih računalnikov (ti pa si med seboj izmenjujejo informacije in podatke), je splet kot tehnologija dandanes njegov sestavni ali, bolje rečeno, dominantni del. Internet danes v najbolj splošnem smislu vključuje vrsto raznolikih storitvenih servisov, med katerimi je splet le eden od možnih tehnoloških podpor (Oblak in Petrič 2005, 13). Nove tehnologije so zabrisale meje med medosebnimi in množičnimi komunikacijskimi dogodki in/ali vlogami, ki jih komunikatorji privzemajo z uporabo novih sistemov. »Medijska konvergenca« je izraz, uporabljen za konotacijo več fenomenov, ki jih prinaša napredek na področju telekomunikacijske tehnologije. Eden izmed njih je tudi potencial za hkratno komunikacijo prek računalnikov skozi množične in medosebne kanale. Na primer, posameznik lahko prebira nytimes.com in istočasno o njegovi vsebini klepeta s prijateljem prek Instant Messengerja. Istočasno lahko pridobiva tudi politične novice od blogerja in objavi svojo individualno reakcijo na ta blog kot komentar (Walther in drugi 2011, 26–30).

2.1 SPLET 2.0

Ko je Timu Berners-Leeju uspelo povezati hipertekst tehnologijo z internetom, je bil izum svetovnega spleta v letu 1991 podlaga za nove vrste omrežnega komuniciranja. Izraz hipertekstualnost, v označevalnem jeziku HTML, se nanaša predvsem na možnost obstoja povezav med spletnimi stranmi v svetovnem spletu. Obstoj povezav med besedilnimi deli pa je ena bistvenih značilnosti sistemov za priklic informacij, ki so se začeli oblikovati na osnovi računalniške tehnologije. V hipertekstu bralec ni determiniran s prednostno lestvico tem, ki jo določa uredniški odbor nekega množičnega medija, temveč lahko prostovoljno izbira besedilne dele, ki ga zanimajo. Še več, za razliko od tradicionalnih množičnih medijev je v hipertekstu načeloma navzoča pluralizacija producentov tekstov. V hipertekstualnem sistemu je vsakemu uporabniku dana možnost, da preseže vlogo pasivnega člana občinstva – ne le s tem, da aktivno

izbira povezave med besedilnimi deli, ampak da postane sam avtor besedila v hipertekstualnem sistemu (Oblak in Petrič 2005, 26–33). Spletni dnevniki, e-poštna storitve idr. so pomagali oblikovati spletne skupnosti ali podpreti skupine izven omrežja. Do preloma tisočletja so bili omrežni mediji večinoma splošne storitve, ki se jim lahko pridružiš ali jih aktivno uporabljaš za gradnjo skupin, vendar te storitev sama samodejno ni povezala z drugimi posamezniki. S prihodom spleta 2.0, kmalu po prelomu tisočletja, pa so spletne storitve prešle iz ponujanja kanalov za mrežno komuniciranje v interaktivna, dvosmerna vozila za omrežno družabnost (Dijck 2013, 5).

Ko so nove interaktivne platforme, kot so Blogger, Wikipedia, Facebook in YouTube, vstopile na sceno, so obljubile, da bodo naredile kulturo bolj »participativno«, »uporabniško usmerjeno« in »utemeljeno na medsebojnem sodelovanju«. Med letoma 2000 in 2006 je visoko število medijskih teoretikov trdilo, da so aplikacije spleta 2.0 eksponentno povečale naravno potrebo ljudi, da se povežejo in ustvarjajo. Henry Jenkins nas je na primer leta 2006 pozdravil v svet konvergenčne kulture, svet »kjer stari in novi mediji trčijo, kjer se množični in korporativni mediji križajo in kjer moč medijskega proizvajalca in moč medijskega potrošnika nepredvidljivo vzajemno sodelujeta« (Dijck 2013, 5–9). Splet 2.0 namreč ponuja nove oblike komuniciranja med posamezniki in skupinami. Poleg družabnih omrežij, na katerih lahko posameznikovi prijatelji prispevajo vsebino na njegov osebni spletni profil, splet 2.0 vključuje sisteme za izmenjavo slik, ki uporabnikom omogočajo, da dodajo »oznake oziroma tage« na vsebine za poenostavljeno kasnejše iskanje, povezovanje in odkrivanje konceptualno ter vizualno podobne vsebine na drugih straneh; sisteme za objavljanje in deljenje videov, kot je na primer YouTube, kjer uporabniki nalagajo in delijo video ter javno komentirajo video posnetke, bodisi ustno ali z dodatnim video posnetkom; wikije, ki so skupinsko urejeni dokumenti; sisteme za ocenjevanje izkušenj, na katerih lahko kupci objavijo svoje ocene izdelkov in izkušnje s prodajalki in tako dalje (Walther in drugi 2011, 26). Tisto, kar je torej pri spletu 2.0 inovativno, sta zdaj že splošna ugotovitev in priznanje, da uporabniki aktivno ter z namenom uporabljajo nove tehnologije za uresničenje lastnih ustvarjalnih in instrumentalnih ciljev, želja za dotično delovanje pa je enakomerno porazdeljena med vse tiste, ki so na spletu (Harrison in Barthel 2009, 161).

2.2 UPORABNIŠKO USTVARJENA VSEBINA

Medtem ko splet 2.0 predstavlja ideološki in tehnološki temelj, pa lahko uporabniško ustvarjeno vsebino (UGC) razumemo kot vsoto vseh načinov, s katerimi ljudje uporabljajo družbene

medije. Izraz, ki je široko popularnost dosegel v letu 2005, se običajno uporablja za opisovanje različnih oblik medijskih vsebin, ki so javno dostopne in uporabniško ustvarjene (Kaplan in Haenlein 2010, 61). Poleg izraza »družbeni«, se pojmom, kot so »medvrstniško sodelovanje« in »participacija« pripiše svojevrsten nov pomen v kontekstu družbenih medijev. Ustvarjalci in uporabniki vsebin so namreč »sodelavci«, ki skupaj razvijajo kreativne izdelke ter s tem bogatijo skupnosti. Ideja skupnosti in skupinskega sodelovanja je odmevala predvsem med letoma 2004 in 2007. Številne platforme, kot sta YouTube in Flickr, so se namreč začele kot pobude skupnosti; polniti pa so jih začele skupine videonavdušencev in fotoamaterjev, ki so želeli deliti svoje kreativne izdelke na spletu (Dijck 2013, 5–9).

Uporabniško ustvarjena vsebina mora izpolnjevati tri osnovne zahteve. Najprej mora biti objavljena na javno dostopni spletni strani ali na družbenem spletnem omrežju, ki je dostopno izbrani skupini ljudi; kazati mora določeno količino ustvarjalnega napora; vsebina mora biti ustvarjena zunaj profesionalnih rutin in praks. Medtem ko je bila uporabniško ustvarjena vsebina na voljo pred spletom 2.0, je kombinacija tehnoloških (na primer povečana širokopasovna dostopnost in strojne zmogljivosti), ekonomskih (na primer več razpoložljivih orodij za ustvarjanje uporabniško ustvarjene vsebine) in družbenih gonilnikov (na primer vzpon generacije »digitalnih domorodcev«, to so mlajše starostne skupine z veliko tehničnega znanja in pripravljenosti za sodelovanje na spletu) povzročila, da je uporabniško ustvarjena vsebina danes bistveno drugačna od tiste v zgodnjih 80. letih (Kaplan in Haenlein 2010, 61).

Interaktivna narava interneta privlači ustvarjalce vsebin, saj jih prejeti odzivi in pripombe na njihovo vsebino spodbudijo, da naredijo več. To spodbuja cikel proizvodnje in pomaga spletnim skupnostim s skupnimi interesi, da rastejo. Želja po prepoznavanju in priznanju je najmočnejša motivacija za branje, pisanje ter komentiranje blogov drugih ljudi in objavljane videoposnetkov, medtem ko želja po zabavi le zmerno vpliva na udeležbo v forumskih razpravah ter prispevanju informacij na Wikipedijo. Na družbeni ravni proizvajalci internetnih vsebin namreč visoko cenijo raznolike načine, s katerimi izrazijo in delijo svoje občutke, stališča ter izkušnje (Leung 2009, 1341).

Nova orodja in prehod s spleta 1.0 na splet 2.0 so tako omogočili razvoj »osebnega založništva«, ki uporabnikom interneta dovoljuje, da postanejo ustvarjalci vsebin. Strani na spletu 2.0 so po naravi interaktivna okolja, pri čemer interakcija ne vključuje le enosmernega komuniciranja spletne strani, temveč omogoča tudi komunikacijo med uporabniki in neposredno uporabniško komuniciranje javnosti (Papacharissi 2010, 34).

3 BLOGERSTVO KOT PROSTOR SAMOPREDSTAVITVE IN ESTETIZACIJE

3.1 RAZVOJ IN DEFINICIJA BLOGERSTVA

Gillmor (2006, 27) pravi, da je blog načeloma spletni dnevnik, sestavljen iz povezav in objav v obratnem kronološkem redu, kar pomeni, da se najnovejše objave pojavijo na vrhu strani. Pham (2011, 6) kasneje to definicijo dopolni z navedbo, da blog poleg tega sestavljajo fotografije in vse pogostejše videoposnetki. Spletni dnevniki običajno navajajo povezave na druge spletne strani in objave ter omogočajo bralcem komentiranje pod objavo, s čimer spodbujajo razprave med njimi (Gillmor 2006, 29). Blogi so lahko osebni, neformalni, javni, referenčni in participativni (izmenjava komentarjev bralcev) ali pa so lahko komercialne naprave za promocijo ter oglaševanje, ki delujejo kot informacijsko bančništvo z omejenim dostopom registriranim uporabnikom. Značilno je, da blogi delujejo prek horizontalnega komuniciranja oziroma prek tako imenovanega »posredovanega govora« blogerjev bralcem (Pham 2011, 4). Podobno blog definirata Trammel in Keshelashvili (2005, 968). Avtorja pravita, da so blogi oziroma spletni dnevniki ustvarjeni z različnimi nameni: nekateri poročajo o podrobnostih avtorjevega dne, spet drugi ponujajo osebna mnenja in komentarje na novice dneva. Posamezniki s spletno posredovanimi mnenji, ki se imenujejo blogerji, na svoje bloge objavljajo svoje misli, izkušnje in politična stališča. Ne glede na vrsto, namen ali vsebino bloga pa le-ta ostaja virtualno okolje, ki ga nadzoruje avtor. V njem oseba predstavlja samo tisto, kar je o njem oziroma njej možno razbrati iz podane vsebine. Nekaterim avtorjem uspe ustvariti osebnost, torej iz sebe narediti »zvezdo« v skupnosti blogerjev. Dotični blogerji v blogerski skupnosti spadajo med najbolj znane in posledično najbolj poslušane.

Medtem ko obstaja več študij o bloganju, pa se večina osredotoča na politične bloge, kjer prevladujejo moški. To je presenetljivo, saj petdeset odstotkov »kulturnih« blogov, kot so blogi o vzgoji otrok, kulinarčni in modni blogi, vzdržujejo ženske. Ti so še vedno manj preučevani in običajno označeni kot »plitvi ali brezpomenski« (Pham 2011, 16). Kljub temu da ugotovitev o vztrajni neenakosti spolov v digitalni medijski industriji neprestano izpodbijajo mit tehnološkega opolnomočenja, so neodvisne zaposlitve med ženskami vedno bolj cenjene, kar se kaže skozi imensko poimenovanje blogerk, na primer mama podjetnica. Modni blogi so tako idealno mesto za raziskovanje, kako (večinoma) ženske proizvajalke družbenih medijev predstavljajo sebe kot blagovno znamko in vprašujejo kode heteronormativne ženskosti z diskurzi in praksami moškega podjetništva (Duffy in Hund 2015, 5).

Slika 3.1: Čevlji so ti



Vir: Instagram (2016).

Modni blogi izhajajo iz in se kritično ukvarjajo s sistemi, ki oblikujejo in omejujejo posameznikove vsakdanje izkušnje ter kulturne prakse v zvezi z modo in tehnologijami spleta 2.0. Čeprav so popularna dognanja o modi in internetu organizirana okoli neoliberalnih demokratičnih diskurzov, ki predpostavljajo statusni vzpon skozi kopičenje mode, lepote ter komunikacijskih proizvodov, blogerji uporabljajo te proizvode na načine, ki izpodbijajo hegemonске odnose med digitalnimi in vizualnimi tehnologijami, potrošniškim kapitalizmom ter podjetno ženskostjo (Pham 2011, 10). Preden pa preidemo na vprašanje sprememb v vsakdanjih praksah blogerjev, moramo raziskati, kako se modne blogerke nasploh predstavljajo oziroma uprizarjajo na lastnem blogu.

3.2 SAMO-REPREZENTACIJA NA BLOGU

Vsaka interakcija v vsakdanjem življenju je sestavljena iz kompleksnega nabora formalnih elementov. Kot rečeno, interakcija predpostavlja neko družbeno vzpostavitev, ki je v gledališkem kontekstu *oder*, na katerem pride do *srečanja* (encounter) med igralcem in občinstvom oziroma med govorcem ter poslušalci, pri čemer se lahko te vloge nenehno izmenjujejo. Predstava (performance) je potem »vsa aktivnost posameznika, ki se dogaja med njegovo nenehno prisotnostjo pred določenim naborom opazovalcev in ima na njih neki vpliv« ter je sestavljena iz eksplicitnih govornih dejanj (angl. expressions given) in izrazij, ki jih

posameznik pogosto nezavedno, nenamenoma oddaja na neverbalni način (angl. expressions given off). Nezavedna izražanja, ki jih posameznik oddaja drugim, so pomembna za uspešno izvedbo predstave, kot si jo je sam zastavil, poleg tega pa poslušalcu omogočajo, da preverja iskrenost njegovih govornih dejanj (Goffman v Petrič 2007, 6). Na uprizoritev posameznika na sprednjem delu odra se lahko gleda kot na prizadevanje, da njegove dejavnosti na odru ohranjajo in posebej določene standarde (Goffman 1956, 66). Ker se posameznik želi izogniti sramu, neugodju, posmehu ali kakršnikoli drugi kritiki sebstva – z drugimi besedami želi ohraniti svoj obraz – se bo v predstavi, ki jo vrši tekom svoje participacije v neki družbeni vzpostavitvi, trudil predstavljati tiste vidike sebstva, ki jih hierarhije določenega družbenega konteksta podpirajo in se hkrati izogibal predstavljanju tistih vidikov, ki te hierarhije rušijo ali jih ne upoštevajo (Petrič 2007, 121). Medtem ko s spodobnim vedenjem lahko nastopajoči kaže spoštovanje okolju, v katerem se je znašel, je lahko ta prikaz spoštovanja motiviran z željo, da bi naredil ugoden vtis na občinstvo ali se izognil sankcijam in tako dalje (Goffman 1956, 67).

Drugi koncept pa je zaodrje, ki se lahko opredeli kot kraj, kjer je vtis, ki ga proizvaja predstava, zavestno v nasprotju z dogajanjem v zaodruju. Obstajajo seveda številne karakteristične funkcije teh krajev. Tu so ustvarjene iluzije in vtisi, tu je izmišljena celotna predstava. Tukaj je ceremonialna oprema, kot so različne vrste alkoholnih pijač ali obleke, lahko skrita tako, da občinstvo ne more videti vrste obravnave, ki jim je dodeljena od nastopajočega, v primerjavi z obravnavo, ki bi jim bila lahko dodeljena. Tukaj se nastopajoči lahko sprosti; lahko spusti svojo fasado, se odpove izražanju naučenih vrstic in izstopi iz lika, ki ga uprizarja (Goffman 1956, 70).

Oseba tako vsak dan uprizori »informacijsko igro«, kar pomeni, da vtisi, ki jih oseba oblikuje, postanejo rezultat njegovega/njenega strokovnega znanja in izkušenj v nadzorovanju podanih ter sprejetih informacij. Goffman je to igro poimenoval »uprizoritev«. Spletna stran zagotavlja idealno okolje za tovrstno informacijsko igro, saj omogoča maksimalen nadzor nad razkritjem informacij. Odsotnost neverbalnih in drugih situacijskih pokazateljev omejuje informacije, ki jih je možno izmenjati, na specifična dejstva, ki jih želi posredovati ustvarjalec spletne vsebine. Osebnosti spletne strani, ki jim primanjkuje družbene prisotnosti, omejujejo neverbalno komunikacijo. Posredovani izrazi so minimalni ali skrbno nadzorovani ali oboje. Tako ustvarjalec na spletni strani izvaja skrbno nadzorovano uprizoritev, skozi katero je samopredstava dosežena pod optimalnimi pogoji (Papacharissi 2002, 643).

Če se vrnemo na Goffmanov metaforičen pogled na samopredstavitev, ugotovimo, da velik del vsebine v blogih omogoča vpogled v zakulisne prakse blogerjevega zaodrja. To ustvarja transparentnost oziroma jasno preglednost v proizvodnjo vsebin, kjer se proces ustvarjanja vsebine razpravlja ob tradicionalnih pogovorih (Trammell in Keshelashvili 2005, 972). Intimnost in osebni ton, ki ustvarjata vtis nenadzorovanega, spontanega pretoka občutkov ter misli, bralcem omogočata vpogled prek sprednjega dela odra v zaodrje osebe. Po drugi strani pa je bloganje nameren proces, ki blogerjem omogoča posredovanje svojih lastnosti in ustvariti vtis, da je tisto, kar bralec vidi, avtorjev »resničen jaz« oziroma »zaodrje«, medtem ko sam uprizarja le določeno predstavo v javnosti (Trammell in Keshelashvili 2005, 978). Ob natančnem pregledu blogov lahko raziskovalci dandanes tako raziskujejo dinamiko vsakdanjega življenja iz neponarejene prvoosebne perspektive. Vendar pa ne smemo pozabiti, da blogi vsebujejo tudi (relativno) fiksne elemente, kot so razdelki, v katerih se avtorji sami predstavljajo, in oglaševalno stran, ki vsebuje trženjske metrike, kot so promet na spletnem mestu, ocene spletnega mesta in profile bralcev za doseganje prihodkov iz oglaševanja, ki vključujejo aranžmaje, sponzorstva in tako naprej (van Nuenen 2015, 195–196).

3.3 ESTETIZACIJA OKOLJA IN SAMOPODOBE BLOGERJEV

Slika 3.2: Instagram nasproti resničnemu življenju



Vir: Toxel (2015).

Na ločen, toda povezan način, s katerim modni blogerji predstavijo binarnost med delom in prostim časom, je uprizoritev glamuroznega življenja, za katerega so značilna potovanja po vsem svetu, vabila na ekskluzivne dogodke ter dostop do luksuznih dobrin. S prikazovanjem tega načina življenja na svojih Instagram računih se blogerji vključujejo v »proizvodnjo želj in

ciljev«, ki je praksa iskanja pozornosti, s katero se posameznik sam predstavi na visokem ali višjem družbenem položaju. V ta namen je »glamurozno življenje« stalno ponavljajoč življenjski stil, ki obstaja predvsem skozi estetiko in jezik blagovnih znamk (Duffy in Hund 2015, 6). Estetika je torej ena od glavnih strukturnih značilnosti, ki definira objavljeno vsebino na modnem blogu. Kako se torej estetizacija uporabniško ustvarjene vsebine na blogu prenese na estetizacijo okolja in samopodobe?

Večina naših vsakdanjih predmetov in dejavnosti je ustvarjenih, uporabljenih ali izvajanih predvsem v neestetske namene. Vsak čisti svojo kuhinjo in kopalnico zaradi higiene, kuha ter je hrano zaradi prehranskih potreb in izbere svoje obleke zaradi zaščite ter udobja. Pribor in pohištvo so ustvarjeni, se uporabljajo in so cenjeni zaradi njihove funkcionalne uporabe. Vendar pa po natančnejšem pregledu ugotovimo, da vseeno določene pomembne komunikacije in izrazi potekajo skozi vsakdanje predmete ter dejavnosti. Pravzaprav je neverjetno, koliko estetike je vključene v naše na videz neestetske dnevne dejavnosti. Na primer različni rituali in obredi, kot so poroke in pogrebi izražajo verske obveznosti, odnos do življenja ter odnose med ljudmi z izbiro barvne sheme, glasbe, kostumov, okolja in tako naprej. Ne glede na to ali v teh obredih smatramo poudarek na estetiki kot pretiran in površinski, estetika vseeno igra pomembno vlogo pri različnih kulturnih ter vsakodnevnih praksah (Saito 2001, 92).

Estetika, ki je prisotna v blogih, se največkrat pojavlja na ravni lastne samopredstavitve, ki se odraža v vsakdanjih podrobnostih potrošnje in samoolepševanja. Na primer več časa, truda in kreativnosti mama bloggerka vложи v pripravo malice za otroka – hrana ima s pomočjo estetske komponente več kot samo hranilno vrednost – boljši vtis posreduje kot mater ter ženska državljanka. Iz tega primera je razvidno, kako so hrana in pijača del vsakdanjih dejavnosti, pa tudi družbeni in estetizirani ritual. Tako te mlade ženske v svojih blogih razkrivajo dovršen svet materialnih stvari, v katerega so globoko zakoreninjene serije estetskih sodb o njihovih vsakdanjih okoliščinah in praksah (Sinanan in drugi 2014, 201–210).

Slika 3.3: Mizica pogrni se



Vir: Instagram (2016).

Za blogerje so objave fotografij umetelno razporejene hrane in označevanje lokacij restavracij pogosta praksa. Medtem ko te objave in oznake pričajo o vseprisotni kulturi deljenja, ki strukturira družbeno medijsko aktivnost, dejanje »označevanja« (angl. tagging) restavracije kaže na to, da so prostočasne dejavnosti postale še ena priložnost za oblikovanje posameznikove osebne blagovne znamke. Prevajanje samega sebe v skladno in izrazito vizualno estetiko ter potencialnega partnerja za komercialne znamke tako zahteva ogromno samodiscipline (Duffy in Hund 2015, 6).

Blogerke skozi diskurze strasti ustvarjajo predstavo o delu, ki se ne zdi kot delo v pravem pomenu besede, saj je to delo pomešano skupaj s prostim časom: srečanja v trgovskih centrih, slikanja s profesionalnim fotografom na eksotičnih lokacijah in možnost za delo od doma. Pod to sijočo prevleko pa obstajajo zelo resnične slabosti vedno prisotnega, 24-urnega in 7-dnevnega delavnika. Na primer opevani ideal »fleksibilnosti« predstavlja dejstvo, da se delo od kjerkoli lahko hitro spremeni v neprestano dosegljivost in vedno prisotno možnost oziroma pričakovanje za delo (Duffy in Hund 2015, 9).

3.4 VIZUALIZACIJA VSAKDANJIH PRAKS

Slika 3.4: OOTD



Vir: Instagram (2016).

Mobilni telefoni z vgrajenim fotoaparatom so ustvarili pogoje za vključevanje v nove družbene prakse. Na primer, ko člani družbenega omrežja ne morejo biti skupaj fizično, lahko deljene slike prek mobilnih telefonov v istem času zagotovijo pristen način izmenjave izkušnje, poleg tega pa krepijo mreže prijateljstva v resničnem življenju in družbeno povezanost. Uvedba zajemanja slike in deljenja tako prinaša določeno vrsto vizualne komunikacije, »intimno vizualno prisotnost«, ki v najboljšem primeru deluje kot podaljšek SMS (Graham in drugi 2009, 1). S telefoni, ki imajo vgrajen fotoaparat in so tako zlahka pri roki v vsakdanjih situacijah, se možnosti za proizvodnjo fotografij bistveno povečajo. To velja tudi za vdor v zasebnost drugih ljudi, ne glede na to, ali so to družinski člani pri večerji, prijatelji na zabavi ali neznanci na plaži, ki morda ne bi odobravali, da se njihovo sončenje ovekoveči za naslednje generacije. Prispevki najstnikov na blogih, ki vključujejo slike njihovega zajtrka, poti v šolo, zadnjo zabavo ali hišne ljubljence ter brate in sestre, se morda zdijo banalni, vendar je banalno tudi življenje samo. Dotični blogerji ne ciljajo na širše občinstvo, večina blogerjev piše, fotografira in oblikuje tako zase kot tudi za njihovo družino, prijatelje ter za morebitne znance na spletu. Glede na temo in oglaševalski slog, sijajna estetika niti ni potrebna. Medtem ko mnogi blogerji vztrajajo, da objavljajo zase in za majhen krog bralcev, obstajajo še drugi, ki si prizadevajo za pridobivanje pozornosti (Doring in Gudolf 2006, 84–86).

Zmogljivost blogov, da zajemajo, shranjujejo in delijo fotografije v realnem času pomeni, da so tesno povezani z uporabnikovim vsakdanjim življenjem. Te spremembe v času deljenja ponujajo »takojšnjost« skupnih izkušenj, ki pa lahko potencialno preoblikujejo samo naravo bloganja iz pripovedi preteklih dogodkov v razkrivanje dejavnosti v trenutnem času. Telefoni, od katerih so določeni blogi postali odvisni, so družbeni in osebni predmeti, povezani s posameznikom, medtem ko živi svoje življenje. Tako predstavljajo ne le priložnosti za zajemanje in pridobivanje vpogleda v posameznikovo življenje, ki se odvija skozi čas (časovno žigosanje) in prostor (prostorsko žigosanje), ampak tudi potencialno podpirajo njegova družbena omrežja in jih povezujejo z drugimi in vsakdanjim delom, kot je na primer osebno upravljanje opravil (Graham in drugi 2009, 3).

Slika 3.5: Fitnes



Vir: Instagram (2016).

Ena od posledic tega bolj osebnega in prodornega vidika je, da je fotoaparati v telefonu bolj povezani s posameznikom. Tradicionalni fotoaparati je večinoma prevzemal vlogo tretje osebe, zajemal skupinsko fotografijo ali prizor, ki je uokvirjen na bolj distanciran način, fotoaparati na telefonu pa se uporabljajo vse pogostejše kot nekakšen arhiv osebne poti ali stališča o svetu kot zbirka fragmentov iz vsakdanjega življenja (Okabe 2004, 18). Vsakdanje življenje je tako lahko morebiti ujeto in prikazano skoraj nemudoma na blogu, s čimer izpostavlja razliko med tem, kaj ponuja mobilni telefon (na primer prek vgrajene kamere) ter kaj prenosni računalnik: telefon

postane še bolj oseben in proksimalen do življenja, osebni računalniki pa podpirajo več namerne interakcije, na primer s prikazom ter urejanjem fotografij (Graham in drugi 2009, 4).

4 MODNE BLOGERKE: EMPIRIČNA ŠTUDIJA

V raziskovalnem delu se osredotočam na modno in lepотно blogerstvo, ki vsebinsko zaobjema objavljane vsakodnevnih oblačil, kritike in pohvale različnih lepotnih izdelkov, opisovanje izkušenj na potovanjih ter dogodkih, objavljane fotografij in posnetkov vsakdanjih praks (prehranjevanje, ukvarjanje s športom) in tako dalje. Za blogerke kot predmet raziskovanja sem se odločila predvsem zaradi večjega števila sledilcev oziroma občinstva, ki jih spremlja skozi vsakodnevna opravila in na njih s promocijo določenih izdelkov, načina ter stila oblačenja, prehranjevanja ali gibanja lahko tudi neposredno vpliva. Moje prvo raziskovalno vprašanje je torej, kako se blogerke predstavljajo na spletu in na kakšen način upravljajo z vtisi, ki jih sporočajo z objavljenimi vsebinami. Drugo raziskovalno vprašanje pa se nanaša na to, kako sta trend estetizacije in razvoj tehnoloških orodij spremenila vsakdanje prakse blogerk.

R1: Kako se blogerke predstavljajo na spletu in na kakšen način upravljajo z vtisi, ki jih sporočajo z objavljenimi vsebinami?

R2: Kako sta trend estetizacije in razvoj tehnoloških orodij spremenila vsakdanje prakse blogerk?

4.1 OPIS METODE

Za empirični del diplomskega dela sem se odločila uporabiti kvalitativno metodo individualnih poglobljenih intervjujev na vzorcu štirih blogerk, ki so prek bloga na spletnih omrežjih in spletnih aplikacijah dosegle določeno prepoznavnost. Raziskava z uporabo metode poglobljenega intervjuja ima naslednje kvalitete: zaupnost, globina, generiranje idej in kompleksnost. Individualni polstrukturirani intervju z osebo nam lahko pove veliko o njenem vedenju, občutjih in stališčih do določenega problema. Slabosti te metode pa so: možnost vplivanja na intervjuvanca, dolgotrajnost in zahtevnost metode, veliko napora ter iznajdljivosti spraševalca v primeru, ko intervjuvanec ni zgovoren, možnost subjektivnosti in vplivanja na odgovore, stroški ter posploševanje (Mesec in Lamovec 1998, 82).

Vprašalnik so sestavljali trije sklopi, ki so bili vnaprej strukturirani. Te sklope v analizi intervjujev poimensko razvrščam na samopredstavo na blogu, estetizacijo okolja in samopodobe ter vizualizacijo vsakdanjih praks. V primeru, da se sogovornica ni dovolj razgovorila, sem sama postavljala dopolnilna podvprašanja, ki so se navezovala na obravnavano tematiko. S prvim sklopom vprašanj sem želela ugotoviti, kako se intervjuvanka identificira v odnosu do bloganja in kakšno predstavo želi posredovati spremljevalcem. V

drugem sklopu me je zanimal sogovorničin odnos do digitalne tehnologije in kako je ta vplivala na njene vsakdanje prakse. V tretjem sklopu pa sem želela ugotoviti, kako poteka njena običajna seansa bloganja in ali je vanjo vključena določena stilizacija ter estetizacija.

4.2 OPIS VZORCA Z UTEMELJITVIJO

Intervjuvanke so avtorice lastnega bloga, stare od 22 do 28 let in so uporabnice več spletnih aplikacij ter omrežij, med drugimi tudi Instagrama in Snapchata. Izbrala sem štiri blogerke, ki imajo na Instagramu in Facebooku več kot 500 sledilcev, saj so sposobne doseči večje občinstvo in temu primerno imeti na spletu prisotnost, ki ni popolnoma zanemarljiva.

Vse štiri intervjuvanke imajo modni blog, ena pa lepotno-modni blog. Intervjuje sem izvajala od 2. 3. do 2. 6. 2016. Z intervjuvankami sem govorila približno od 15 do 30 minut in celoten pogovor posnela. Intervjuji so potekali na javnih prostorih v sproščenem ozračju, zato so se intervjuvanke temu primerno obširneje razgovorile. Z upoštevanjem anonimnosti bom vsaki blogerki v transkriptih in analizi končnih rezultatov nadela vzdevek, predvsem za zaščito njihove zasebnosti.

Intervju 1 – LIA (2016): Lia je z bloganjem začela pred enim letom, vendar je v tem času nabrala dokaj številčno občinstvo. Ima fashion blog, ki ji je na Instagramu pomagal doseči 3.219 sledilcev, na Facebookovi strani bloga pa 821 všečkov. Lia od ostalih izstopa po tem, da ima svojo osebno fotografijo za modna slikanja.

Intervju 2 – SARA (2016): Sara je z blogom začela veliko pred Lio, zato ima na Instagramu 8.087 sledilcev, na Facebookovi strani bloga pa 3.519 všečkov. Sara je edina od vseh blogerk, ki se poleg mode osredotoča predvsem na lepoto in wellness.

Intervju 3 – EMA (2016): Ema je prek bloga razvila svojo osebno znamko oblačil in ima na Instagramu 17.400 sledilcev, na Facebookovi strani bloga pa 20.048 všečkov. Emin osebni stil ni povsem »vsakdanji«, ampak bolj ekscentričen, saj sama ne sledi modnim trendom, ampak nosi in oblikuje svoja oblačila. Tudi Ema ima svojega fotografa, toda fotograf ne slika samo nje, temveč tudi najete modele v oblačilih njene znamke.

Intervju 4 – KLARA (2016): Klara ima na Instagramu 584 sledilcev, na Facebookovi strani bloga pa 1.042 všečkov. Tudi Klara ima že dlje časa modni blog in zato dober vpogled v ozadje blogerskih praks.

Tabela 4.1: Razvrstitev modnih blogerk

Ime	Starost	Izobrazba/poklic	Leto začetka bloganja	Skupno število sledilcev na FB in Instagramu ¹
Ema	27	Študentka smeri Komunikologija – medijske in komunikacijske študije na FDV/samozaposlena v IT-podjetju	2012–	37.448
Sara	24	Študentka na Evropski pravni fakulteti	2015–	11.606
Lia	25	Diplomantka smeri Komunikologija – tržno komuniciranje in odnosi z javnostmi na FDV	2007–	4.040
Klara	25	Študentka smeri Komunikologija – medijske in komunikacijske študije na FDV	2010–	1.626

¹ Števila so simbolična, saj konstantno padajo in naraščajo, poleg tega pa je treba upoštevati, da določeno število sledilcev blogerko podpira na obeh platformah.

4.3 ANALIZA INTERVJUJEV

To poglavje je namenjeno analizi pridobljenih intervjujev blogerk. Z navedbo citatov interpretiram dane odgovore po sklopih, ki se neposredno nanašajo na raziskovalna vprašanja. Sklopi po vrsti so: samopredstava na blogu, estetizacija okolja in samopodobe ter vizualizacija vsakdanjih praks.

4.3.1 Samopredstava na blogu

Prvi sklop intervjuja je bil namenjen raziskovanju blogerkinine samo-prezentacije na spletu in dojemanje same sebe kot poklicne ustvarjalke spletne vsebine. V uvodnem delu intervjuja so me tako zanimale njene poklicne dejavnosti in dosežena izobrazba. Vprašanje, ki se je navezovalo specifično na poklic, je bilo oblikovano z namenom ugotavljanja blogerkininega dojemanja bloganja kot službe oziroma poklica ali kot dejavnosti za sproščanje.

4.3.1.1 Blogerstvo kot poklic

Lia je odgovorila, da je blogerstvo lahko »24 urni delavnik oziroma poklic, sam pač v Sloveniji to dejansko ne more bit, mislim je to bolj tako, hobi/poklic bi jaz rekla (Lia, 25)«. Tudi Sara je na vprašanje o blogerstvu kot poklicni dejavnosti odgovorila na podoben način. Intervjuvanka je bila namreč mnenja, da »v tujini je to poklic tudi za nekatere punce, tukaj mogoče vse bolj počasi postaja, sicer ne vem, če bo kdaj prišlo do tega, da boš lahko od tega živel, mogoče če si bil že prej kaj znan ali pa kaj takega ne (Sara, 24)«. S tem sta intervjuvanki želeli izraziti dejstvo, da slovenski trg zaradi majhnosti ne omogoča pogojev za razvoj blogerstva iz kratkočasne dejavnosti v plačan poklic. Ema in Klara sta v odgovarjanju na vprašanje o poklicni dejavnosti bloganje sicer omenili, vendar jasno izpostavili, da to ni njuna »prava« zaposlitev:

V medijih mislim, da sem najbolj prepoznavna kot blogerka, ena prvih blogerk, če ne v Sloveniji, drugače pa delam v retail-techu, se pravi ukvarjam se z retail tehnologijo» (Ema, 27). »Trenutno sem po poklicu študentka, delam v podjetju, ki se ukvarja z izdelavo spletnih strani in spletnim oglaševanjem in tako naprej ... Zadolžena sem za vnašanje vsebine, z načrtovanji in pripravljani strategij, zraven tega pa se ukvarjam še s svojim blogom, ki je nekak že zadnjih 7 let, če sem zadnjič prav računala (Klara, 25).

Klara v primerjavi s prejšnjimi intervjuvankami ni posebej izpostavila nezmožnosti nastanka blogerstva v Sloveniji iz hobija v poklic, se pa je navkljub temu obregnila ob bloganje kot poklic s 24-urnim delavnikom:

Če si to izbereš za poklic, definitivno ni to 7-urni delavnik, ampak je po mojem veliko več oziroma je zelo deljeno. Po moje se moreš pa sam odločit, koliko se boš vrgel v to oziroma kje boš postavil tisto mejo, ker dejansko lahko ti 24 ur, ti lahko vse kar počneš. Razmišljaš u to bi bil lahko post, u daj me fotkej pa lahko težiš vsem okoli sebe pa te bodo imeli po mojem zelo hitro dost, kar se tega tiče, da pol vsem težiš za fotke, vse izpostavljaš nekje. Dejansko lahko daš cel svoj lajfn blog, sam pol pa spet vprašanje, koliko to folk zanima, pa koliko si dejansko ti pripravljen vse to šerat z ostalimi. Po moje si moraš sam postaviti to mejo, koliko hočeš, pa koliko ti je dejansko to poklic, koliko ti je pa pač hobi. Ker če je hobi, pol načeloma nimaš časa razmišljati 24 ur na dan o tem, kaj se dogaja oziroma kaj boš ti počel s tem, je pa vedno v tvojih mislih, vsaj pri meni (Klara, 25).

Sogovornica je torej mnenja, da je blogerstvo v obliki poklica mešanica dela in zabave z neprekinjenim delavnikom. Sicer se blogerka sama odloča o vrsti in pogostosti objavljanja, vendar, kot je izpostavila Klara, ne more nikoli povsem prenehati razmišljati o njem. Blogerstvo kot poklic je torej vrsta življenjskega stila, ki je posvečen sledilcem in je na neki način resničnostni šov iz prve roke.

4.3.1.2 Identifikacija s terminom »bloggerka« in pristnost spletne podobe

Ema se je po drugi strani obregnila ob napačno splošno prepričanje širše javnosti o dohodkih v blogerstvu in poleg tega izrazila svoj odpor do identifikacije s samim terminom »bloggerka«:

Ko so me začele zanimati stvari, ki so bolj v ozadju modne industrije, takrat sem nekako začela zgubljati ta občutek, da sem blogerka, še posebej zaradi tega, ker se je takrat začel porast družabnih medijev, ker se je bloganje preoblikovalo in ker bloganje splošna javnost še vedno dojema kot: Aha, ti si mlada punca, imaš svojo spletno stran in ljudje ti zaradi tega plačujejo. Sistem je povsem drugačen, sama svoje prihodke redko dobivam, tako da kakšno stvar kar objavim in se zgodi denar, zaradi tega mi je malce težavna identifikacija s to besedo, ampak, če me kdo vpraša, če sem jaz tista blogerka, kar se največkrat zgodi, rečem ja (Ema, 27).

Intervjuvanka se torej ne želi sama posebej identificirati kot blogerka zaradi splošnega javnega prepričanja, da je to lahek vir dohodka za neresna mlada dekleta, vseeno pa zaradi lažjega sporazumevanja z drugimi sprejme tudi ta termin. Za potrebe dotičnega diplomskega dela in splošno lažje razumevanje bom Ema še naprej označevala kot blogerko, saj je večina njene vsebine objavljena na blogu. Vsebina je sicer zelo dodelana in močno preurejena, ampak ravno

dotična vsebina po njenih besedah odraža njo samo: »Vsaka vsebina, ki jo objavim, je zelo korirana, moj menedžment mi je dolgo časa prigovarjal, da celo preveč korirana, ker bi ljudje raje kot ledeno kraljico, če se tako izrazim o sebi (smeh), videli nekoga, ki je resnična oseba, ki se smeje, ki pozablja stvari, ki je veliko bolj človeški, ker se ljudje dejansko s tem lažje identificirajo, ampak sama kot oseba nikoli nisem bila prav tista, s katero bi se splošna javnost lahko identificirala, zato se tega tudi nisem trudila nikoli ustvarjat« (Ema, 27).

Lia je v nasprotju z Emo izrazila, da se identificira kot blogerka, ki se sledilec želi predstaviti v dodelani, toda navkljub temu pristni in resnični obliki: »Včeraj sem videla nek video tam na Facebooku, mm, je krožil zdaj, da ne vem, slikaš neko solato, potem pa poješ sendvič, pač ful ne, pač tisto slikam, kar dejansko jaz počnem ali pa napišem, kar dejansko jaz počnem sam probaš malo lepše zapakirat« (Lia, 25). Blogerkinina samopredstava na spletu je torej olepšana in estetizirana, vendar dovolj v skladu z blogerkinimi mnenji, stališči in vsakodnevnimi opravki, da ni zlagana ali zavajujoča. Tudi Sara je potrdila, da se dojema kot blogerka in želi kot Lia posredovati sledilec sicer estetsko dovršeno, toda pristno podobo sebe:

Jaz se nikoli nisem forsirala, nisem se hotela zdaj uu čisto tako kot uni, ker pač sem to kar sem, jaz pač tudi hočem to predvsem poudarjat skozi blog ... Veliko folka je, ki ful laže, veliko blogerk je, ki slika pico pa je ne je, v resnici je tam zelenjavo, tudi spoznala sem ene par takih, tako da to mi je bilo ful smešno potlej. V živo je bila pa čisto druga scena, jaz rečem: čak, a nisem videla, da si burger objavila, zdaj pa tukaj ful paziš na hrano. Jaz ful nočem glumit, pač Instagram seveda malo urediš fotke levo, desno, ful so lepe fotke in use. Klara je bila istega mnenja kot prejšnji dve blogerki: »Jaz, hočem predstaviti v bistvu sebe. Dobre strani, slabe stvari. Tako moje razmišljanje, moj blog je zdaj dnevnik. To sem se nekak odločila in temu ful sledim (Sara, 24).

Intervjuvanka je poleg izpostavitve bloga kot dnevnika, ki mu lahko izpove svoja čustva in stališča, kot vse ostale intervjuvanke, omenila, da želi predstaviti samo sebe tako kot je. To se navezuje na pristnost stališč, mnenj in čustev, ki je po poročanju vseh intervjuvank eden izmed glavnih kriterijev v oblikovanju njihovih objav: »Hočem biti realna, hočem biti resnična, nočem se pretvarjat in zato zadnje čase objavljam kakšne malo depresivne teme (smeh) oziroma ne depresivne, pač resnične. Valda boš zapeljal vse bolj v pozitivno smer, ker je brez veze širiti neke negativne misli« (Sara, 24). Blogerkam na spletu ni treba, da se predstavljajo s povsem pristnimi in resničnimi objavami, vendar se zdi, da je kriterij resnice za vse intervjuvanke

močen faktor v njihovi samopredstavi sledilcem. Klara je tako s prej omenjeno izjavo izrazila željo po izražanju vseh vrst občutij, ne glede na njihovo morebitno všečnost ali nevšečnost.

4.3.2 Estetizacija okolja in samopodobe

V drugem sklopu me je zanimalo, ali blogerke zavoljo estetske medijske vsebine, ki jo objavljajo na spletu, razmišljajo o estetski vrednosti okolja, v katero so postavljene, in podobi, ki jo bodo z objavo projecirale.

4.3.2.1 Estetizacija okolja

Čeprav je Sara obsodila nepristnost objav, ki se zaradi določene podobe na spletu lahko dogajajo na spletnih omrežjih, je v isti sapi izrazila, da je treba objave navkljub vsemu estetično predelati, da ustrezajo standardom Instagrama. To se navezuje na estetizacijo vsakdanjih praks, okolja in predmetov, ki je za blogerke kot ustvarjalke všečne medijske vsebine, nujna: »Če greš z eno blogerko na kavo ali pa nekam, pa je lepa miza, pa je lepo okolje, je potem uno: ne diraj, ne diraj! (kaže urejanje mize). In je pač smešno. Če smo vse skupaj, vsaka hoče z unim svojim profilom, umakni se, daj un ... Enkrat, ko sem bila z Ajdo na kavi, je s sabo nosila revijo in lake. In je potem vse zložila in jaz uno: ne morem verjet, kaj ženska dela. Ti daješ revijo samo zato, da bo v ozadju, pa ti si neumna. Ona men nee, pa to vsi delajo!« (Sara, 24). Obe izjavi, sploh zadnja, nakazujeta na pretiran poudarek na estetizacijo okolja in posledično vsebine, ki se jo poslužujejo blogerke. Za objavo estetsko privlačne vsebine so blogerke pripravljene s sabo nositi predmete, s katerimi preurejajo okolico po svojem okusu, obenem pa dajejo vtis neobremenjenega vključevanja v sproščujoče dejavnosti. Pretirana estetizacija lahko sledilcem posreduje neresničen vtis blogerkinega življenja in posledično ustvari nedosegljive cilje za tiste spremljevalce, ki bi želeli posvojiti ali prirediti blogerkin življenjski stil. Sogovornica je kot enega izmed razlogov za dotični trend pretirane estetizacije navedla vpliv podjetij: »Mislim, da je mal pritiska na to, da je vse estetsko, da je vse lepo. Ful je tega, vse več je tega, ne vem, ko vidiš, da te določena podjetja vzamejo samo zato, ker delaš take slike, potem si uno »oh my god, keep on going« (Sara, 24). Vpliv estetizacije tako ni vseprisoten le v vsakdanjem življenju blogerk, temveč se ravno z njihovo pomočjo razširja na njihove sledilce in uporabnike družbenih medijev nasploh, ki morajo posledično za pozitivno povratno informacijo na njihovih lastnih objavah dosegati te visoko postavljene, praktično nedosegljive estetske standarde. Trend esteticizma vsakdanjih stvari in praks je močno razviden tudi iz Liine izjave: »Itak nam Instagram narekuje, kar moraš objavljat, mislim, saj lahko tudi ne, če hočeš sam, če se v svojo kožo postavim, ne bi lajkala recimo jaz osebno, nekomu, ki slika prazen krožnik ali pa prazno

šalico kave, ker pač ni lepo. Mislim, da je to nek tak trend, kjer smo zdaj noter pa pač sploh Instagram je namenjen lepim stvarim, lepim slikam, tako, da to je glede hrane. Pač estetika je zdaj 'all over the place'« (Lia, 25). V tem smislu je blogerka nakazala, da je za vsečnost spletne vsebine v kontekstu Instagrama treba večino pozornosti nameniti estetiki in lepoti objav. Estetike in lepote objav pa ni možno doseči le s tehnološkimi orodji za preoblikovanje fotografij, temveč je prvotno treba poskrbeti za estetiko same okolice, predmetov in dejavnosti, v katerih se blogerka udeležuje: »... če si na kosilu, mal vseen postaviš stvari. Tako no, ni zdaj, čist, da narediš sam eno fotko, ker itak pač ne bo lepa ...« (Lia, 25). Tako postane blogerstvo neprekinjen delavnik, saj vsaka vsakdanja praksa, ki ustreza blogerkinim estetskim standardom, lahko postane morebitna objava na blogu ali drugih spletnih družbenih omrežjih. Tudi Klara je omenila, da je estetika definitivno prisotna v njenem življenju in bloggerskih navadah: »Priznam, večkrat, ko se zmenim z nekom za kosilo: Pejmo sem, tukaj imajo pa ful lepo, lepo zgleda hrana« (Klara, 25). Izbiranje restavracije na podlagi preference okusa hrane ni nič novega ali posebnega, toda preferenčno izbiranje na podlagi izgleda hrane pa se zdi, da je del trenda estetizacije. Estetsko urejen krožnik omogoča blogerkam temu primerno estetsko dovršeno objavo na družbenih medijih, kar je v življenju ustvarjalk medijske vsebine glavni cilj samega prehranjevanja.

4.3.2.2 Estetika samopodobe na spletu

Ema je estetizacijo vsakdanjih predmetov in praks interpretirala kot način predstavitve samega sebe: »Najbrž je to malce povezano tudi s tem tržnim komuniciranjem velikih znamk, ki prezentirajo, da s tem, ko na primer tečeš v naših supergah, te v bistvu postavijo v vlogo, ti boš vedno bil v teh supergah, ti si vedno nov, se pravi gre za neko, kako že, antropomorfizacijo, se pravi poenotenje s človeškimi lastnostmi in obratno. Ti si te superge in se pravi, če objaviš te lepe superge, potem to si ti« (Ema, 27).

V tem smislu je estetizacija vsakdanjika za blogerke nujna praksa, posebno če želijo, da jih sledilci poistovetijo z »lepimi stvarmi, predmeti, okolico«. Na ta način jih z estetsko dovršenimi praksami, predmeti in okolico ne asociirajo le sledilci, temveč se blogerke lahko tudi same poistovetijo ter ponotranjijo estetski stil življenja: »Če se že grem pa špil, reciva temu špil, da se oblačim v zelo posebna oblačila, da uporabljam prestižno kozmetiko, potem ne morem nivoja znižati oziroma pač te predstave, te javne podobe ne morem okrniti s tem, da objavljam v slabi kvaliteti« (Ema, 27). Deviacije od estetizirane predstave, ki jo želi blogerka posredovati svojim sledilcem so tako prepovedane oziroma strogo nezaželeni, saj ne okrnijo le blogerkinе podobe,

temveč njihovo lastno mnenje o sebi. Estetika je tako skupaj z željo po izražanju in podajanju resničnih občutij, stališč in mnenj glavni sestavni del blogerskih objav na spletu ter spletnih družbenih omrežjih – »Ker nas, se ne bomo slepili, privlači nekaj lepega, nekaj, kar vizualno lepo zgleda« (Klara, 25).

4.3.3 Vizualizacija vsakdanjih praks

Tehnologija v smislu telefona in fotoaparata je ljudem poleg trenutne povezave omogočila tudi ovekovečenje pomembnejših dogodkov v posameznikovem življenju in vsakdanjih praks, predmetov, situacij in tako dalje. V blogerskem svetu se vse to nanaša na fotografiranje oblačil v določenem dnevu, obroka, športnega udejstvovanja in tako naprej. To je razvidno iz Liine izjave: »... jaz sem dejansko sploh začela, zato, ker sem že prej ne, z vsemi temi telefoni pa socialnimi omrežji pa vse, sem že pač sama začela z blogom pa ful objavljala to kar, bom oblekla« (Lia, 25). Intervjuvanka je z izjavo poudarila, da se je za blogersko kariero odločila zato, ker je bila že pred tem toliko vpeta v sfero družbenih omrežij in fotografiranje s telefonom, da se ji je prehod v blogerstvo zdel najbolj naraven naslednji korak: »Jaz sem to dejansko počela še preden sem začela z blogom, sam pač res je, da ne slikaš to gluh sam zase, ampak zato pač, da lahko deliš pa, da bo nekomu všeč« (Lia, 25). S to navedbo je želela Lia nakazati, da je svoja oblačila fotografirala že pred posedovanjem lastnega bloga, z blogom pa ima sedaj razlog in namen za fotografiranje. Tukaj se pokaže doprinos tehnološkega razvoja. Jasno je namreč, da na vsakodnevnih oblačilih ni nič posebno edinstvenega, kar bi zahtevalo enkratno ovekovečenje, temveč je ravno telefon in fotoaparat na telefonu blogerkam omogočil platformo za navdihovanje sledilcev z vsakdanjimi praksami. Klara je v istem kontekstu nazorno opisala spremembe, ki jih je prinesel tehnološki razvoj: »Mislim včasih si imel uno staro Nokio pa si se oblekel pa nisi razmišljal: O to bi pa lahko pofotku pa dal na Instagram. Pač pa tudi nisi se usedel za kosilo pa si rekel: O tole bom pa fotku, nisi povlekel unega digitalca ven pa slikal recimo« (Klara, 25). V dandanašnjem času postaja zelo malo število predmetov ali situacij nevrednih ovekovečenja s pametnim telefonom. Pred nekaj leti se je telefon uporabljal ekskluzivno za sporazumevanje na daljavo med točno določenimi osebami, dandanes telefon omogoča interakcijo z znanci, interakcijo z neznanci prek družbenih omrežij, fotografiranje in tako dalje. Ravno to preoblikovanje telefona v fotoaparat, ki je stalno pri roki, je spremenilo opravljanje vsakdanjih praks v tem smislu, da je vsaka situacija, vsak predmet vreden ovekovečenja in deljenja na spletnem omrežju drugim. Pred pametnim telefonom je bilo, kot je opisala Klara, povsem neobičajno fotografirati vsako malenkost v človekovem vsakdanjem življenju. Še več, bilo je malodane nemogoče, zaradi nepraktične velikosti fotoaparata, ki bi ga

bilo treba nositi povsod s seboj in nezaželene oziroma nepotrebne prisotnosti fotografij vsakdanjih reči v spominskem družinskem albumu. Danes je instantno fotografiranje česarkoli kjerkoli, kot navaja Sara, povsem običajna praksa: »Veš kaj, postane del vsakdana bom rekla, saj na začetku si bil, ok si se poslikal in zdaj konec, zdaj grem v šolo, zdaj bom učenka, zdaj bom to, zdaj pa pač ne vem, grem ven in vidim nekaj: uu to bi bilo hudo, uu daj tukaj me slikaj, tukaj je hudo« (Sara, 24).

Telefon in aplikacije na njem so tako korenito spremenile potek družbenih interakcij in opravljanje vsakdanjih praks. Ema je z izpostavitvijo beleženja svojih spalnih, prehranskih in rekreacijskih navad nazorno nakazala ekstremen vpliv tehnoloških orodij na njeno vsakdanje življenje:

Spomnim se, da na koncu leta 2012 sem jaz še sveto prisegla, da jaz pa nikoli ne bom imela pametnega telefona, ker to tipkanje po zaslonu mi gre ful na živce. Potem so se pa zadeve nekako odvrtele v to smer, da sem leta 2013 že šla na svoj prvi Fashionweek v Pariz in tam je pa dinamika malce drugačna. Opazilo se je, da vedno več kot deliš, vedno več trackinga imaš, se pravi gledanosti, ljudje tebe delijo vedno več, no in potem se je zgodil ta Instagram, ki se dogaja sedaj ne. Na moje ostale navade definitivno, postala sem, reciva temu, app odvisnik. Beležim svoje prehranske navade zelo natančno in fitness navade, beležim svoj spanec ... (Ema, 27).

Tudi Klara je opisala razlike, ki jih opaža v svojih vsakdanjih opravilih in delovanju: »Če ne drugega pač Snapchataš. Že to je veliko. Ali pa ne vem ali pa, če si sam doma recimo ali pa, če greš samo jest pa imaš telefon pri roki, pa lahko zraven bereš ali pa nekaj počneš. Že to se ful pozna. Tako, da ja, se je veliko spremenil« (Klara, 25).

Ema je celo izrazila, da je pametni telefon postal ne-le priročna naprava za komuniciranje, fotografiranje, spletno druženje in tako dalje, temveč nujnost: »Na začetku recimo, prvih par let, ko sem imela pametni telefon, sem bila sama pod svojim stalnim pritiskom, da moram stvari beležiti, da moram imet telefon stalno v roki, to se je dogajalo do letos, do novega leta in je to res preraslo v neko obsesijo, stalno gledaš po telefonu, ali je kakšen nov lajk, ali je kakšen nov komentar, uno, tretje in se tudi ne moreš odklopiti« (Ema, 27). Tehnologija in z njo pametni telefon je uporabnikom omogočil izbranemu občinstvu beležiti in objavljati povsem vsakdanje prakse, kar pa je dandanes postalo mogoče predvsem zato, ker je telefon multi-funkcionalna naprava, ki jo imamo lahko več čas pri roki. Tako so telefon in aplikacije ter družbena spletna omrežja na njem postali nepogrešljivi za vse več ljudi, posebno pa za ustvarjalce medijske

vsebine (bloggerje) – »Blogger zdaj ne more obstajati brez socialnih medijev ...« (Klara, 25). Bloggerji z uporabo družbenih medijev promovirajo svoj blog in ustvarjajo vsebino ter podobo, ki sta podaljška tiste na blogu. Če na spletu izražaš in občinstvu predstavljaš določeno podobo, je treba to podobo vzdrževati na vseh privzetih platformah in sledilce privabljati z več različnimi vsebinami. To je za bloggerje, kot zvezde družbenih omrežij, po eni strani nujnost in 24-urni delavnik, v katerega se prostovoljno vključujejo. Sara je izrazila, da se zato izogiba uporabi določenega družbenega spletnega omrežja: »Jaz imam filing, da če bom imela Snapchat, bom pol še s tem obremenjena, kaj bom tam delila« (Sara, 24).

Poleg tega pa se je Klara dotaknila tudi tematike zmanjšane zasebnosti, ki so jo prinesli družbeni mediji: »Je pa res, da bi bilo treba ljudi malo bolj izobraziti, kar se tiče s Facebook in šeranjem stvari. Da se zavedaš, da je tukaj zadaj stojijo eni, da imaš v vsakem primeru publiko, ne glede na to, da si rečeš ah tega pa noben ne gleda ali pa koga pa to zanima. Valda obstajajo neke negativne plati in ne vem nekako moraš imeti vedno v mislih, da mogoče ni gluh fino svoje ulične številke šerat okoli, sploh če imaš veliko ljudi, ki ti sledijo« (Klara, 25). Sogovornica je tako poleg tega poudarila perečo problematiko nezavedanja posledic, ki jih lahko prinese stalna izpostavljenost na spletnih družbenih medijih. Tudi Sara je izpostavila, da so tehnologija in z njim družbena omrežja omogočili deljenje celotnega življenja na telefonski aplikaciji, ki ne spreminja le vsakdanje prakse, temveč postavlja pod vprašanje človekovo zasebnost: »Lahko si skos na Snapchatu, lahko si skos na tem, pa pač bodo vse o tebi vedeli, jaz pač nočem, tudi ne izdam točno, kaj se učim, ker potem folk opravlja« (Sara, 24).

5 DISKUSIJA

V tem diplomskem delu sem se osredotočila na tri koncepte: na samopredstavo medijskih ustvarjalcev na spletu, estetizacijo objav in okolja medijskih ustvarjalcev ter koncept vizualizacije vsakdanjih praks v smislu vpliva tehnološkega razvoja na spremembe vsakdanjih praks medijskih ustvarjalcev. V skladu s koncepti je glavna tema mojega zanimanja samopredstavitev blogerk na spletu in način upravljanja z vtisi objavljenih vsebin ter spremembe vsakdanjih praks blogerk s trendom estetizacije in razvojem tehnoloških orodij.

V celoti je bilo možno zaznati koherentnost in povezanost v odgovorih intervjuvank, vendar končnih ugotovitev zaradi majhnega vzorca samih sogovornic ne bom pretirano posploševala. Vse intervjuvanke so študentke in nobena izmed njih se ni poklicno identificirala kot blogerka. Dve sta bili mnenja, da je v primerjavi s tujino v Sloveniji premajhen trg za razvoj blogerstva iz kratkočasne dejavnosti v poklic, blogerka s svojo blagovno znamko pa je poleg tega

izpostavila napačno mnenje javnosti o bloganju kot dejavnosti, ki zahteva malo dela in prinaša veliko dohodka. Temu primerno se ista intervjuvanka, v nasprotju z ostalimi, sama zato ni želela identificirati kot blogerka. Prvi koncept samopredstave blogerk na spletu je po poročanju intervjuvank pogojen z resničnostjo njihovih mnenj, občutij in stališč, hkrati pa mora za vsečnost ter privlačnost vsebine nujno vsebovati element estetike. Tri blogerke so bile mnenja, da se poskušajo čim bolj realistično in resnično predstaviti sledilec, jim posredovati svoja pristna stališča ter objave o lepotnih in modnih produktih, vse to na čim bolj očem privlačen, estetski način. Zavijanje medijske vsebine, skozi katero se blogerke na spletu predstavljajo, v estetski ovoj zaradi privlačnosti ni nujno zavajanje občinstva, vseeno pa ni možno trditi, da je vsebina občinstvu podana v najbolj surovi, nedodelani prvotni obliki brez olepšav. To lahko povežemo tudi z Goffmanovim konceptom odra, na katerem posameznik kljub iskrenemu nastopanju še vedno uprizarja določeno predstavo za občinstvo. Tako bi lahko trdili, da samopredstava blogerk temelji bolj na estetičnem izrazu samih sebe kot na podajanju vsebine, ki je v prvi vrsti namenjena informiranju, obveščanju sledilcev o trendih in produktih modno-lepotne industrije. Slednje je potrdila tudi četrta blogerka, ki je edina priznala, da sta ji estetika in dodelanost objave veliko pomembnejši od same vsebine objave. Iz tega je tudi razviden naslednji koncept trenda estetizacije.

Estetika blogerskih objav se navezuje na raven uspešnosti blogerk in je eden izmed razlogov za razvoj in eksplozijo blogerstva kot poklicne ter kratkočasne dejavnosti. Ena izmed blogerk je navedla, da bolj, kot so blogerske objave in fotografije estetsko dovršene in dodelane, večja je možnost dosega številčnejšega občinstva in podjetniškega sponzorstva. Živimo namreč v dobi spletnih družbenih omrežij, ki temeljijo izključno na spremljanju in fotografiranju – tako sebe kot drugih oseb po vsem svetu (Instagram, Snapchat). Iz uvedbe in razmaha omenjenih spletnih omrežij je razvidno, da je v današnjem času družba izredno vizualno usmerjena v fizični izgled posameznika in njegovo zasebno življenje. Estetika tako posameznikove fizične kot spletne podobe je ena ključnih dejavnikov za uspešno vključitev in sprejetost v družbo. Blogerke so se od ljudi, ki druge spremljajo ali objavljajo vsakdanje reči, ločile po osredotočenju na objavljanje vsakdanjih praks na estetski način oziroma s pomočjo obdelave. Iz intervjujev je bilo razvidno, da blogerke niso pazljivo izbirale le restauracij, lokacij za fotografiranje in drugih tipov okolja, ki bi bili estetsko ustrezni, temveč so razmišljale še podrobneje o estetsko servirani hrani, estetsko postavljeni skodelici za kavo na mizi in tako dalje. Dve blogerki sta sicer zatrdili, da sami ne naročata hrane zaradi estetskega izgleda, vendar poznata blogerke, ki to počnejo. Obe sta kljub temu hkrati potrdili, da je »treba« preurediti jedilno mizo pred fotografiranjem, ker

drugače »ne bo lepa«. Estetizacija okolja in lastne podobe je za medijske ustvarjalce, kot so blogerke, postala nujnost ter hkrati način življenja. Vsako podrobnost ali vsakdanjo prakso, kot so prehranjevanje, telovadba in ličenje, lahko blogerke nemudoma z estetsko preureditvijo in očem prijetnim načinom ujemanja v objektiv iz nepomembne dejavnosti prelevijo v medijsko vsebino z visoko gledanostjo. Blogerke s tem sledilec kažejo in na določen način »prodajajo« izjemno popoln, do potankosti urejen ter dovršen življenjski slog, ki njihovo občinstvo navdihuje in vzbuja želje po poustvarjanju, saj postavlja visok standard za estetsko ugajajoč način življenja. Živeti oziroma poustvariti določen življenjski stil, ki ga je navidezno mogoče doseči brez pretiranega truda, pa je za občinstvo v večini primerov nedosegljiv cilj, saj je zato potrebna neprekinjena 24-urna pozornost na estetiko od najširšega okolja pa do najmanjše podrobnosti.

Blogerke so tako s trendom estetizacije ustvarile nov standard predstavljanja samega sebe in svojega življenja na spletu. Za družbeno potrditev na spletnih družbenih omrežjih, ki so v današnjem času velik del vsakdanjika in identitete tako najstnikov kot mladih, je treba uživati »lepo« hrano, hoditi na počitnice z »lepo« plažo in med razgibavanjem nositi »lepe« športne copate. Kot je ena izmed blogerk predlagala, se to lahko nanaša na poosebitev tistega, ki objavlja, z vsebino njegove objave na spletu. Torej »lepša« in bolj estetska je objava, lepše stvari in estetske dejavnosti vsebuje, bolj se posameznik sam identificira in poistoveti z »lepim« življenjskim stilom in lepoto oziroma estetiko nasploh. Blogerke se namenoma obdajajo z »lepimi« predmeti v »lepem okolju«, kar potem v »lepem stilu« objavijo na spletna omrežja, da sledilec predstavijo svoje »lepo« življenje, ki ga živijo, in življenje, ki ga lahko živijo tudi sledilci sami. Pogoste objave novih, nedotaknjenih stvari na spletnih omrežjih najbolj zrcalijo dotično mentaliteto. Dokler medijski ustvarjalci na spletu objavljajo in občinstvu kažejo stvari vedno le v najnovejšem, neuporabljenem stanju, bo tudi njihova podoba vedno neokrnjena, estetska ter brez napak.

V zadnjem delu bom prešla na koncept vizualizacije vsakdanjih praks medijskih ustvarjalcev spletne vsebine. Tako kot trend estetizacije je tudi prehod telefona iz izključno komunikacijske naprave v pametni telefon s fotoaparatom, raznovrstnimi aplikacijami in tako dalje spremenil vsakdanje prakse njegovih uporabnikov. V preteklosti, pred družbenimi spletnimi omrežji, ko je bil fotoaparat povsem ločena naprava od telefona, je bilo fotografiranje običajnih vsakdanjih opravil zelo redka in neobičajna praksa. Večina oseb je fotoaparat vzela na počitnice oziroma ga je uporabljala na enkratnem dogodku, ki so si ga želeli zapomniti za celo življenje. Nastale fotografije so namreč običajno romale v družinske albume, ob katerih je kasneje družina lahko

skupaj obujala spomine. Z uvedbo pametnih telefonov je dandanes fotoaparati potisnjen v ozadje, nastale fotografije pa se ne zbira v albumu, temveč ohranja na telefonu v ogromnih količinah. Pametni telefon je spremenil vsakdanje prakse mnogih, predvsem pa prakse medijskih ustvarjalcev na spletu. V preteklosti, kot je v intervjuju poudarila ena izmed blogerk, nihče ni pred obedom z digitalnim fotoaparatom slikal svojega krožnika, dandanes je to z uvedbo pametnega telefona postala običajna praksa. Podobno je z oblačili. V preteklosti se je osebe slikalo na enkratnih dogodkih, kjer so se uredili posebej za trajno ovekovečenje v obliki stenske fotografije, dandanes bloggerke in uporabniki družbenih spletnih omrežij vsakodnevno, kot po tekočem traku, objavljajo izbiro oblačil v tekočem dnevu (OOTD – Outfit Of The Day). Neobičajno je bilo tudi fotografiranje osamljenih predmetov, kot so športni copati, skodelica kave in tako dalje, medtem ko fotografije omenjenih stvari danes preplavljajo družbena spletna omrežja. Kot sta izpostavili dve sogovornici, sta pametni telefon in fotoaparat na njem vsakdanje prakse blogerjev in uporabnikov nasploh spremenila tako, da čutijo potrebo, željo in so skoraj primorani pred običajnimi vsakdanjimi praksami, kot so prehranjevanje in telovadba, ter pred uporabo novih oblačil in predmetov, te ovekovečiti s fotografijo. Te nato delijo na spletno družbeno omrežje, kjer lahko njihovi sledilci neprestano spremljajo potek njihovega dneva, izbiro hrane, oblačil in lokacije poletnega oddiha. Življenje najstnikov, mladih, uporabnikov družbenih spletnih omrežij in ustvarjalcev medijske vsebine, ki svoje dnevno početje objavljajo na spletu, je v primerjavi s časom pred nastankom aplikacij postalo zabeleženo v časovnem poteku za širše občinstvo. To lahko postane tudi nevarna praksa v primeru, da se uporabnik družbenega omrežja oziroma ustvarjalec medijske vsebine, ki le-to prosto objavlja na spletu, ne zaveda možnosti vdora v zasebnost. Dve blogerki sta omenili, da se je z dandanašnjim hitrim razvojem tehnologije in spletnimi družbenimi omrežji, kjer imajo uporabniki možnost drugim namerno in nenamerno sporočati vsak svoj korak, zasebnost posameznika izredno zmanjšala. Četudi morda določena oseba ne želi objavljati svoje lokacije in dnevnih dejavnosti na spletu, obstaja velika možnost, da se bo v družbi z drugimi le-to vseeno pripetilo. V tem smislu so pametni telefon in spletne aplikacije na njem infiltrirale ter prevzele življenje uporabnikov in blogerjev, saj jih posamezniki radi uporabljajo pred ter med vsakim vsakodnevnim opravilom in s tem druge obveščajo o svojem početju. Dandanes je mogoče poznati kosilo, znamko čevljev in lokacijo nahajanja kogarkoli, ki ima pametni telefon ter željo po prepoznavnosti na spletu.

6 SKLEP

V diplomskem delu sem raziskovala preferenčnost estetske vsebine nad informativno in morebitne spremembe, ki jih je prinesel razvoj tehnologije. Glavna ugotovitev in odgovor na prvo raziskovalno vprašanje, ki se nanaša na samopredstavitev blogerk ter način upravljanja z vtisi objavljenih vsebin je, da blogerke sicer želijo podajati pristno predstavo samih sebe, vendar je estetski vidik samo-reprezentacije pomembnejši. Iz tega je razvidna tudi estetizacija okolja in vsakdanjih praks, ki jih blogerke dnevno uporabljajo za estetsko predstavo na spletu. Kljub svoji navidezno preprosti naravi je v spletno predstavitev blogerk, skozi prikaze glamuroznega načina življenja, vključeno veliko discipline (Duffy in Hund 2015, 9). Z iskanjem in preurejanjem okolice, da dosega estetske standarde blogerk, in skrbno premišljeno izbiro oblačil ter hrane, primerne za objavo na družbenih medijih, se blogerke dnevno vključujejo v produkcijo medijske vsebine, ki jim omogočajo, da predstavljajo estetsko dovršeno podobo na spletnih omrežjih in nadstandardni, glamurozen življenjski stil. Sledilcem tako posredujejo vtis popolnega življenja, ki je sestavljeno le iz vključevanja v priložnostne aktivnosti in potovanja, delo pa je navidezno iz tega izključeno. V analizi intervjujev in diskusiji ugotavljam, da temu ni tako in da blogerke v navidezno preprosto konstruirano estetsko podobo, ki jo predstavljajo na spletu, vlagajo veliko časa in pozornosti. Upravljanje z vtisi na družbenih omrežjih je uspešno, ko sledilci blogerk, navkljub navidezni preprostosti ne morejo oziroma težko posvojijo raven estetske privlačnosti objav in glamur življenjskega stila blogerk.

Z razvojem tehnologije pa je razviden tudi preskok medijske vsebine z ovekovečenja enkratnih dogodkov na objavljanje vsakodnevnih praks. Udomačitev fotografije in estetizacija vsakdanjega so tako osebno fotografijo postavili v sfero, kjer so spomin ter pripovedi posredovani s pomočjo tehnologije in vizualne kulture. Tako je domače in vsakdanje vstavljeno v retorične, afektivne ter časovne okvire našega sveta in izkušenj. Značilni elementi tega banalnega slikanja so torej uprizarjanje našega osebnega življenja skozi vsakdanje podobe, glede na performativno funkcijo fotografije (Yasmin 2015, 52). Zdi se, da se razvoj spletnih platform, ki omogočajo konstantno izpostavljanje posameznikov in posameznikovih vsakodnevnih aktivnosti, giblje v smeri zmanjšane zasebnosti in povečane izpostavljenosti na spletu. V povezavi s trendom estetizacije objav na družbenih omrežjih, se zdi, da bodo mlajše generacije svojo spletno podobo gradile z neprekinjenim tokom estetsko dovršenih objav dnevnih aktivnosti in, za razliko od starejših generacij, ki z družbenimi mediji niso odraščale, okoli upravljanja z vtisi na družbenih medijih oblikovali lastno identiteto.

Sogovornic kljub majhnosti slovenske bloggerske skupnosti ni bilo težko najti. Za bolj problematično se je izkazalo občasno zavračanje neposrednega odgovarjanja sogovornic na postavljeno vprašanje, pri čemer sem morala iskati alternativne poti za pridobitev želenega odgovora. Poleg tega je vredno pripomniti, da sem na začetku nameravala raziskati prakse petih blogerk in sem jih toliko tudi intervjuvala, vendar pa se je v procesu raziskovanja zaradi tehničnih težav en intervju izgubil. Sogovornico sem poskušala ponovno intervjuvati, vendar mi to ni uspelo.

V prihodnosti bi lahko s kvantitativno metodo raziskali spremembe v praksah sledilcev blogerjev: ali je tehnološki razvoj na enak način kot na blogerje oziroma ustvarjalce medijske vsebine vplival tudi na njihove sledilce in ali je estetska podoba blogerjev na družbenih spletnih omrežjih vplivala na estetizacijo praks njihovih sledilcev. Tako bi na širšem vzorcu posameznikov ugotavljali spremembe v njihovih vsakdanjih praksah, ki jih je prinesel razvoj tehnologije in morebitno nagnjenost k olepševanju spletne podobe zavoljo prikaza boljšega, Instagramsko popolnega življenjskega sloga.

7 LITERATURA

1. Chia, Aleena. 2011. Welcome to Me-Mart: The Politics of User-Generated Content in Personal Blogs. *American Behavioral Scientist* 56 (4): 421–438.
2. Dijck, José van. 2013. *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. New York: Oxford University Press.
3. Duffy, Brooke Erin in Emily Hund. 2015. "Having it All" on Social Media: Entrepreneurial Femininity and Self-Branding Among Fashion Bloggers. *Social Media + Society* 1 (2): 1–11.
4. Ema. 2016. Intervju z avtorico. Ljubljana, 25. april.
5. Gillmor, Dan. 2006. *We the Media: Grassroots Journalism By the People, For the People*. United States of America: O'Reilly Media.
6. Goffman, Erving. 1956. *The Presentation of Self in Everyday Life*. Edinburgh. University of Edinburgh Social Sciences Research Centre.
7. Graham, Connor, Mark Rouncefield in Christine Satchell. 2009. MoBlogs, Sharing Situations and Lived Life. V *Shared Encounters*, ur. Katharine S. Willis, George Roussos, Konstantinos Chorianopoulos in Mirjam Struppek, 269–289. London: Springer.
8. Harrison, Teresa M. in Brea Barthel. 2009. Wielding new media in Web 2.0: exploring the history of engagement with the collaborative construction of media products. *New Media & Society* 11 (1–2): 155–178.
9. Instagram. 2015. Dostopno prek: <http://www.toxel.com/inspiration/2015/09/18/instagram-vs-real-life/> (25. avgust 2016).
--- 2016b. Dostopno prek: <https://www.instagram.com/p/BJe4yLKBB0X/?taken-by=&hl=en> (25. avgust 2016).
--- 2016c. Dostopno prek: <https://www.instagram.com/p/BJqWabXh2Vr/?taken-by=kyliejenner&hl=en> (25. avgust 2016).
--- 2016č. Dostopno prek: <https://www.instagram.com/p/BJn7KzmmhWGF/?taken-by=kyliejenner&hl=en> (25. avgust 2016).

- 2016d. Dostopno prek: <https://www.instagram.com/p/BCeMHgkmurw/?taken-by=shanigrimmond&hl=en> (25. avgust 2016).
10. Kaplan, Andreas M. in Michael Haenlein. 2010. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons* 53: 59–68.
 11. Klara. 2016. Intervju z avtorico. Ljubljana, 5.maj.
 12. Leung, Louis. 2009. User-generated content on the internet: an examination of gratifications, civic engagement and psychological empowerment. *New Media & Society* 11 (8): 1327–1347.
 13. Lia. 2016. Intervju z avtorico. Ljubljana, 17. april.
 14. Mesec, Blaž in Tanja Lamovec. 1998. *Uvod v kvalitativno raziskovanje v socialnem delu*. Ljubljana: Visoka šola za socialno delo.
 15. Nuenen, Tom van. 2015. Here I am: Authenticity and self-branding on travel blogs. *Tourist Studies* 16 (2): 192–212.
 16. Oblak, Tanja in Gregor Petrič. 2005. *Splet kot medij in mediji na spletu*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
 17. Okabe, Daisuke. 2004. *Emergent Social Practices, Situations and Relations through Everyday Camera Phone Use*. Dostopno prek: http://www.itofisher.com/mito/archives/okabe_seoul.pdf (25. avgust 2016).
 18. Papacharissi, Zizi. 2002. The Presentation of Self in Virtual Life: Characteristics of Personal Home Pages. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 79 (3): 643–660.
 19. Papacharissi, Zizi A. 2010. *A Private Sphere: Democracy in a Digital Age*. Malden: Polity Press.
 20. Petrič, Gregor. 2007. Pretnja preračunljivega individualizma v družbi posredovanih odnosov. V *Mobilne refleksije*, ur. Vasja Vehovar, 115–146. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
 21. Pham, Minh-Ha T. 2011. Blog Ambition: Fashion, Feelings, and the Political Economy of the Digital Raced Body. *Camera Obscura* 26 (1): 1–37.

22. Saito, Yuriko. 2001. Everyday Aesthetics. *Philosophy and Literature* 25 (1): 87–95.
23. Sara. 2016. Intervju z avtorico. Ljubljana, 6. maj.
24. Sinanan, Jolynna, Connor Graham in Kua Zhong Jie. 2014. Crafted assemblage: young women's 'lifestyle' blogs, consumerism and citizenship in Singapore. *Visual Studies* 29 (2): 201–213.
25. Trammell, Kaye D. in Ana Keshelashvili. 2005. Examining the New Influencers: A Self-Presentation Study of A-List Blogs. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 82 (4): 968–982.
26. Walther, Joseph B., Caleb T. Carr, Scott Seung W. Choi, David C. DeAndrea, Jinsuk Kim, Stephanie Tom Tong in Brandon Van Der Heide. 2011. Interaction of Interpersonal, Peer, and Media Influence Sources Online: A Research Agenda for Technology Convergence. V *A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network*, ur. Zizi Papacharissi, 17–38. New York: Routledge.
27. Yasmin, Ibrahim. 2015. Instagramming life: banal imaging and the poetics of the everyday. *Journal of Media Practice* 16 (1): 42–54.

PRILOGE

Priloga A: Vprašalnik

1. SKLOP: Nekaj o sebi

1. Par besed o vas, kaj počnete v smislu službe/dela, kakšna je vaša izobrazba in koliko časa ste zaposleni v tem poklicu?
2. Kako dolgo pa se ukvarjate z bloganjem oz ali sebe dojemate kot blogerko? Na katerem področju točno?
3. Kakšno predstavo sebe želite posredovati/predstaviti sledilcem? Ali je ta predstava vedno v povsem surovi, neokrnjeni različici (brez pretiranega pomišljanja napišete besedilo bloga, ste zadovoljni s prvo fotografijo, ki jo posnamete) ali gre v predstavo več premisleka (o besedilu razmišljate dlje časa, posnamete večje število fotografij med katerimi izberete eno)?

2. SKLOP: Odnos do blogerstva in spremembe v vsakdanu

4. Ali se vam zdi, da je (modno) blogerstvo poklic, ki ga opravljate 24 ur na dan? Oz kako ločujete delovni čas od prostega, kje je meja med njima, če sploh?
5. Kaj pa odnos do poseganja drugih v vašo zasebnost? Kako kot blogerka vi to občutite?
6. Kako pa je vam osebno razvoj digitalne tehnologije (telefon in fotoaparati na njem, ki nam je stalno pri roki) spremenil vaše vsakdanje prakse (gibanja, prehranjevanja, oblačenja)? Na kakšen način? Zakaj se vam zdi, da se te spremembe dogajajo?

3. SKLOP: Bloganje kot praksa

7. Nam lahko opišete eno 'povprečno' seanso bloganja? Kako se lotite, kako izberete temo, kakšna tehnološka orodja pri tem potrebujete (od softvera do hardvera)?
8. Kaj pa vloga fotografije/vizualij – Ali so posnetki na vašem blogu in Instagramu spontani, ali je v končni izdelek vključena predpriprava? Če da, kakšne so te predpriprave in če ne, zakaj?
9. Ali ste kdaj razmislila, da bi slikala hrano po jedi? Zakaj slikamo stvari le v najnovejšem stanju (hrano pred jedjo, superge pred prvim treningom) in nikoli v rabljenem? Navsezadnje je tudi rabljeno, nepopolno stanje oziroma izgled – del življenja.

Priloga B: Intervjuji

Priloga B.1: LIA

1. Par besed o vas, kaj počnete v smislu službe/dela, kakšna je vaša izobrazba in koliko časa ste zaposleni v tem poklicu?

Izobrazba, sem na FDV-ju, nisem še diplomirala na žalost, moram kmalu. Tržno komuniciranje sem študirala, zdaj končujem, pišem pa tudi diplomu nekaj na temo blogov, tako, da v bistvu izobrazbe še nimam. Delam v podjetju Myequa pa Goatstory, tukaj delam v bistvu marketing pa piar pa večinoma social media, vse kar je za te dva branda. Koliko časa? Mmm tukaj zdaj delam eno leto, prej sem pa v bistvu delala tudi še nekje drugje na Gemu, tudi v marketingu, tako, da ne vem, vse skupaj recimo, da v marketingu delam ene tri ali pa 4 leta. Tri. Nisem pa še zaposlena, mislim, zdaj se bom redno zaposlila.

2. Kako dolgo pa se ukvarjate z bloganjem oz ali sebe dojemate kot blogerko? Na katerem področju točno?

Z blogom se ukvarjam v bistvu ne dolgo časa, niti ni še eno leto. Lani sem začela novembra ali pa septembra, nekaj takega. Sem pa ful časa razmišljala pa imela vse pripravljen, sam pač pol nekak nisem, nisem sploh začela, ker je vseen ful enega dela treba vložiti pa to. Se dojemam zdaj kot blogerko, sem pa pač večinoma na fashion področju, beauty ful ne, tako, da sam fashion no.

3. Kakšno predstavo sebe želite posredovati/predstaviti sledilcem? Ali je ta predstava vedno v povsem surovi, neokrnjeni različici (brez pretiranega pomišljanja napišete besedilo bloga, ste zadovoljni s prvo fotografijo, ki jo posnamete) ali gre v predstavo več premisleka (o besedilu razmišljate dlje časa, posnamete večje število fotografij med katerimi izberete eno)?

Am, glede teh fotk je vedno tako, da jih vedno več posnamem, ker mi nikoli ta prva ni všeč oziroma vseen se mi zdi, da je zdaj toliko na Instagramu enih ljudi, ki objavljajo pač enih lepih slik, da ne moreš kar vedno ta prve ampak morš vseen malo premisliti pa malo načrtovati to pa pač, da res lepo zgleda. Glede besedila pa mm, zdaj dejansko, recimo za en post mi vzame ne vem, neke pol urce, da napišem, je pa tako, napišem tisto, kar mislim, če mi pa ni čisto všeč pa pol še malo pogledam ne vem kaj. Mislim ne vem, če je recimo na nekem področju, kaj se je še pisal, kaj so ljudje govorili, tako no. Bi pa rekla, da več časa vložim v slike kot pa v besedilo. Mislim ne vem, jaz dajem tisto, kar je meni kul, ne oziram se gluh... mmm mislim ja, saj itak slediš trendom skos a ne sam pač ne oziraš se, mislim ne oziram se na to, da sam to objavljam ampak pač ne vem, tisto, kar jaz za res počnem. Ne vem, gluh včeraj sem videla nek video tam na Facebooku, mm, je krožil zdaj, da ne vem, slikaš neko solato, potem pa poješ sendvič, pač ful ne, pač tisto slikam, kar dejansko jaz počnem ali pa napišem, kar dejansko jaz počnem sam probaš malo lepše zapakirati oziroma, ne vem, če si na kosilu, mal vseen postaviš stvari. Tako no, ni zdaj, čist, da narediš sam eno fotko, ker itak pač ne bo lepa, ni pa tako zdaj, da, si bom zato, ker je lepo, nekaj naročila.

4. Ali se vam zdi, da je (modno) blogerstvo poklic, ki ga opravljate 24 ur na dan? Oz kako ločujete delovni čas od prostega, kje je meja med njima, če sploh?

Am, ja, je 24 urni delavnik oziroma poklic, sam pač v Sloveniji to dejansko ne more bit, mislim je to bolj tako, hobi/poklic bi jaz rekla mmm... drugače pa prosti čas, ja tako, kdaj ga ločuješ, kdaj pa ne, ni tako, da se lahko pač odklopiš od vsega a ne, zato, ker vedno še vseen kamorkoli grem, saj je to moj prosti čas pa vedno, ne vem, kakšno fotko naredim pa, ne vem, kje vidim kakšen kul kader, kjer bi lahko kaj bilo. Tako, da bi jaz rekla, da je to dost prepleteno. Ni tako, da bi se lahko čist odklopu pa, ne vem, isto v prostem času, gledaš, ne vem, druge bloge pa gledaš Instagram, pač tam dobiš neko inspiracijo. Tako, da to je ful prepleteno, jaz bi rekla, da se ful težko od tega kar odklopiš pa rečeš, ne vem, dve uri na dan bom pač zdaj bloger, 8 ur bom delal, pol bom mel pa prosti čas. Sploh pa zdaj še no, s tem Snapchatom recimo, pač to pa sploh ne moreš ne. Jaz bi rekla, da to ne moreš ločit, to pač si.

5. Kaj pa odnos do poseganja drugih v vašo zasebnost? Kako kot blogerka vi to občutite?

A misliš strani drugih ljudi recimo, teh brandov al?

V bistvu z teh, ki ti sledijo in z brandov.

Aha. Ne, to za enkrat še nisem opazila od teh, ki mi sledijo recimo. Ne vem čist točno na kakšen način je to mišljeno, ampak, če te nekdo.. Pač jaz to tako mal, mislim, če mi kdo napiše neko bedno stvar, jaz to itak ignoriram pa se ne ukvarjam kaj dosti s tem, če pa pačkaj kdo rabi, pa me je zdaj od tega najdu, ker mam blog pa pač mi itak ni panike pomagat al pa povedat al pa karkoli pač. Glede brandov je pa tako pač, da je sicer ful odvisno kdo ne, ampak mogoče to ful mal, ker te omejujejo pa ti povejo kaj moraš objaviti, sicer to ni glih zasebnost sam vseen se mal vtikajo v to kar ti delaš.

6. Kako pa je vam osebno razvoj digitalne tehnologije (telefon in fotoaparati na njem, ki nam je stalno pri roki) spremenil vaše vsakdanje prakse (gibanja, prehranjevanja, oblačenja)? Na kakšen način? Zakaj se vam zdi, da se te spremembe dogajajo?

Jaz zdaj, težko rečem primerjavo med prej pa potem zato, ker pač, jaz sem blog imela, ko je vse to blo a ne. Nisem pač prej imela neke Nokie preden sem recimo začela, tako, da jaz sem dejansko sploh začela, zato, ker sem že prej ne, z vsemi temi telefoni pa socialnimi omrežji pa vse, sem že pač sama začela z blogom pa ful objavljala, pa mislim to kar bom oblekla. Mislim je bilo itak, ne samo zato, da bom objavila ampak to je meni vedno, ne vem, ko mi recimo moj fant reče: za koga se boš tako oblekla, pač zase, mislim, meni je bilo to ful tako, jaz se vedno zase oblečem, ne toliko za druge, sam pač če pa rata pol še kakšna kul fotka ali pa lahko kaj pošeraš pa zakaj ne. Tako, da ja verjetno se je spremenil sam težko jaz rečem koliko se je ne vem recimo prej pa potem, ker jaz sem že s tem dejansko štartala od začetka. Jaz sem to dejansko počela še preden sem začela z blogom, sam pa pač res je, da ne slikaš to glih sam zase ampak zato pač, da lahko deliš pa, da bo nekomu všeč. Sam ja, tako kot sem rekla, jaz sem to

že prej ful delala pa mi je bilo, zdaj mi je v bistvu tako no, ker mam blog mi je malo bolj upravičeno, da toliko slikam, ker prej je bilo tako: za koga to slikaš, ja pač slikam a ne! Zdaj je malo bolj ok, ker imaš nek izgovor.

7. Nam lahko opišete eno 'povprečno' seanso bloganja? Kako se lotite, kako izberete temo, kakšna tehnološka orodja pri tem potrebujete (od softvera do hardvera)

Ja pač, najprej je itak fotkanje. Zdaj jaz, glede na temo, mislim jaz temo izberem glede na to kaj oblečem tako, da am, dejansko jaz si izberem nekaj kar bom oblekla, kar mi je kul, nič prej ne mislim na to kaj bom napisala, ampak najprej se dobim s fotografinjo pa fotkava. Pol po tem ona obdela slike, pol mi ona to pošlje in pol jaz začnem s tem besedilom. Na kakšnih potovanjih ali pa počitnicah ali pa kdaj, če ona ne more me tudi moj fant slika, jaz sama tega nikoli ne počnem, ker itak ne znam nič slikat kaj dosti pa itak sama sebe ne morem, tako, da ja imam fotografinjo. Tako ona pol obdela slike, mi pošlje, pol valda, jaz pogledam, če mi je kul, potem pa pač izberem temo dejansko glede na tisto, kar imam oblečeno. Zdaj malo gledam sicer, da je mal, sledim recimo temperaturi pa vsemu temu a ne, pač, da gre mal v koraku s tem, drugače pa kaj je vse potrebno ... Ja, fotoaparat, pol pač objavim post, blog mam postavljen v wordpressu, pol pa zatem pa pride pač vse to šeranje na social media, pač, da sploh kdo to vidi, a ne. Tako, da ne vem, pol pač Instagram, Facebook, Twitterja ne uporabljam kaj dosti, amm to je pa to.

8. Kaj pa vloga fotografije/vizualij – Ali so posnetki na vašem blogu in Instagramu spontani, ali je v končni izdelek vključena predpriprava? Če da, kakšne so te predpriprave in če ne, zakaj?

Tako, malo mešano, bi jaz rekla. Večina je spontanih, pač ne vem, ko si nekje na kavi slikaš tam kjer si, recimo spontani so vsi teji, ko ti nekje si, nekaj delaš, pač karkoli, vnaprej recimo pripravljeni so pa večinoma teji, ko ti en brand pošlje izdelke. To je vseeno mal bolj pripravljeno oziroma ni gluh tako spotoma slikano, ne vem, ker nimaš gluh na mizi vsega tega kar pol slikaš a ne, kar tako postavljenega, tako, da za to je mal predpriprave sam mislim, jaz temu ne posvečam ful časa ampak, ne vem, si rečem: eno soboto moram pofotkat par stvari, ker ne morem kar vzet kreme nekam s sabo pa bo dobra fotka ratala, vseen moraš neki. Tako, da te so malo bolj premišljeni ali kakorkoli sam tega ni tudi tako veliko, ker pač jaz večino kar dobim, so cunje, tako, da pač itak pride s fotkanji zraven, kar je pa teh nekaj kozmetičnih izdelkov pa karkoli že dobiš, pa je mal bolj strukturirano. Ni pa zdaj tako, da bi rekla: ful se moraš pripravljat.

9. Ali ste kdaj razmislila, da bi slikala hrano po jedi? Zakaj slikamo stvari le v najnovejšem stanju (hrano pred jedjo, superge pred prvim treningom) in nikoli v rabljenem? Navsezadnje je tudi rabljeno, nepopolno stanje oziroma izgled – del življenja.

Hrano po jedi, sej pol je ni več. Aha, ja pač, ker to ni lepo. Ne vem, se mi zdi pač, itak nam Instagram narekuje kar moraš objavljat, mislim, saj lahko tudi ne, če hočeš sam, če se v svojo

kožo postavim, ne bi lajkala recimo jaz osebno, nekomu, ki slika prazen krožnik ali pa prazno šalico kave, ker pač ni lepo. Mislim, da je to nek tak trend, kjer smo zdaj noter pa pač sploh Instagram je namenjen lepim stvarim, lepim slikam, tako, da to je glede hrane. Kar se pa tiče čevljev, adidas, karkoli pa pač slikam tudi, ko ni čisto novo, valda ne, ko je novo je lepše, te superge so bile ful lepe bele na začetku, zdaj pa niso več tako zelo, pol raje slikaš takrat a ne, ko je novo sam po moje sam zaradi tega, ker je lepo. Pač estetika je zdaj 'all over the place'.

Priloga B.2: SARA

1. Par besed o vas, kaj počnete v smislu službe/dela, kakšna je vaša izobrazba in koliko časa ste zaposleni v tem poklicu?

Am, ne delam še, sem še študentka, študiram pravo, drugače pa delam tudi kot študentka v neki kozmetični trgovini, potem delam kot inštruktorica zumba pa pač še blog imam tako, da zdaj je polno enih projektov pa še izpitno obdobje tako, da pač kar pestro.

2. Kako dolgo pa se ukvarjate z bloganjem oz ali sebe dojemate kot blogerko? Na katerem področju točno?

Blog imam, mmm, ja zdele bo točno čez dva dni, evo bo štiri leta in pol. Mislim dojemam, pač ja, ampak nič kaj posebnega zaradi tega nisem ne vem, kako bi rekla, pač ja mislim se dojemam kot blogerko, ampak zdaj čisto odvisno kaj ljudje vse dajo pod to zraven. Lepota, moda, zdaj pa občasno pa dodajam pa čisto tako kakšne osebne teme, kaj pokritiziram kdaj, pa tako no.

3. Kakšno predstavo sebe želite posredovati/predstaviti sledilcem? Ali je ta predstava vedno v povsem surovi, neokrnjeni različici (brez pretiranega pomišljanja napišete besedilo bloga, ste zadovoljni s prvo fotografijo, ki jo posnamete) ali gre v predstavo več premisleka (o besedilu razmišljate dlje časa, posnamete večje število fotografij med katerimi izberete eno)?

Zdaj tako, na začetku je bilo vse zelo bogo, saj če greš gledat nazaj se pač lahko smejiš in vidiš, da je bilo vse zelo domače, doma sem se slikala preden sem šla v gimnazijo, v glavnem zelo po domače no, potem pa vse bolj nekak padeš noter v to. Pač na začetku ti je vse dobro itak a ne, pač nimaš nekih izkušenj, nimaš tega, pol pa vse bolj si želiš, ne vem, vidiš, aha uni majo to tako, kaj če bi jaz tudi mal »next level«, kaj če bi jaz tudi mal tako. Ampak v bistvu vse v mejah to kar je pač tebi kul, jaz se nikoli nisem forsirala, nisem se hotela zdaj uu čisto tako kot uni, ker pač sem to kar sem, jaz pač tudi hočem to predvsem poudarjat skozi blog, tudi če valda...ne vem jaz sicer ful ne obdelujem fotk pa tega, to ful ne, pač to se tudi vidi, da barvno ni ne, ampak tako no, pač ne želim si predstavljat nekega...pač sej premislim preden kaj napišem, ne pa zdaj uno preveč. Ok, glede kakšnih lepotnih objav ja, kdaj grem malo še raziskovat, da ne bom kaj bleknila ven kar pač ni res a ne, ker pač nisem kozmetičarka, ampak tako no, tako nekaj vmes bom rekla, nek medium.

4. Ali se vam zdi, da je (modno) blogerstvo poklic, ki ga opravljate 24 ur na dan? Oz kako ločujete delovni čas od prostega, kje je meja med njima, če sploh?

Zdaj tako, pač imaš, seveda v tujini je to poklic tudi za nekatere punce, tukaj mogoče vse bolj počasi postaja, sicer ne vem če bo kdaj prišlo do tega, da boš lahko od tega živel, mogoče če si bil že prej kaj znan ali pa kaj takega ne. Veš kaj, postane del vsakdana bom rekla, saj na začetku si bil, ok si se poslikal in zdaj konec, zdaj grem v šolo, zdaj bom učenka, zdaj bom to, zdaj bom to, zdaj pa pač ne vem, grem ven in vidim nekaj: uu to bi bilo hudo, uu daj tukaj me slikaj, tukaj je hudo, pač pride noter. Čeprav jaz velikokrat čez vikend si rečem: ne, zdaj se bom odklopila in od interneta in od Instagrama in vsega, zdaj bom uno lepo lagano, šla bom na burek v trenirki zvečer. Pač res, rada imam te momente, ko sem čist na off, čist na free a ne in pol mi je ful smešno, če me kdo takrat sreča, ampak pač lej tudi to sem jaz in vsi smo samo ljudje in pač ne morejo pričakovat, da zdaj, ko si blogger boš pa skos popolnoma naličen, popolnoma to, pač nisi a ne. Ljudje pozabijo, da smo, v Sloveniji, da si zraven še študent mogoče, da si zraven še, ne vem, delaš to, to in pač nisi samo tam fin in ne vem kaj, kar kakšni mislijo, da si.

5. Kaj pa odnos do poseganja drugih v vašo zasebnost? Kako kot blogerka vi to občutite?

To mi je zdaj ful smešno, da si me vprašala, to sem imela zdaj na izpitu. Veš kaj, v bistvu se sam odločam kaj boš delil, tako bom rekla. Jaz recimo, iz tega razloga si nočem naredit Snapchata, ker imam filing, saj izgleda zelo zabavno, ne bom nič rekla, ful dobro, sam pač jaz že tako, ker imam blog in vse, imam pač blog, imam Facebook, imam Facebook od bloga, imam svoj Facebook, pol rihtam še za ene strani Facebook in imam Instagram in pač nočem se preobremenit z vsem. Jaz imam filing, da če bom imela Snapchat, bom pol še s tem obremenjena kaj bom tam delila, saj bi bilo zabavno, ker imam filing, da imam veliko stvari zabavnih za delit, bi bilo bolj tisto vsakdanje, pač instantno, ker Instagram pač vse bolj rihtam fotke, prej jih nisem toliko pa to. Veš kaj kolikor pustiš, da pridejo ljudje, saj hočejo videt vse, hočejo to, ampak kolikor si pustiš no. Tudi mi pišejo na mejl, na inbox, me čisto kakšne osebne stvari sprašujejo ampak pač zdaj kar hočeš delit recimo a ne. Sicer včasih sem pa uno: kaj me sprašuješ, saj nisem nič več kot ti, kaj ti pa lahko svetujem, jaz oblečem kar je meni všeč, ne pišem, da bo to zdaj tebi všeč. Lahko ti čisto narobe svetujem ali pa karkoli, tako, da kolikor si pustiš. Lahko si skos na Snapchatu, lahko si skos na tem pa pač bodo vse o tebi vedeli, jaz pač nočem, tudi ne izdam točno, kaj se učim, ker potem folk opravlja, že kaj najde pa aa. Toliko tega je danes, »too much«, ne, da se mi, pač res.

6. Kako pa je vam osebno razvoj digitalne tehnologije (telefon in fotoaparati na njem, ki nam je stalno pri roki) spremenil vaše vsakdanje prakse (gibanja, prehranjevanja, oblačenja)? Na kakšen način? Zakaj se vam zdi, da se te spremembe dogajajo?

Ja, je spremenil. Pač definitivno. Ne bom lagali tukaj. Jaz zelo velikokrat zdaj slikam hrano, pač tudi hočem, da ljudje vejo, pač, ker te ful folk sprašuje: ej a ti zelenjavo ješ, da si tok suha, ne, pač nisem ekstremno suha, imam srečo z genetiko in hočem poudariti to, da si samo navaden človek in da jem to in jem to. Veliko folka je, ki ful laže, veliko blogerk je, ki slika pico pa je ne je, v resnici je tam zelenjavo, tudi spoznala sem ene par takih, tako, da to mi je bilo ful smešno potlej. V živo je bila pa čisto druga scena, jaz rečem: čak, a nisem videla, da si burger objavila, zdaj pa tukaj ful paziš na hrano. Jaz ful nočem glumit, pač Instagram seveda malo urediš fotke levo, desno, ful so lepe fotke in use. Seveda, tudi, če kdaj vidim, da se outfit za laufanje ujema, mogoče se bom pofotkala, ampak večinoma ne, ko športam, laufam, večinoma

slikam razgled, ampak sebe pa ne, ker pač, še vedno lej ne bom se zdaj rihkala res za laufanje, grem lagano, uno pač se ne ujema whatever, promotorska majica iz enega kempa na morju pač v easy no. Moramo si vzeti mal na easy. Lahko pa te potegne noter ja.

7. Nam lahko opišete eno 'povprečno' seanso bloganja? Kako se lotite, kako izberete temo, kakšna tehnološka orodja pri tem potrebujete (od softvera do hardvera)

Joj preveč me vprašaš, jaz nisem tehnični tip. Pač imam računalnik, imam svojega Maca in mi je ful fajn, ker je velik in imam muziko zraven in to. Veš kaj, meni kar kapljajo uu lahko bi to naredila, lahko bi to naredila, kar se tiče pa make-upa pa veliko dobimo sponzorskih stvari in dobivaš že domov kaj boš naredil, drugače, kar pa se tiče outfitov, lej včasih imam v glavi kombinacijo en mesec pa čakam, da bo dobro vreme, da bo to, da bom lahko poslikala, včasih je tisto čisto instantno zjutraj, ko dam nekaj gor – uu to bi bilo kul, pa pač, če je možnost, da to nekje poslikam imam pač lokacijo, fotografa, vse to s sabo. Pač kakšne zadeve pa ja, se spomnim že ful prej pa pol čakam na opcijo, čakam na sonce, nekaj pač, da imam možnost uresničiti. Zdaj, kar se tiče pa tega, pa telefon za Instagram, fotoaparati, kar se tiče bloga, seveda računalnik, kar je pa drugo me pa preveč vprašaš (smeh).

8. Kaj pa vloga fotografije/vizualij – Ali so posnetki na vašem blogu in Instagramu spontani, ali je v končni izdelek vključena predpriprava? Če da, kakšne so te predpriprave in če ne, zakaj?

Tako, za Instagram, kar je pač tako slikano, ne vem, narava, hrana, levo, desno, to je ful spontano, to je čisto slučajno. Pol kar je od izdelkov, to je cela procedura. To je lepo šeleshamer, balkon, kjer je svetloba, pač saj to bi nas mogel nekdo enkrat videti, jaz sem že drugim blogerkam rekla, enkrat bi morale prav posneti kako to v resnici izgleda. Prav v resnici. Uno zjutraj, o sonce je, v pidžami nesem, tovorim na balkon, tovorim fotoaparati, tovorim šeleshamer, tovorim vrečke izdelkov, pol gledam kaj bi šlo, une rože zraven to, to, to kombiniram. Sosedji gledajo, bulijo kaj delaš valda, tako, da je dosti smešno. To pač ni spontano, da imam jaz čisto belo ozadje a ne, ni pač. Tudi svetloba ni spontana. Pač je na balkonu vse odprto in tako. Kar se tiče pa bloga, je pa več dela, zato, ker moraš najti lokacijo, moraš imeti fotografa, fotoaparati s sabo. Kakšne so spontane, ja. Recimo, ko potujem pa se sploh ne mislim, da se bom slikala v tem za blog pa mi fant reče: ajde pa dej dej dej, sej ni tok bed, pa jaz ja je bed, se kregava itak skos. Tako bom rekla, nekaj vmes. Ni pa tega recimo, da se jaz oblečem, pa grem ven, se slikam samo za blog in grem domov in preoblečem. Tega ne maram. Jaz ful ne maram takih blogov. Razumem, da se kdaj zgodi, da si za kaj zmenjen pa nek projekt delaš pa ok štekam, ampak everyday style mi pa ful ni všeč punce, ki se tam v petkah nekaj slikajo pa lomijo, v živo pa so čisto drugače oblečene. Pač tega ful ne maram. Še danes sem razmišljala, ko sem hotela iti laufat, ali naj pridem res v pajkicah, sam sem pol boš rekla uno: ni taka kakor je tam, pa sem rekla o bed, saj pol grem glih naprej nekam, zato sem kao zrihtana al neki. Pač tako, ne maram brat blogov, ko vidim, da se punce slikajo skos na isti ulici, skos vse isto, vidim pač, da je v enem dnevu vse posnet, ista svetloba, isti avto parkiran, v easy no. Pač slikaj se kot si, ne pa, da te potlej vidim v živo pa nisi namazana, tam si ful namazana, pač če se to enkrat zgodi razumem, če pa nekoga desetkrat vidiš in je čisto drugačen kot je pač na blogu, zame je pol tako fejkanje mal pol. Jaz ful ne maram tega. Čisto iskreno (smeh).

9. Ali ste kdaj razmislila, da bi slikala hrano po jedi? Zakaj slikamo stvari le v najnovejšem stanju (hrano pred jedjo, superge pred prvim treningom) in nikoli v rabljenem? Navsezadnje je tudi rabljeno, nepopolno stanje oziroma izgled – del življenja.

Zato, ker nič ne ostane, iskreno, pri meni! (smeh). Zato, ker nič ne ostane, prvo to, drugače pa ja, bi bilo zanimivo after fotke. Mislim, da je mal pritiska na to, da je vse estetsko, da je vse lepo. Ful je tega, vse več je tega, ne vem, ko vidiš, da te določena podjetja vzamejo samo zato, ker delaš take slike, potem si uno 'oh my god, keep on going', pač moram še vedno tako. Čeprav jaz se ful nočem obremenjevat, pač ful ne maram tega. Že tako študiram nekaj, kar je ful omejeno, kjer ne morem gluh biti kreativna pri določanju kazni, če sem pač omejena a ne. Jaz hočem še vedno, da to ostane moje. Pač ja, saj imaš sponzorje, če imaš plačljivo objavo, te bodo malo usmerjali, ampak jaz vedno rečem, mnenja ne moreš kupiti. Lahko mi daš neko stvar, kul, jo bom predstavila, če mi ne bo všeč ne bom. Malo je pritiska, da more biti vse gor dol, včasih tudi izbrišem kakšno Instagram fotko, ko vidim, da ne paše. Ajda me je to navadila, to me je ona ful preveč v to vrgla, Sitar a ne. Klasika. Pa Ana Krejevska isto. Pač ona tako, zadnjič mi nekaj kaže nekaj in sem videla, kako sem reagirala. Kaže mi svoj Instagram, nekaj je slikala, neko roko in ona mi kaže: ojoj dve roki zapored, kao ena roka, druga roka fotka in ona: joj to pa ne more bit, moram zbrisat. Jaz rečem: ja daj zbrisi! Kaj je zdaj to, to pa ne more bit (smeh). In sem se prav smejala, kako smo ratale take. Pa, daj pusti uno ušivo roko, pač sta dve roki zapored na Instagramu. Ali pa Ajda, recimo, isto. Ojoj dve temni fotki zapored, ne smeem, mora biti ena temna, ena svetla, ena temna, ena svetla. In potem briše in potem vmes računa: hmm, zdaj rabim nekaj svetlega, da bom potem lahko uno objavila. Pač saj je smešno, ker tiste, ki smo v temu, se smejimo ena drugi in je pač smešno. Če greš z eno blogerko na kavo ali pa nekam, pa je lepa miza, pa je lepo okolje, je potem uno: ne diraj, ne diraj! (kaže urejanje mize). In je pač smešno. Če smo vse skupaj, vsaka hoče z unim svojim profilom, umakni se, daj uno. Ful je smešno. Ene, recimo, nosijo s sabo revije. Enkrat, ko sem bila z Ajdo na kavi, je s sabo nosila revijo in lake. In je potem vse zložila in jaz uno: ne morem verjet, kaj ženska dela. Ti daješ revijo samo zato, da bo v ozadju, pa ti si neumna. Ona men nee, pa to vsi delajo! Tako, da smešno je to vse skupaj.

1. Par besed o vas, kaj počnete v smislu službe/dela, kakšna je vaša izobrazba in koliko časa ste zaposleni v tem poklicu?

Torej, da začnem. Eva Ana Kazić. Stara sem 24 let. V medijih mislim, da sem najbolj prepoznavna kot blogerka, ena prvih blogerk, če ne v Sloveniji, drugače pa delam v retail-techu, se pravi ukvarjam se z retail tehnologijo. Razvijamo, če so ti bolj znani start-upi mogoče, razvijamo sisteme, algoritme, platforme in aplikacije za velika podjetja, za velike retailerje, da olajšamo njim in njihovim kupcem nakupovanje, loyalty programe, tudi če v modi oblačenje in podobne stvari. Koliko časa to delam? Mm, z blogom sem prvim začela leta 2007, z Allaroundeve, ki je bolj prepoznaven in je potem postal tudi znamka 2009, 2011 se je Allaroundeve pridružila tudi butična kolekcija oblačil, katera imamo še vedno, vmes sem se ukvarjala tudi z menedžmentom slovenskih kreativnih ustvarjalcev, reciva temu tako, drugače pa retail-tech zdele majhno več kot eno leto.

2. Kako dolgo pa se ukvarjate z bloganjem oz ali sebe dojemate kot blogerko? Na katerem področju točno?

Torej, rečem ponavadi, da blogam od 2009, prav zaradi tega, ker je Allaroundeve tako prepoznaven in se osredotočam predvsem na njega, torej aprila meseca je bil Allaroundeve star 7 let. Sama sebe ne dojemam kot blogerko in sem nekaj časa, posebej prvih par let sicer ja, potem, ko p sem se začela ukvarjati tudi z ostalimi zadevščinami, še posebej z menedžmentom, ko so me začele zanimati stvari, ki so bolj v ozadju modne industrije, takrat sem nekako začela zgubljeni ta občutek, da sem blogerka, še posebej zaradi tega, ker se je takrat začel porast družabnih medijev, ker se je bloganje preoblikovalo in ker bloganje splošna javnost še vedno dojema kot: Aha, ti si mlada punca, imaš svojo spletno stran in ljudje ti zaradi tega plačujejo. Sistem je povsem drugačen, sama svoje prihodke redko dobivam, tako, da kakšno stvar kar objavim in se zgodi denar, zaradi tega mi je malce težavna identifikacija s to besedo, ampak, če me kdo vpraša, če sem jaz tista blogerka, kar se največkrat zgodi, rečem ja.

3. Kakšno predstavo sebe želite posredovati/predstaviti sledilcem? Ali je ta predstava vedno v povsem surovi, neokrnjeni različici (brez pretiranega pomišljanja napišete besedilo bloga, ste zadovoljni s prvo fotografijo, ki jo posnamete) ali gre v predstavo več premisleka (o besedilu razmišljate dlje časa, posnamete večje število fotografij med katerimi izberete eno)?

Absolutno ne, ravno nasprotno, vsaka vsebina ki jo objavim je zelo korirana, moj menedžment mi je dolgo časa prigovarjal, da celo preveč korirana, ker bi ljudje raje kot ledeno kraljico, če se tako izrazim o sebi (smeh), videli nekoga, ki je resnična oseba, ki se smeje, ki pozablja stvari, ki je veliko bolj človeški, ker se ljudje dejansko s tem lažje identificirajo, ampak sama kot oseba nikoli nisem bila prav tista s katero bi se splošna javnost lahko identificirala, zato se tega tudi nisem trudila nikoli ustvarjat. Sebe ustvarjat v neko drugo medijsko osebo. Res je, da na spletnih omrežjih, na spletni strani, kjerkoli, objavljam samo stvari, ki mi veliko pomenijo, ki, priznam, lepo izgledajo, so dobro napisane, brez pravopisnih napak, skratka to svojo javno podobo dojemam veliko bolj kot, reciva temu, vok kot pa rumeno revijo. Skratka zadeve so zelo

premišljene, ugotavljam pa tudi, da so se ljudje tega navadili in da imajo bolj premišljene vsebine večji odziv kot samo random, naključna, kako bi rekla, naključen element iz mojega življenja, ker pač tega ni veliko in zato najbrž ne vejo kam to umestiti.

4. Ali se vam zdi, da je (modno) blogerstvo poklic, ki ga opravljate 24 ur na dan? Oz kako ločujete delovni čas od prostega, kje je meja med njima, če sploh?

Ne nikakor ne. Trenutno imam pač urnik tak, da bom maja meseca imela en prost dan, katerega bom definitivno zelo rada izkoristila. Mislim, da vem, kaj me v bistvu sprašuješ, tebe zanima predvsem to, da bloggerke svoje življenje predstavljajo kot, da to je eno veliko bloganje in veliko svojega življenja delijo. Ja, pri meni je v bistvu obratno. Jaz ne delim veliko svojega življenja, nihče ne ve nič kar se dogaja v moje privatnem življenju in večina javnosti ne ve, da se primarno ukvarjam z retail-techom. Tako, da objavljam tiste modne stvari in pa povezavo tehnologije in pa luksuzne industrije. To so moje najljubše teme o katerih potem tudi pišem, če beležim svoje življenje na blogu, definitivno ne, ampak je pa to delavni čas 24 ur na dan, oziroma tistih 5, 6 ur spanja.

5. Kaj pa odnos do poseganja drugih v vašo zasebnost? Kako kot bloggerka vi to občutite?

Da bi prostovoljno to naredila, ne, se pa dostikrat zgodi, še posebej pri Instagramu, kjer so ljudje relativno anonimni, da pišejo zadevščine pod slikami, ki se jih ne tičejo. Razumem, da zaradi mojega videza, ki ne paše specifično v nobeno kulturo, se pojavlja veliko vprašanj, ampak ugotavljam, da znajo biti ljudje, ko dobijo masko anonimnosti zelo kruti in se zelo radi podajajo na osebni nivo, kar drugače ne bi naredili.

6. Kako pa je vam osebno razvoj digitalne tehnologije (telefon in fotoaparat na njem, ki nam je stalno pri roki) spremenil vaše vsakdanje prakse (gibanja, prehranjevanja, oblačenja)? Na kakšen način? Zakaj se vam zdi, da se te spremembe dogajajo?

Pri meni so aplikacije v bistvu spremenile vse. Spomnim se, da na koncu leta 2012 sem jaz še sveto prisegla, da jaz pa nikoli ne bom imela pametnega telefona, ker to tipkanje po zaslonu mi gre ful na živce. Potem so se pa zadeve nekako odvrtele v to smer, da sem leta 2013 že šla na svoj prvi Fashionweek v Pariz in tam je pa dinamika malce drugačna. Opazilo se je, da vedno več kot deliš, vedno več trackinga imaš, se pravi gledanosti, ljudje tebe delijo vedno več, no in potem se je zgodil ta Instagram, ki se dogaja sedaj ne. Na moje ostale navade definitivno, postala sem, reciva temu, app odvisnik. Beležim svoje prehranske navade zelo natančno in fitness navade beležim svoj spanec ampak to zaradi tega, ker – it comes with the territory, če imaš stresno življenje je dostikrat zelo smiselno imet pametno uro, ki ti stalno meri srčni utrip, aplikacijo, da si to zapisuješ, da če se res kaj zgodi, po navadi samo skopiram referenčni list svoji zdravnici. Tako, da so plusi in so minusi. Na začetku recimo, prvih par let, ko sem imela pametni telefon sem bila sama pod svojim stalnim pritiskom, da moram stvari beležiti, da moram imet telefon stalno v roki, to se je dogajalo do letos, do novega leta in je to res preraslo v neko obsesijo, stalno gledaš po telefonu, ali je kakšen nov lajk, ali je kakšen nov komentar, uno, tretje in se tudi ne moreš odklopiti. Tako, da če se tule aplicirava nazaj na prosti čas, sam si narediš tako, da nimaš prostega časa, ker misliš, da moraš biti skos onlajn, skos ažuren. Potem sem pa v bistvu posegla po eni fajni iznajdbi in to je pametna ura, ki me pa stalno opozarja samo kaj se

mi zgodi, sinhronizirala sem si jo z google calendars in zdaj priznam, da imam veliko manj v roki, računalnik sploh, ki ga kdaj, kakšen dan sploh ne odprem, pametni telefon pa tudi vsakih par ur oziroma takrat, ko zazvoni.

7. Nam lahko opišete eno 'povprečno' seanso bloganja? Kako se lotite, kako izberete temo, kakšna tehnološka orodja pri tem potrebujete (od softvera do hardvera)

Seansa bloganja – definitivno imam že vnaprej pripravljen material, ki ponavadi predstavlja produkcijo fotografij, obdelavo in na koncu pisanje besedila. Veliko uporabljam mobilne naprave, a za dejansko pisanje teksta vedno uporabim prenosnik. Fotografije so posnete s Canonom 5d oziroma fotoaparatom, katerega ima fotograf. Zadnje čase objavljam tudi fotografije, posnete s Samsungom Edge 6 Plus.

8. Kaj pa vloga fotografije/vizualij – Ali so posnetki na vašem blogu in Instagramu spontani, ali je v končni izdelek vključena predpriprava? Če da, kakšne so te predpriprave in če ne, zakaj?

Nikoli ne uporabljam fotografij, ki so naključne, slabe, s filtri. Večinoma so to editorialne fotografije, tudi če mi z dogodkov pošljejo organizatorji fotografije sem po navadi tista, ki reče: A mi lahko pošljete večjo resolucijo, lahko pošljete svetlejše slike, mogoče kakšne z boljšim objektivom posnete, ker probam vzdrževati nivo, ki so ga ljudje navajeni. Ker če se že grem pa špil, reciva temu špil, da se oblačim v zelo posebna oblačila, da uporabljam prestižno kozmetiko, potem ne morem nivoja znižati oziroma pač te predstave, te javne podobe ne morem okrniti s tem, da objavljam v slabi kvaliteti.

9. Ali ste kdaj razmislila, da bi slikala hrano po jedi? Zakaj slikamo stvari le v najnovejšem stanju (hrano pred jedjo, superge pred prvim treningom) in nikoli v rabljenem? Navsezadnje je tudi rabljeno, nepopolno stanje oziroma izgled – del življenja.

Najbrž je to malce povezano tudi s tem tržnim komuniciranjem velikih znamk, ki prezentirajo, da s tem, ko na primer tečeš v naših supergah, te v bistvu postavijo v vlogo, ti boš vedno bil v teh supergah, ti si vedno nov, se pravi gre za neko, kako že, antropomorfizacijo, se pravi poenotenje z človeškimi lastnostmi in obratno. Ti si te superge in se pravi, če objaviš te lepe superge, potem to si ti. Čeprav sama se nekako izogibam tega objavljanja res takih fotk, da bom slikala vsako hrano, probam življenja ne podredit temu ali pa ustvarjat novega življenja zato, ker se mi običajne stvari dogajajo in jih naredit iz tega nekaj posebnega. Tiste slike kolen navzdol, pač tega ne objavljam, pač teh zadevščin. Kar se pa tiče, da bi objavila stvari, ki so dejansko uporabljene, ja, tudi sponzorske izdelke, pač podjetij s katerimi imamo podpisane pogodbe, na primer, trenutno je to ena velika, ne avtohiša ampak avto-znamka, vem, da slike, ki bodo bile, bodo v gibanju in bo vključeno blato. Slike bodo še vedno na visokem nivoju, ki smo jih že posnela a ne, ampak se bo pa videl, da ta stvar je v uporabi, ker konec koncev jaz zadeve, ki jih podpišem, partnerstva, katera podpišem, ne jemljem enoznačno, ne jemljem jih kot, zdaj bom dala tu tukaj gor za sliko potem pa to vržem v predal, ampak so dejansko to samo sodelovanja z znamkami, katere res živim.

1. Par besed o vas, kaj počnete v smislu službe/dela, kakšna je vaša izobrazba in koliko časa ste zaposleni v tem poklicu?

Sem Špela. Trenutno sem po poklicu študentka, delam v podjetju, ki se ukvarja z izdelavo spletnih strani in spletnim oglaševanjem in tako naprej. Se pravi to je digitalna agencija. Tam delam že pet let. Kaj počnem? Zadolžena sem za vnašanje vsebine, z načrtovanji in pripravljanji strategij, zraven tega pa se ukvarjam še s svojim blogom, ki je nekak že zadnjih 7 let, če sem zadnjič prav računala. Zamenjala sem po mojem že 3 bloge. Študiram pa komunikologijo.

2. Kako dolgo pa se ukvarjate z bloganjem oz ali sebe dojemate kot blogerko? Na katerem področju točno?

Ja okej, 7 let načeloma, če štejemo prvi uraden blog sicer že po mojem ene 10 vse skupaj, ker sem začela res že v osnovni šoli. Ja, se dojemam za blogerko, ker je pač to ful del mene, razmišljam skozi 'blogposte' (smeh). Tako, da to definitivno, ne bi pa se izrazila za neko določeno smer, ker se mi zdi, da.. okej mogoče bolj lifestyle osebno blogerstvo kakor pa nekaj ful določenega. Pač ker blogam res o tem kaj mene trenutno zanima in o čem jaz razmišljam, ne pa, da bi samo modo in tako naprej. To sem probala, pa ni to zame, za enkrat. Trenutno recimo to sploh ni moj fokus.

3. Kakšno predstavo sebe želite posredovati/predstaviti sledilcem? Ali je ta predstava vedno v povsem surovi, neokrnjeni različici (brez pretiranega pomišljanja napišete besedilo bloga, ste zadovoljni s prvo fotografijo, ki jo posnamete) ali gre v predstavo več premisleka (o besedilu razmišljate dlje časa, posnamete večje število fotografij med katerimi izberete eno)?

Ja, ful se poskušam truditi, hočem predstaviti sebe, mm včasih se mi je zdelo da j... mislim včasih sem se zelo trudila predstavljati samo to pozitivno stran, po drugi strani pa to spet...mislim hočem biti realna, hočem biti resnična, nočem se pretvarjati in zato zadnje čase objavljam kakšne malo depresivne teme (smeh), oziroma ne depresivne, pač resnične valda boš zapeljal vse bolj v pozitivno smer, ker je brezveze je širiti neke negativne misli. Pač folk to bere za zabavo, ne pa za to, da bi se v to ful poglobljal. Ja definitivno se ful trudim s fotkami, ni prva, ki jo posnamem. Čeprav bi lahko ful izboljšala po mojem glede na to, da fotkam s svojim telefonom. Vedno sem fotkala s telefonom, ker pač nimam neke baš opreme. Zaradi tega je treba narediti 10 fotk več, pa pol je 11-a kul. Če bi imela fotoaparat bi se verjetno še kaj bolj potrudila, ampak načeloma oo navadi se potem omejim na to pa sem pač zadovoljna s tem kar mi rata, se pa vedno probam potruditi pa napisati, da ima nek smisel, da ima nek pojnt. Ne maram objavljati, kakor je nekaj časa bilo ful popularno – outfit pa pol kar nekaj mim, aveš, da napišeš 3 odstavke o nečem kar ful razmišlaš, pa je ful globoko, pa nima nič zveze z unimi allstarkami, ki si si jih glihkar kupil. Če že objavim nekaj takega, hočem nekak povezat, oziroma potlej v tistem dnevu. Na ta način. Jaz, hočem predstaviti v bistvu sebe. Dobre strani, slabe stvari. Tako moje razmišljanje, moj blog je zdaj dnevnik. To sem se nekak odločila in temu ful sledim. Pač če me un dan zanima, nevem, če tisti dan razmišljam o tem ali bolj zdej večno samska, če bom

čez 20 let obkrožena z 20-imi mačkami, pač bom o temu razmišljala in bom o tem pisala, če bom pa v tistem dnevu razmišljam, o fak kupila bi si nove najkice, bom pa pač naredila, mogoče na to temo post.

4. Ali se vam zdi, da je (modno) blogerstvo poklic, ki ga opravljate 24 ur na dan? Oz kako ločujete delovni čas od prostega, kje je meja med njima, če sploh?

Jaz mislim, da si jo moreš sam zastavit. Če si to izbereš za poklic, definitivno ni to 7-urni delavnik ampak je po mojem veliko več oziroma je zelo deljeno. Po moje se moreš pa sam odločit koliko se boš vrgel v to oziroma kje boš postavil tisto mejo, ker dejansko lahko ti 24 ur, ti lahko vse kar počneš. Razmišljaš u to bi bil lahko post, u daj me fotkej pa lahko težiš vsem okoli sebe pa te bodo imeli po mojem zelo hitro dost, kar se tega tiče, da pol vsem težiš za fotke, vse izpostavljaš nekje. Dejansko lahko daš cel svoj lajf na blog, sam pol pa spet vprašanje koliko to folk zanima pa koliko si dejansko ti pripravljen vse to šerat z ostalimi. Po moje si moraš sam postaviti to mejo koliko hočeš pa koliko ti je dejansko to poklic, koliko ti je pa pač hobi. Ker če je hobi, pol načeloma nimaš časa razmišljat 24 ur na dan o tem kaj se dogaja oziroma kaj boš ti počel s tem, je pa vedno v tvojih mislih, vsaj pri meni.

5. Kaj pa odnos do poseganja drugih v vašo zasebnost? Kako kot blogerka vi to občutite?

Za enkrat še nisem imela negativnih izkušenj. Jaz se sama pri sebi odločim koliko bom šerala z ljudmi in... Ne vem za enkrat še nisem imela nekih, da bi kdo namerno hotel več od mene kolikor sem jaz dala ven. Mogoče včasih še malo preveč šeram oziroma sem v preteklosti mogoče malo preveč šerala pa mi je zdaj malo žal, ampak takrat sem se tako sem se počutila in sem pač to dala ven iz sebe.

6. Kako pa je vam osebno razvoj digitalne tehnologije (telefon in fotoaparati na njem, ki nam je stalno pri roki) spremenil vaše vsakdanje prakse (gibanja, prehranjevanja, oblačenja)? Na kakšen način? Zakaj se vam zdi, da se te spremembe dogajajo?

Valda se je spremenilo vse. Mislim včasih si imel uno staro Nokio pa si se oblekel pa nisi razmišljal: O to bi pa lahko pofotku pa dal na Instagram. Pač pa tudi nisi se usedel za kosilo pa si rekel: O tole bom pa fotku, nisi povlekel unega digitalca ven pa slikal recimo. Pač zdaj to počneš, ne vem zdi se okej, vsak počne kar mu sede s tem. Maš možnost, maš možnost tudi pospraviti telefon in ne početi tega. Meni se tukaj ne zdi nič narobe, da se to razvija. Bolj se mi zdi prav, na nek način. Jaz sem zelo pač narcist kar se tega tiče in imam ful rada te stvari in meni je to totalno kul, jaz ne vidim razloga zakaj recimo ne bi to počel in zakaj se ne bi tehnologija razvijala. Meni se zdi to edino dobro. Je pa res, da bi bilo treba ljudi malo bolj izobraziti, kar se tiče s Facebook in šeranjem stvari. Da se zavedaš, da je tukaj zadaj stojijo eni, da imaš v vsakem primeru publiko, ne glede na to, da si rečeš ah tega pa noben ne gleda ali pa koga pa to zanima. Valda obstajajo neke negativne plati in ne vem nekako moraš imeti vedno v mislih, da mogoče ni gluh fino svoje ulične številke šerat okoli, sploh če imaš veliko ljudi, ki ti sledijo. Mislim saj konec koncev se mora najti samo en, ki hoče nekaj slabega s tem, pač moraš biti pozoren na te stvari. Priznam, večkrat ko se zmenim z nekom za kosilo: Pejmo sem, tukaj imajo pa ful lepo, lepo zgleda hrana. Če ne drugega pač Snapchataš. Že to je veliko. Ali pa ne vem ali pa če si sam doma recimo ali pa če greš samo jest pa imaš telefon pri roki pa lahko

zraven bereš ali pa nekaj počneš. Že to se ful pozna. Tako, da ja, se je veliko spremenil. Okej čeprav pri starih telefonih si pa igral igrice Gameboy, si pa več knjig nosil okoli, čeprav jih nisi (smeh).

7. Nam lahko opišete eno 'povprečno' seanso bloganja? Kako se lotite, kako izberete temo, kakšna tehnološka orodja pri tem potrebujete (od softvera do hardvera)

Jaz imam dva načina. Eden je da vem teme v glavi, pač da me nekaj ful inspirira pa si sama pač zapišem, takrat pa potem temo gradim, na tej temi, ki jo pač hočem. Ali imam drugo, ko sem včasih malo obupana pa se mi vseeno zdi malo bed, da nič ne postam, pa šač imam odprt blog pa gledam kaj bi postala pa pač tam zbiram ideje. Zdaj načeloma pišem v wordpressu, ideje si po navadi zapišem prvo v notepad na telefonu, tam si pišem po navadi kar cel tekst, ker me nekaj ful navdahne pa potem samo čečkam. Potem si pošljem na mejl, iz mejla na wordpress prekopiram, pol razmišljam o fotkah, kaj pofotkam, pač s telefonom, si isto pošljem... v bistvu imam same te zastonske programe, nek picmonkey se imenuje, na netu je en site, kjer pač urejaš svoje fotke, če jih že ne uredim na telefonu z raznimi aplikacijami. Potem fotko še zmanjšam, potem pa pač še HTML uredim, napišem naslov, potem pogledam še celo SEO če se mi da, malo pogledam vse naslove, da se pojavljajo share fotke za Facebook. Jaz načeloma, ne vem zakaj, ampak imama vedno nastavljen, da se objavi, da imam prav urnik, da se objavlja tam okoli 8, od 7 do 8 zjutraj, načeloma ima folk potem cel dan, da to pogleda, tako, da se ti pojavi takoj zjutraj. Lahko bi tudi zvečer pa pol ... Zelo lažje to funkcionira, če imam neko strukturo. Tako sem si recimo zdaj dala, da postam ob torkih pa petkih. Meni je recimo ful lažje, da imam nek urnik in se lahko tega ful držim potlej, ker če ne bi enkrat na mesec ali pa tudi ne. Kar malo pozabiš... Jaz sem ful človek navad.

8. Kaj pa vloga fotografije/vizualij – Ali so posnetki na vašem blogu in Instagramu spontani, ali je v končni izdelek vključena predpriprava? Če da, kakšne so te predpriprave in če ne, zakaj?

Čisto odvisno v bistvu. Načeloma sem se zdaj začela zelo truditi za svoj Instagram. Se trudim za fotke, da niso na prvo žogo neki zmazek. Tudi zato večinoma več ne postam fotk kadar se gre ven recimo, ko so une čisto kockaste. Če mi je pač ful všeč pa če ful čutim, da hočem deliti, bom valda delila. Drugače pa tako no, se ful trudim, poskušam da je kvaliteta, da ima nek pomen, potem valda teji captioni in to, včasih mi rata, včasih ne (smeh). Ful ne maram tega, oo ne vem, to sem pa oblekla, pojdite na moj blog to prečikirat, meni gre to včasih, pa to se malo grdo sliši, malo na bruhanje ko to preberem, sploh ne berem teh captionov. Jaz hočem pač tako, če sem že dala to fotko gor, zakaj. Na ta način.

To se mi zdi, se ful prepleta. Mediji, socialni mediji, whatever. Jaz mislim, da blogger zdaj ne more obstajati zdaj brez socialnih medijev, nekak se to potem poveže. Čeprav jaz ne bi rekla, da imaš Instagram ali pa Facebook samo za blog, pa postaja iste stvari, ker potem to nima smisla. Okej folk vidi ampak moraš vseeno furat različne stvari na vsakem kanalu, ki ga imaš, če ne je to ista stvar pa folk te ne bo spremljal na 10ih omrežjih samo zato, ker jih imaš. Je pa res, da je Facebook je realno najbolj tak, kjer boš ti dal svoj blog ven, ker od tam folk najlažje klikne in najlažje boš folk obvestil, ej jaz imam pa nekaj novega. Samo zato gre.

9. Ali ste kdaj razmislila, da bi slikala hrano po jedi? Zakaj slikamo stvari le v najnovejšem stanju (hrano pred jedjo, superge pred prvim treningom) in nikoli v rabljenem? Navsezadnje je tudi rabljeno, nepopolno stanje oziroma izgled – del življenja.

Po moje zaradi estetike. Ker nas, se ne bomo slepili, privlači nekaj lepega, nekaj kar vizualno lepo zgleda, načeloma tvoj prazen krožnik oziroma na pol pojedeno kosilo ni gluh appetitlich, tako da folk rekel o uau to bi pa jaz ful. Mislim ja sej valda, včasih ne vem ti je bilo nekaj ful dobro za jest pa si tako hitro pojedel pa ti je bilo potlej žal, pa bi fotku krožnik prazen pa napisal ej to je bilo pa noro dobro. Saj folk tudi to posta, pa saj je smešno pa je dobra ideja samo načeloma si vedno hočeš zapomniti kako je izgledalo. Zakaj pa stvari fotkamo samo pred nošenjem pa ne vem, po moje tudi zato, ker je potem rabljeno, ne privlači se mi zdi več tako. Ni več uno uau. Čeprav je pa malo tako, zakaj pa ne bi.

Priloga C: Kodiranje

INTERVJU	KODI	KATEGORIJE	KONCEPTI
ALJA 1. Par besed o vas, kaj počnete v smislu službe/dela, kakšna je vaša izobrazba in koliko časa ste zaposleni v tem poklicu? Izobrazba, sem na FDV-ju, nisem še diplomirala na žalost, moram kmalu. Tržno komuniciranje sem študirala, zdaj končujem, pišem pa tudi diplomu nekaj na temo blogov, tako, da v bistvu izobrazbe še nimam. Delam v podjetju Myequa pa Goatstory, tukaj delam v bistvu marketing pa piar pa večinoma social media, vse kar je za te dva branda. Koliko časa? Mmm tukaj zdaj delam eno leto, prej sem pa v bistvu delala tudi še nekje drugje na Gemu, tudi v marketingu, tako, da ne vem, vse skupaj recimo, da v marketingu delam ene tri ali pa 4 leta. Tri. Nisem pa še zaposlena, mislim, zdaj se bom redno zaposlila. 2. Kako dolgo pa se ukvarjate z bloganjem oz ali sebe dojemate kot blogerko? Na katerem področju točno? Z blogom se ukvarjam v bistvu ne dolgo časa, niti ni še eno leto. Lani sem začela novembra ali pa septembra, nekaj takega. Sem pa ful časa razmišljala pa imela vse pripravljen, sam pač pol nekak nisem, nisem sploh začela, ker je vseen ful enega dela treba vložiti pa to. Se dojemam zdaj kot blogerko, sem pa pač večinoma na fashion področju, beauty ful ne, tako, da sam fashion no. 3. Kakšno predstavo sebe želite posredovati/predstaviti sledilcem? Ali je ta predstava vedno v povsemsurovi, neokrnjeni različici (brez pretiranega pomišljanja napišete besedilo bloga, ste zadovoljni s prvo fotografijo, ki jo posnamete) ali gre v predstavo več premisleka (o besedilu razmišljate dlje časa, posnamete večje število fotografij med katerimi izberete eno)? Am, glede teh fotk je vedno tako, da jih vedno več posnamem, ker mi nikoli ta prva ni všeč oziroma vseen se mi zdi, da je zdaj toliko na Instagramu enih ljudi, ki objavljajo pač enih lepih slik, da ne moreš kar vedno ta prve	<i>Dosežki</i> <i>Mnenje o bloggerski samopodobi</i>	<i>Stopnja dosežkov</i> <i>Blogerska samopodoba</i>	<i>Posameznikova identiteta</i> <i>Spletna samopodoba</i>

ampak morš vseeno malo premisliti pa malo načrtovat to pa pač, da res lepo zgleda. Glede besedila pa mm, zdaj dejansko, recimo za en post mi vzame ne vem, neke pol urce, da napišem, je pa tako, napišem tisto, kar mislim, če mi pa ni čisto vseč pa pol še malo pogledam ne vem kaj. Mislim ne vem, če je recimo na nekem področju, kaj se je še pisal, kaj so ljudje govorili, tako no. Bi pa rekla, da več časa vložim v slike kot pa v besedilo. Mislim ne vem, jaz dajem tisto, kar je meni kul, ne oziram se glih... mmm mislim ja, saj itak slediš trendom skos a ne sam pač ne oziraš se, mislim ne oziram se na to, da sam to objavljam ampak pač ne vem, tisto, kar jaz za res počnem.	<i>Samozadostnost, mnenje sledilcev, stopnja pristnosti</i>	<i>Blogerska samopodoba</i>	<i>Spletna samopodoba</i>
Ne vem, glih včeraj sem videla nek video tam na Facebooku, mm, je krožil zdaj, da ne vem, slikaš neko solato, potem pa poješ sendvič, pač ful ne, pač tisto slikam, kar dejansko jaz počnem ali pa napišem, kar dejansko jaz počnem..	<i>Stopnja pristnosti, lepšanje okolja</i>	<i>Blogerska samopodoba</i>	<i>Spletna samopodoba</i>
..sam probaš malo lepše zapakirati oziroma, ne vem, če si na kosilu, mal vseeno postaviš stvari. Tako no, ni zdaj, čist, da narediš sam eno fotko, ker itak pač ne bo lepa, ni pa tako zdaj, da, si bom zato, ker je lepo, nekaj naročila.	<i>Olepšanje okolice</i>	<i>Estetizacija vsakdanjika</i>	<i>Estetizacija</i>
4. Ali se vam zdi, da je (modno) blogerstvo poklic, ki ga opravljate 24 ur na dan? Oz kako ločujete delovni čas od prostega, kje je meja med njima, če sploh? Am, ja, je 24-urni delavnik oziroma poklic, sam pač v Sloveniji to dejansko ne more bit, mislim je to bolj tako, hobi/poklic bi jaz rekla mmm... drugače pa prosti čas, ja tako, kdaj ga ločuješ, kdaj pa ne, ni tako, da se lahko pač odklopiš od vsega a ne, zato, ker vedno še vseeno kamorkoli grem, saj je to moj prosti čas pa vedno, ne vem, kakšno fotko naredim pa, ne vem, kje vidim kakšen kul kader, kjer bi lahko kaj bilo. Tako, da bi jaz rekla, da je to dost prepleteno. Ni tako, da bi se lahko čist odklopu pa, ne vem, isto v prostem času, gledaš, ne vem, druge bloge pa gledaš Instagram, pač tam dobiš neko inspiracijo. Tako, da to je ful prepleteno, jaz bi rekla, da se ful	<i>Poklicna dejavnost, hobi</i>	<i>Zanimanje posameznika</i>	<i>Posameznikova identiteta</i>
	<i>Poklicna dejavnost, hobi</i>	<i>Zanimanje posameznika</i>	<i>Posameznikova identiteta</i>
	<i>Poklicna dejavnost, hobi</i>	<i>Zanimanje posameznika</i>	<i>Posameznikova identiteta</i>

jaz sem že s tem dejansko štartala od začetka. Jaz sem to dejansko počela še preden sem začela z blogom, sam pa pač res je, da ne slikaš to glih sam zase ampak zato pač, da lahko deliš pa, da bo nekomu všeč. Sam ja, tako kot sem rekla, jaz sem to že prej ful delala pa mi je bilo, zdaj mi je v bistvu tako no, ker mam blog mi je malo bolj upravičeno, da toliko slikam, ker prej je bilo tako: za koga to slikaš, ja pač slikam a ne! Zdaj je malo bolj ok, ker imaš nek izgovor. 7. Nam lahko opišete eno 'povprečno' seanso bloganja? Kako se lotite, kako izberete temo, kakšna tehnološka orodja pri tem potrebujete (od softvera do hardvera) Ja pač, najprej je itak fotkanje. Zdaj jaz, glede na temo, mislim jaz temo izberem glede na to kaj oblečem tako, da am, dejansko jaz si izberem nekaj kar bom oblekla, kar mi je kul, nič prej ne mislim na to kaj bom napisala, ampak najprej se dobim s fotografiranjem pa fotkava. Pol po tem ona obdela slike, pol mi ona to pošlje in pol jaz začnem s tem besedilom. Na kakšnih potovanjih ali pa počitnicah ali pa kdaj, če ona ne more me tudi moj fant slika, jaz sama tega nikoli ne počnem, ker itak ne znam nič slikat kaj dosti pa itak sama sebe ne morem, tako, da ja imam fotografirajo. Tako ona pol obdela slike, mi pošlje, pol valda, jaz pogledam, če mi je kul, potem pa pač izberem temo dejansko glede na tisto, kar imam oblečeno. Zdaj malo gledam sicer, da je mal, sledim recimo temperaturi pa vsemu temu a ne, pač, da gre mal v koraku s tem, drugače pa kaj je vse potrebno... Ja, fotoaparat, pol pač objavim post, blog mam postavljen v wordpressu, pol pa zatem pa pride pač vse to šeranje na social media, pač, da sploh kdo to vidi, a ne. Tako, da ne vem, pol pač Instagram, Facebook, Twitterja ne uporabljam kaj dosti, amm to je pa to. 8. Kaj pa vloga fotografije/vizualij – Ali so posnetki na vašem blogu in Instagramu spontani, ali je v končni izdelek vključena predpriprava? Če da, kakšne so te predpriprave in če ne, zakaj? Tako, malo mešano, bi jaz rekla. Večina je spontanih, pač ne vem, ko si nekje na kavi slikaš tam kjer si, recimo	<i>Uporaba tehnologije in družbenih omrežij</i>	<i>Vpliv tehnologije na vsakdanjik</i>	<i>Tehnološki determinizem</i>
--	--	---	---------------------------------------

spontani so vsi teji, ko ti nekje si, nekaj delaš, pač karkoli, vnaprej recimo pripravljeni so pa večinoma teji, ko ti en brand pošlje izdelke. To je vseeno mal bolj pripravljeno oziroma ni glih tako spotoma slikano, ne vem, ker nimaš glih na mizi vsega tega kar pol slikaš a ne, kar tako postavljenega, tako, da za to je mal predpriprave sam mislim, jaz temu ne posvečam ful časa ampak, ne vem, si rečem: eno soboto moram pofotkat par stvari, ker ne morem kar vzet kreme nekam s sabo pa bo dobra fotka ratala, vseen moraš neki. Tako, da te so malo bolj premišljeni ali kakorkoli sam tega ni tudi tako veliko, ker pač jaz večino kar dobim, so cunje, tako, da pač itak pride s fotkanji zraven, kar je pa teh nekaj kozmetičnih izdelkov pa karkoli že dobiš, pa je mal bolj strukturirano. Ni pa zdaj tako, da bi rekla: ful se moraš pripravljat. 9. Ali ste kdaj razmislila, da bi slikala hrano po jedi? Zakaj slikamo stvari le v najnovejšem stanju (hrano pred jedjo, superge pred prvim treningom) in nikoli v rabljenem? Navsezadnje je tudi rabljeno, nepopolno stanje oziroma izgled – del življenja. Hrano po jedi, sejpole je ni več. Aha, ja pač, ker to ni lepo. Ne vem, se mi zdi pač, itak nam Instagram narekuje kar moraš objavljat, mislim, saj lahko tudi ne, če hočeš sam, če se v svojo kožo postavim, ne bi lajkala recimo jaz osebno, nekomu, ki slika prazen krožnik ali pa prazno šalico kave, ker pač ni lepo. Mislim, da je to nek tak trend, kjer smo zdaj noter pa pač sploh Instagram je namenjen lepim stvarim, lepim slikam, tako, da to je glede hrane. Kar se pa tiče čevljev, adidas, karkoli pa pač slikam tudi, ko ni čisto novo, valda ne, ko je novo je lepše, te superge so bile ful lepe bele na začetku, zdaj pa niso več tako zelo, pol raje slikaš takrat a ne, ko je novo sam po moje sam zaradi tega, ker je lepo. Pač estetika je zdaj 'all over the place'. KATJA 1. Par besed o vas, kaj počnete v smislu službe/dela, kakšna je vaša izobrazba in koliko časa ste zaposleni v tem poklicu?	<i>Olepšanje okolice, predmetov</i> <i>Vseprisotnost lepotnih standardov</i>	<i>Estetizacija vsakdanjih praks</i> <i>Estetizacija vsakdanjih praks</i>	<i>Estetizacija</i> <i>Estetizacija</i>
--	--	---	---

Am, ne delam še, sem še študentka, študiram pravo, drugače pa delam tudi kot študentka v neki kozmetični trgovini, potem delam kot inštruktorica zumba pa pač še blog imam tako, da zdaj je polno enih projektov pa še izpitno obdobje tako, da pač kar pestro. 2. Kako dolgo pa se ukvarjate z bloganjem oz ali sebe dojemate kot blogerko? Na katerem področju točno? Blog imam, mmm, ja zdele bo točno čez dva dni, evo bo štiri leta in pol. Mislim dojemam, pač ja, ampak nič kaj posebnega zaradi tega nisem ne vem, kako bi rekla, pač ja mislim se dojemam kot blogerko, ampak zdaj čisto odvisno kaj ljudje vse dajo pod to zraven. Lepota, moda, zdaj pa občasno pa dodajam pa čisto tako kakšne osebne teme, kaj pokritiziram kdaj, pa tako no. 3. Kakšno predstavo sebe želite posredovati/predstaviti sledilcem? Ali je ta predstava vedno v povsemsurovi, neokrnjeni različici (brez pretiranega pomišljanja napišete besedilo bloga, ste zadovoljni s prvo fotografijo, ki jo posnamete) ali gre v predstavo več premisleka (o besedilu razmišljate dlje časa, posnamete večje število fotografij med katerimi izberete eno)? Zdaj tako, na začetku je bilo vse zelo bogo, saj če greš gledat nazaj se pač lahko smejiš in vidiš, da je bilo vse zelo domače, doma sem se slikala preden sem šla v gimnazijo, v glavnem zelo po domače no, potem pa vse bolj nekaj padeš noter v to. Pač na začetku ti je vse dobro itak a ne, pač nimaš nekih izkušenj, nimaš tega, pol pa vse bolj si želiš, ne vem, vidiš, aha uni majo to tako, kaj če bi jaz tudi mal »next level«, kaj če bi jaz tudi mal tako. Ampak v bistvu vse v mejah to kar je pač tebi kul, jaz se nikoli nisem forsirala, nisem se hotela zdaj u čisto tako kot uni, ker pač sem to kar sem, jaz pač tudi hočem to predvsem poudarjat skozi blog, tudi če valda...ne vem jaz sicer ful ne obdelujem fotk pa tega, to ful ne, pač to se tudi vidi, da barvno ni ne, ampak tako no, pač ne želim si predstavljat nekega...pač sej premislim preden kaj napišem, ne pa zdaj uno preveč. Ok, glede kakšnih lepotnih objav ja, kdaj	Mnenje o blogerski samopodobi	Blogerska samopodoba	Spletna samopodoba
Mnenje o blogerski samopodobi	Blogerska samopodoba	Spletna samopodoba	

grem malo še raziskovat, da ne bom kaj bleknila ven kar pač ni res a ne, ker pač nisem kozmetičarka, ampak tako no, tako nekaj vmes bom rekla, nek medium. 4. Ali se vam zdi, da je (modno) blogerstvo poklic, ki ga opravljate 24 ur na dan? Oz kako ločujete delovni čas od prostega, kje je meja med njima, če sploh? Zdaj tako, pač imaš, seveda v tujini je to poklic tudi za nekatere punce, tukaj mogoče vse bolj počasi postaja, sicer ne vem če bo kdaj prišlo do tega, da boš lahko od tega živel, mogoče če si bil že prej kaj znan ali pa kaj takega ne. Veš kaj, postane del vsakdana bom rekla, saj na začetku si bil, ok si se poslikal in zdaj konec, zdaj grem v šolo, zdaj bom učenka, zdaj bom to, zdaj bom to, zdaj pa pač ne vem, grem ven in vidim nekaj: uu to bi bilo hudo, uu daj tukaj me slikaj, tukaj je hudo, pač pride noter. Čeprav jaz velikokrat čez vikend si rečem: ne, zdaj se bom odklopila in od interneta in od Instagrama in vsega, zdaj bom uno lepo lagano, šla bom na burek v trenirki zvečer. Pač res, rada imam te momente, ko sem čist na off, čist na free a ne in pol mi je ful smešno, če me kdo takrat sreča, ampak pač lej tudi to sem jaz in vsi smo samo ljudje in pač ne morejo pričakovat, da zdaj, ko si blogger boš pa skos popolnoma naličen, popolnoma to, pač nisi a ne. Ljudje pozabijo, da smo, v Sloveniji, da si zraven še študent mogoče, da si zraven še, ne vem, delaš to, to in pač nisi samo tam fin in ne vem kaj, kar kakšni mislijo, da si. 5. Kaj pa odnos do poseganja drugih v vašo zasebnost? Kako kot blogerka vi to občutite? To mi je zdaj ful smešno, da si me vprašala, to sem imela zdaj na izpitu. Veš kaj, v bistvu se sam odločaš kaj boš delil, tako bom rekla. Jaz recimo, iz tega razloga si nočem naredit Snapchata, ker imam filing, saj izgleda zelo zabavno, ne bom nič rekla, ful dobro, sam pač jaz že tako, ker imam blog in vse, imam pač blog, imam Facebook, imam Facebook od bloga, imam svoj Facebook, pol rihtam še za ene strani Facebook in imam	<i>Poklicna dejavnost, hobi</i> <i>Poklicna dejavnost, hobi</i>	<i>Zanimanje posameznika</i> <i>Zanimanje posameznika</i>	<i>Identiteta posameznika</i> <i>Identiteta posameznika</i>
---	---	---	---

Instagram in pač nočem se preobremenit z vsem. Jaz imam filing, da če bom imela Snapchat, bom pol še s tem obremenjena kaj bom tam delila, saj bi bilo zabavno, ker imam filing, da imam veliko stvari zabavnih za delit, bi bilo bolj tisto vsakdanje, pač instantno, ker Instagram pač vse bolj rihtam fotke, prej jih nisem toliko pa to. Veš kaj kolikor pustiš, da pridejo ljudje, saj hočejo videt vse, hočejo to, ampak kolikor si pustiš no. Tudi mi pišejo na mejl, na inbox, me čisto kakšne osebne stvari sprašujejo ampak pač zdaj kar hočeš delit recimo a ne. Sicer včasih sem pa uno: kaj me sprašuješ, saj nisem nič več kot ti, kaj ti pa lahko svetujem, jaz oblečem kar je meni všeč, ne pišem, da bo to zdaj tebi všeč. Lahko ti čisto narobe svetujem ali pa karkoli, tako, da kolikor si pustiš. Lahko si skos na Snapchatu, lahko si skos na tem pa pač bodo vse o tebi vedeli, jaz pač nočem, tudi ne izdam točno, kaj se učim, ker potem folk opravlja, že kaj najde pa aa. Toliko tega je danes, 'too much', ne, da se mi, pač res.	<i>Uporaba tehnologije in družbenih omrežij</i>	<i>Vpliv tehnologije na vsakdanje prakse</i>	<i>Tehnološki determinizem</i>
6. Kako pa je vam osebno razvoj digitalne tehnologije (telefon in fotoaparat na njem, ki nam je stalno pri roki) spremenil vaše vsakdanje prakse (gibanja, prehranjevanja, oblačenja)? Na kakšen način? Zakaj se vam zdi, da se te spremembe dogajajo?	<i>Uporaba tehnologije in družbenih omrežij</i>	<i>Vpliv tehnologije na vsakdanjik</i>	<i>Tehnološki determinizem</i>
Ja, je spremenil. Pač definitivno. Ne bom lagali tukaj. Jaz zelo velikokrat zdaj slikam hrano, pač tudi hočem, da ljudje vejo, pač, ker te ful folk sprašuje: ej a ti zelenjavo ješ, da si tok suha, ne, pač nisem ekstremno suha, imam srečo z genetiko in hočem poudariti to, da si samo navaden človek in da jem to in jem to. Veliko folka je, ki ful laže, veliko blogerk je, ki slikajo pa je ne je, v resnici je tam zelenjavo, tudi spoznala sem ene par takih, tako, da to mi je bilo ful smešno potlej. V živo je bila pa čisto druga scena, jaz rečem: čak, a nisem videla, da si burger objavila, zdaj pa tukaj ful paziš na hrano. Jaz ful nočem glumiti, pač Instagram seveda malo urediš fotke levo, desno, ful so lepe fotke in use. Seveda, tudi, če kdaj vidim, da se outfit za laufanje ujema,	<i>Mnenje o blogerski samopodobi</i>	<i>Blogerska samopodoba</i>	<i>Spletna samopodoba</i>
	<i>Mnenje o blogerski samopodobi</i>	<i>Blogerska samopodoba</i>	<i>Spletna samopodoba</i>

mogoče se bom pofotkala, ampak večinoma ne, ko športam, laufam, večinoma slikam razgled, ampak sebe pa ne, ker pač, še vedno lej ne bom se zdaj rihtala res za laufanje, grem lagano, uno pač se ne ujema whatever, promotorska majica iz enega kempa na morju pač v easy no. Moramo si vzeti mal na easy. Lahko pa te potegne noter ja. 7. Nam lahko opišete eno 'povprečno' seanso bloganja? Kako se lotite, kako izberete temo, kakšna tehnološka orodja pri tem potrebujete (od softvera do hardvera) Joj preveč me vprašaš, jaz nisem tehnični tip. Pač imam računalnik, imam svojega Maca in mi je ful fajn, ker je velik in imam muziko zraven in to. Veš kaj, meni kar kapljajo uu lahko bi to naredila, lahko bi to naredila, kar se tiče pa make-upa pa veliko dobimo sponzorskih stvari in dobivaš že domov kaj boš naredil, drugače, kar pa se tiče outfitov, lej včasih imam v glavi kombinacijo en mesec pa čakam, da bo dobro vreme, da bo to, da bom lahko poslikala, včasih je tisto čisto instantno zjutraj, ko dam nekaj gor – uu to bi bilo kul, pa pač, če je možnost, da to nekje poslikam imam pač lokacijo, fotografa, vse to s sabo. Pač kakšne zadeve pa ja, se spomnim že ful prej pa pol čakam na opcijo, čakam na sonce, nekaj pač, da imam možnost uresničiti. Zdaj, kar se tiče pa tega, pa telefon za Instagram, fotoaparati, kar se tiče bloga, seveda računalnik, kar je pa drugo me pa preveč vprašaš (smeh). 8. Kaj pa vloga fotografije/vizualij – Ali so posnetki na vašem blogu in Instagramu spontani, ali je v končni izdelek vključena predpriprava? Če da, kakšne so te predpriprave in če ne, zakaj? Tako, za Instagram, kar je pač tako slikano, ne vem, narava, hrana, levo, desno, to je ful spontano, to je čisto slučajno. Pol kar je od izdelkov, to je cela procedura. To je lepo šeleshamer, balkon, kjer je svetloba, pač saj to bi nas mogel nekdo enkrat videti, jaz sem že drugim blogerkam rekla, enkrat bi morale prav posneti kako to v resnici zgleda. Prav v resnici. Uno zjutraj, o sonce je, v pidžami nesem, tovorim na balkon, tovorim fotoaparati, tovorim	<i>Olepšanje spletne objave</i>	<i>Estetizacija vsakdanjih praks</i>	<i>Estetizacija</i>
--	--	---	----------------------------

šeleshamer, tovorim vrečke izdelkov, pol gledam kaj bi šlo, une rože zraven to, to, to kombiniram. Sosedu gledajo, bulijo kaj delaš valda, tako, da je dosti smešno. To pač ni spontano, da imam jaz čisto belo ozadje a ne, ni pač. Tudi svetloba ni spontana. Pač je na balkonu vse odprto in tako. Kar se tiče pa bloga, je pa več dela, zato, ker moraš najti lokacijo, moraš imet fotografa, fotoaparat s sabo. Kakšne so spontane, ja. Recimo, ko potujem pa se sploh ne mislim, da se bom slikala v tem za blog pa mi fant reče: ajde pa dej dej dej, sej ni tok bed, pa jaz ja je bed, se kregava itak skos. Tako bom rekla, nekaj vmes. Ni pa tega recimo, da se jaz oblečem, pa grem ven, se slikam samo za blog in grem domov in preoblečem. Tega ne maram. Jaz ful ne maram takih blogov. Razumem, da se kdaj zgodi, da si za kaj zmenjen pa nek projekt delaš pa ok štekam, ampak everyday style mi pa ful ni všeč punce, ki se tam v petkah nekaj slikajo pa lomijo, v živo pa so čisto drugače oblečene. Pač tega ful ne maram. Še danes sem razmišljala, ko sem hotela it laufat, ali naj pridem res v pajkicah, sam sem pol boš rekla uno: ni taka kakor je tam, pa sem rekla o bed, saj pol grem glih naprej nekam, zato sem kao zrihtana al neki. Pač tako, ne maram brat blogov, ko vidim, da se punce slikajo skos na isti ulici, skos vse isto, vidim pač, da je v enem dnevu vse posnet, ista svetloba, isti avto parkiran, v easy no. Pač slikaj se kot si, ne pa, da te potlej vidim v živo pa nisi namazana, tam si ful namazana, pač če se to enkrat zgodi razumem, če pa nekoga desetkrat vidiš in je čisto drugačen kot je pač na blogu, zame je pol tako fejkanje mal pol. Jaz ful ne maram tega. Čisto iskreno (smeh). 9. Ali ste kdaj razmislila, da bi slikala hrano po jedi? Zakaj slikamo stvari le v najnovejšem stanju (hrano pred jedjo, superge pred prvim treningom) in nikoli v rabljenem? Navsezadnje je tudi rabljeno, nepopolno stanje oziroma izgled – del življenja. Zato, ker nič ne ostane, iskreno, pri meni! (smeh). Zato, ker nič ne ostane, prvo to, drugače pa ja, bi bilo zanimivo after fotke. Mislim, da je mal pritiskana to, da je vse estetsko, da je vse lepo. Ful je tega, vse več je tega, ne vem, ko vidiš, da te določena podjetja vzamejo samo zato, ker	<i>Lepota</i>	<i>Estetizacija vsakdanjika</i>	<i>Estetizacija</i>
--	----------------------	--	----------------------------

delaš take slike, potem si uno »oh my god, keep on going«, pač moram še vedno tako. Čeprav jaz se ful nočem obremenjevat, pač ful ne maram tega. Že tako študiram nekaj, kar je ful omejeno, kjer ne morem gluh biti kreativna pri določanju kazni, če sem pač omejena a ne. Jaz hočem še vedno, da to ostane moje. Pač ja, saj imaš sponzorje, če imaš plačljivo objavo, te bodo malo usmerjali, ampak jaz vedno rečem, mnenja ne moreš kupiti. Lahko mi daš neko stvar, kul, jo bom predstavila, če mi ne bo všeč ne bom. Malo je pritiska, da more biti vse gor dol, včasih tudi izbrišem kakšno Instagram fotko, ko vidim, da ne paše. Ajda me je to navadila, to me je ona ful preveč v to vrgla, Sitar a ne. Klasika. Pa Ana Krejevska isto. Pač ona tako, zadnjič mi nekaj kaže nekaj in sem videla, kako sem reagirala. Kaže mi svoj Instagram, nekaj je slikala, neko roko in ona mi kaže: ojoj dve roki zapored, kao ena roka, druga roka fotka in ona: joj to pa ne more bit, moram zbrisat. Jaz rečem: ja daj zbrisi! Kaj je zdaj to, to pa ne more bit (smeš). In sem se prav smejala, kako smo ratale take. Pa, daj pusti uno ušivo roko, pač sta dve roki zapored na Instagramu. Ali pa Ajda, recimo, isto. Ojoj dve temni fotki zapored, ne smeem, mora biti ena temna, ena svetla, ena temna, ena svetla. In potem briše in potem vmes računa: hmm, zdaj rabim nekaj svetlega, da bom potem lahko uno objavila. Pač saj je smešno, ker tiste, ki smo v temu, se smejimo ena drugi in je pač smešno. Če greš z eno blogerko na kavo ali pa nekam, pa je lepa miza, pa je lepo okolje, je potem uno: ne diraj, ne diraj! (kaže urejanje mize). In je pač smešno. Če smo vse skupaj, vsaka hoče z unim svojim profilom, umakni se, daj uno. Ful je smešno. Ene, recimo, nosijo s sabo revije. Enkrat, ko sem bila z Ajdo na kavi, je s sabo nosila revijo in lake. In je potem vse zložila in jaz uno: ne morem verjet, kaj ženska dela. Ti daješ revijo samo zato, da bo v ozadju, pa ti si neumna. Ona men nee, pa to vsi delajo! Tako, da smešno je to vse skupaj.	Mnenje o blogerski samopodobi Olepšanje okolice Olepšanje okolice	Blogerska samopodoba Estetizacija vsakdanjika Estetizacija vsakdanjika	Samopodoba na spletu Estetizacija Estetizacija
--	--	---	---

EVA ANA 1. Par besed o vas, kaj počnete v smislu službe/dela, kakšna je vaša izobrazba in koliko časa ste zaposleni v tem poklicu? Torej, da začnem. Eva Ana Kazić. Stara sem 24 let. V medijih mislim, da sem nabolj prepoznavna kot blogerka, ena prvih blogerk, če ne v Sloveniji, drugače pa delam v retail-techu, se pravi ukvarjam se z retail tehnologijo. Razvijamo, če so ti bolj znani start-upi mogoče, razvijamo sisteme, algoritme, platforme in aplikacije za velika podjetja, za velike retailerje, da olajšamo njim in njihovim kupcem nakupovanje, loyalty programe, tudi če v modi oblačenje in podobne stvari. Koliko časa to delam? Mm, z blogom sem prvim začela leta 2007, z Allaroundeve, ki je bolj prepoznaven in je potem postal tudi znamka 2009, 2011 se je Allaroundeve pridružila tudi butična kolekcija oblačil, katera imamo še vedno, vmes sem se ukvarjala tudi z menedžmentom slovenskih kreativnih ustvarjalcev, reciva temu tako, drugače pa retail-tech zdele majhno več kot eno leto. 2. Kako dolgo pa se ukvarjate z bloganjem oz ali sebe dojemate kot blogerko? Na katerem področju točno? Torej, rečem ponavadi, da blogam od 2009, prav zaradi tega, ker je Allaroundeve tako prepoznaven in se osredotočam predvsem na njega, torej aprila meseca je bil Allaroundeve star 7 let. Sama sebe ne dojemam kot blogerko in sem nekaj časa, posebej prvih par let sicer ja, potem, ko p sem se začela ukvarjati tudi z ostalimi zadevščinami, še posebej z menedžmentom, ko so me začele zanimati stvari, ki so bolj v ozadju modne industrije, takrat sem nekako začela zgubljati ta občutek, da sem blogerka, še posebej zaradi tega, ker se je takrat začel porast družabnih medijev, ker se je bloganje preoblikovalo in ker bloganje splošna javnost še vedno dojema kot: Aha, ti si mlada punca, imaš svojo spletno stran in ljudje ti zaradi tega plačujejo. Sistem je povsem drugačen, sama svoje prihodke redko dobivam, tako, da	<i>Dosežki</i> <i>Dosežki</i> <i>Mnenje o blogerski samopodobi</i>	<i>Stopnja dosežkov</i> <i>Stopnja dosežkov</i> <i>Blogerska samopodoba</i>	<i>Posameznikova identiteta</i> <i>Posameznikova identiteta</i> <i>Spletna samopodoba</i>
--	---	--	--

kakšno stvar kar objavim in se zgodi denar, zaradi tega mi je malce težavna identifikacija s to besedo, ampak, če me kdo vpraša, če sem jaz tista blogerka, kar se največkrat zgodi, rečem ja. 3. Kakšno predstavo sebe želite posredovati/predstaviti sledilcem? Ali je ta predstava vedno v povsemsurovi, neokrnjeni različici (brez pretiranega pomišljanja napišete besedilo bloga, ste zadovoljni s prvo fotografijo, ki jo posnamete) ali gre v predstavo več premisleka (o besedilu razmišljate dlje časa, posnamete večje število fotografij med katerimi izberete eno)? Absolutno ne, ravno nasprotno, vsaka vsebina ki jo objavim je zelo korirana, moj menedžment mi je dolgo časa prigovarjal, da celo preveč korirana, ker bi ljudje raje kot ledeno kraljico, če se tako izrazim o sebi (smeh), videli nekoga, ki je resnična oseba, ki se smeje, ki pozablja stvari, ki je veliko bolj človeški, ker se ljudje dejansko s tem lažje identificirajo, ampak sama kot oseba nikoli nisem bila prav tista s katero bi se splošna javnost lahko identificirala, zato se tega tudi nisem trudila nikoli ustvarjat. Sebe ustvarjat v neko drugo medijsko osebo. Res je, da na spletnih omrežjih, na spletni strani, kjerkoli, objavljam samo stvari, ki mi veliko pomenijo, ki, priznam, lepo izgledajo, so dobro napisane, brez pravopisnih napak, skratka to svojo javno podobo dojemam veliko bolj kot, reciva temu, vok kot pa rumeno revijo. Skratka zadeve so zelo premišljene, ugotavljam pa tudi, da so se ljudje tega navadili in da imajo bolj premišljene vsebine večji odziv kot samo random, naključna, kako bi rekla, naključen element iz mojega življenja, ker pač tega ni veliko in zato najbrž ne vejo kam to umestiti. 4. Ali se vam zdi, da je (modno) blogerstvo poklic, ki ga opravljate 24 ur na dan? Oz kako ločujete delovni čas od prostega, kje je meja med njima, če sploh? Ne nikakor ne. Trenutno imam pač umik tak, da bom maja meseca imela en prost dan, katerega bom definitivno zelo rada izkoristila. Mislim, da vem, kaj me v bistvu sprašuješ, tebe zanima	<i>Mnenje o blogerski samopodobi</i>	<i>Blogerska samopodoba</i>	<i>Spletna samopodoba</i>
--	---	------------------------------------	----------------------------------

predvsem to, da blogerke svoje življenje predstavljajo kot, da to je eno veliko bloganje in veliko svojega življenja delijo. Ja, pri meni je v bistvu obratno. Jaz ne delim veliko svojega življenja, nihče ne ve nič kar se dogaja v moje privatnem življenju in večina javnosti ne ve, da se primarno ukvarjam z retail-techom. Tako, da objavljam tiste modne stvari in pa povezavo tehnologije in pa luksuzne industrije. To so moje najljubše teme o katerih potem tudi pišem, če beležim svoje življenje na blogu, definitivno ne, ampak je pa to delavni čas 24 ur na dan, oziroma tistih 5, 6 ur spanja. 5. Kaj pa odnos do poseganja drugih v vašo zasebnost? Kako kot blogerka vi to občutite? Da bi prostovoljno to naredila, ne, se pa dostikrat zgodi, še posebej pri Instagramu, kjer so ljudje relativno anonimni, da pišejo zadevščine pod slikami, ki se jih ne tičejo. Razumem, da zaradi mojega videza, ki ne paše specifično v nobeno kulturo, se pojavlja veliko vprašanj, ampak ugotavljam, da znajo biti ljudje, ko dobijo masko anonimnosti zelo kruti in se zelo radi podajajo na osebninivo, kar drugače ne bi naredili. 6. Kako pa je vam osebno razvoj digitalne tehnologije (telefon in fotoaparati na njem, ki nam je stalno pri roki) spremenil vaše vsakdanje prakse (gibanja, prehranjevanja, oblačenja)? Na kakšen način? Zakaj se vam zdi, da se te spremembe dogajajo? Pri meni so aplikacije v bistvu spremenile vse. Spomnim se, da na koncu leta 2012 sem jaz še sveto prisegla, da jaz pa nikoli ne bom imela pametnega telefona, ker to tipkanje po zaslonu mi gre ful na živce. Potem so se pa zadeve nekako odvrtele v to smer, da sem leta 2013 že šla na svoj prvi Fashionweek v Pariz in tam je pa dinamika malce drugačna. Opazilo se je, da vedno več kot deliš, vedno več trackinga imaš, se pravi gledanosti, ljudje tebe delijo vedno več, no in potem se je zgodil ta Instagram, ki se dogaja sedaj ne. Na moje ostale navade definitivno, postala sem, reciva temu, app odvisnik. Beležim svoje prehranske navade zelo natančno in fitnes navade beležim svoj spanec	<i>Uporaba tehnologije in družbenih omrežij</i>	<i>Vpliv tehnologije na vsakdanjik</i>	<i>Tehnološki determinizem</i>
---	--	---	---------------------------------------

ampak to zaradi tega, ker – it comes with the territory, če imaš stresno življenje je dostikrat zelo smiselno imet pametno uro, ki ti stalno meri srčni utrip, aplikacijo, da si to zapisuješ, da če se res kaj zgodi, ponavadi samo skopiram referenčni list svoji zdravnici. Tako, da so plusi in so minusi. Na začetku recimo, prvih par let, ko sem imela pametni telefon sem bila sama pod svojim stalnim pritiskom, da moram stvari beležiti, da moram imet telefon stalno v roki, to se je dogajalo do letos, do novega leta in je to res preraslo v neko obsesijo, stalno gledaš po telefonu, ali je kakšen nov lajk, ali je kakšen nov komentar, uno, tretje in se tudi ne moreš odklopiti. Tako, da če se tule aplicirava nazaj na prosti čas, sam sinarediš tako, da nimaš prostega časa, ker misliš, da moraš biti skos onlajn, skos ažuren. Potem sem pa v bistvu posegla po eni fajn iznajdbi in to je pametna ura, ki me pa stalno opozarja samo kaj se mi zgodi, sinhronizirala sem si jo z google calendars in zdaj priznam, da imam veliko manj v roki, računalnik sploh, ki ga kdaj, kakšen dan sploh ne odprem, pametni telefon pa tudi vsakih par ur oziroma takrat, ko zazvoni. 7. Nam lahko opišete eno 'povprečno' seanso bloganja? Kako se lotite, kako izberete temo, kakšna tehnološka orodja pri tem potrebujete (od softvera do hardvera) Seansa bloganja – definitivno imam že vnaprej pripravljen material, ki ponavadi predstavlja produkcijo fotografij, obdelavo in na koncu pisanje besedila. Veliko uporabljam mobilne naprave, a za dejansko pisanje teksta vedno uporabim prenosnik. Fotografije so posnete s Canonom 5d oziroma fotoaparatom, katerega ima fotograf. Zadnje čase objavljam tudi fotografije, posnete s Samsungom Edge 6 Plus. 8. Kaj pa vloga fotografije/vizualij – Ali so posnetki na vašem blogu in Instagramu spontani, ali je v končni izdelek vključena predpriprava? Če da, kakšne so te predpriprave in če ne, zakaj? Nikoli ne uporabljam fotografij, ki so naključne, slabe, s filtri. Večinoma so to editorialne fotografije, tudi če mi z	<i>Uporaba tehnologije in družbenih omrežij</i>	<i>Vpliv tehnologije na vsakdanjik</i>	<i>Tehnološki determinizem</i>
--	--	---	---------------------------------------

dogodkov pošljejo organizatorji fotografije semponavadi tista, ki reče: A mi lahko pošljete večjo resolucijo, lahko pošljete svetlejše slike, mogoče kakšne z boljšim objektivom posnete, ker probam vzdrževati nivo, ki so ga ljudje navajeni. Ker če se že grem pa špil, reciva temu špil, da se oblačim v zelo posebna oblačila, da uporabljam prestižno kozmetiko, potem ne morem nivoja znižati oziroma pač te predstave, te javne podobe ne morem okrniti s tem, da objavljam v slabi kvaliteti.	<i>Mnenje o blogerski samopodobi</i>	<i>Blogerska samopodoba</i>	<i>Spletna samopodoba</i>
9. Ali ste kdaj razmislila, da bi slikala hrano po jedi? Zakaj slikamo stvari le v najnovejšem stanju (hrano pred jedjo, superge pred prvim treningom) in nikoli v rabljenem? Navsezadnje je tudi rabljeno, nepopolno stanje oziroma izgled – del življenja. Najbrž je to malce povezano tudi s tem tržnim komuniciranjem velikih znamk, ki prezentirajo, da s tem, ko na primer tečeš v naših supergah, te v bistvu postavijo v vlogo, ti boš vedno bil v teh supergah, ti si vedno nov, se pravi gre za neko, kako že, antromorfizacijo, se pravi poenotenje z človeškimi lastnostmi in obratno. Ti si te superge in se pravi, če objaviš te lepe superge, potem to si ti. Čeprav sama se nekako izogibam tega objavljanja res takih fotk, da bom slikala vsako hrano, probam življenja ne podredit temu ali pa ustvarjat novega življenja zato, ker se mi običajne stvari dogajajo in jih naredit iz tega nekaj posebnega. Tiste slike kolen navzdol, pač tega ne objavljam, pač teh zadevščin. Kar se pa tiče, da bi objavila stvari, ki so dejansko uporabljene, ja, tudi sponzorske izdelke, pač podjetij s katerimi imamo podpisane pogodbe, na primer, trenutno je to ena velika, ne avtohiša ampak avto-znamka, vem, da slike, ki bodo bile, bodo v gibanju in bo vključeno blato. Slike bodo še vedno na visokem nivoju, ki smo jih že posnela a ne, ampak se bo pa videl, da ta stvar je v uporabi, ker konec koncev jaz zadeve, ki jih podpišem, partnerstva, katera podpišem, ne jemljem enoznačno, ne jemljem jih kot – zdaj bom dala tu tukaj gor za sliko potem pa to vržem v predal, ampak so dejansko to samo sodelovanja z znamkami, katere res živim.	<i>Lepota predmetov, olepšanje</i>	<i>Estetizacija vsakdanjika</i>	<i>Estetizacija</i>

ŠPELA 1. Par besed o vas, kaj počnete v smislu službe/dela, kakšna je vaša izobrazba in koliko časa ste zaposleni v tem poklicu? Sem Špela. Trenutno sem po poklicu študentka, delam v podjetju, ki se ukvarja z izdelavo spletnih strani in spletnim oglaševanjem in tako naprej. Se pravi to je digitalna agencija. Tam delam že pet let. Kaj počnem? Zadolžena sem za vnašanje vsebine, z načrtovanji in pripravljani strategij, zraven tega pa se ukvarjam še s svojim blogom, ki je nekak že zadnjih 7 let, če sem zadnjič prav računala. Zamenjala sem po mojem že 3 bloge. Študiram pa komunikologijo. 2. Kako dolgo pa se ukvarjate z bloganjem oz ali sebe dojemate kot blogerko? Na katerem področju točno? Ja okej, 7 let načeloma, če štejemo prvi uraden blog sicer že po mojem ene 10 vse skupaj, ker sem začela res že v osnovni šoli. Ja, se dojemam za blogerko, ker je pač to ful del mene, razmišljam skozi »blogposte« (smeh). Tako, da to definitivno, ne bi pa se izrazila za neko določeno smer, ker se mi zdi, da.. okej mogoče bolj lifestyle osebno blogerstvo kakor pa nekaj ful določenega. Pač ker blogam res o tem kaj mene trenutno zanima in o čem jaz razmišljam, ne pa, da bi samo modo in tako naprej. To sem probala, pa ni to zame, za enkrat. Trenutno recimo to sploh ni moj fokus. 3. Kakšno predstavo sebe želite posredovati/predstaviti sledilcem? Ali je ta predstava vedno v povsemsurovi, neokrnjeni različici (brez pretiranega pomišljanja napišete besedilo bloga, ste zadovoljni s prvo fotografijo, ki jo posnamete) ali gre v predstavo več premisleka (o besedilu razmišljate dlje časa, posnamete večje število fotografij med katerimi izberete eno)? Ja, ful se poskušam truditi, hočem predstaviti sebe, mm včasih se mi je zdelo da j... mislim včasih sem se zelo trudila predstavljati samo to pozitivno stran, po drugi strani pa to spet...mislim hočem biti realna, hočem biti resnična, nočem se pretvarjati in zato zadnje čase objavljam kakšne malo depresivne	<i>Poklicna dejavnost, hobi</i> <i>Mnenje o blogerski samopodobi</i> <i>Mnenje o blogerski samopodobi</i>	<i>Obveznosti posameznika</i> <i>Blogerska samopodoba</i> <i>Blogerska samopodoba</i>	<i>Posameznikova identiteta</i> <i>Spletna samopodoba</i> <i>Spletna samopodoba</i>
---	--	--	--

teme (smeh), oziroma ne depresivne, pač resnične valda boš zapeljal vse bolj v pozitivno smer, ker je brezveze je širiti neke negativne misli. Pač folk to bere za zabavo, ne pa za to, da bi se v to ful poglobljaj. Ja definitivno se ful trudim s fotkami, ni prva, ki jo posnamem. Čeprav bi lahko ful izboljšala po mojem glede na to, da fotkam s svojim telefonom. Vedno sem fotkala s telefonom, ker pač nimam neke baš opreme. Zaradi tega je treba naredit 10 fotk več, pa pol je 11-a kul. Če bi imela fotoaparat bi se verjetno še kaj bolj potrudila, ampak načeloma oo navadi se potem omejim na to pa sem pač zadovoljna s tem kar mi rata, se pa vedno probam potruditi pa napisat, da ima nek smisel, da ima nek pojnt. Ne maram objavljat, kakor je nekaj časa bilo ful popularno – outfit pa pol kar nekaj mim, aveš, da napišeš 3 odstavke o nečem kar ful razmišlaš, pa je ful globoko, pa nima nič zveze z unimi allstarkami, ki si si jih glihkar kupil. Če že objavim nekaj takega, hočem nekak povezat, oziroma potlej v tistem dnevu. Na ta način. Jaz, hočem predstaviti v bistvu sebe. Dobre strani, slabe stvari. Tako moje razmišljanje, moj blog je zdaj dnevnik. To sem se nekak odločila in temu ful sledim. Pač če me un dan zanima, ne vem, če tisti dan razmišljam o tem ali bolj zdej večno samska, če bom čez 20 let obkrožena z 20-imi mačkami, pač bom o temu razmišljala in bom o tem pisala, če bom pa v tistem dnevu razmišljam, o fak kupila bi si nove najkice, bom pa pač naredila, mogoče na to temo post. 4. Ali se vam zdi, da je (modno) blogerstvo poklic, ki ga opravljate 24 ur na dan? Oz kako ločujete delovni čas od prostega, kje je meja med njima, če sploh? Jaz mislim, da sijo moreš sam zastavit. Če si to izbereš za poklic, definitivno ni to 7-urni delavnik ampak je po mojem veliko več oziroma je zelo deljeno. Po moje se moreš pa sam odločit koliko se boš vrgel v to oziroma kje boš postavil tisto mejo, ker dejansko lahko ti 24 ur, ti lahko vse kar počneš. Razmišljaš u to bi bil lahko post, u daj me fotkej pa lahko težiš vsem okoli sebe pa te bodo imeli po mojem zelo hitro dost, kar se tega tiče, da pol vsem težiš za fotke, vse	Mnenje o blogerski samopodobi Poklicna dejavnost, hobi	Blogerska samopodoba Zanimanje posameznika	Spletna samopodoba Posameznikova identiteta
---	--	--	---

izpostavljaš nekje. Dejansko lahko daš cel svoj lajf na blog, sam pol pa spet vprašanje koliko to folk zanima pa koliko si dejansko ti pripravljen vse to šerat z ostalimi. Po moje si moraš sam postaviti to mejo koliko hočeš pa koliko ti je dejansko to poklic, koliko ti je pa pač hobi. Ker če je hobi, pol načeloma nimaš časa razmišljati 24 ur na dan o tem kaj se dogaja oziroma kaj boš ti počel s tem, je pa vedno v tvojih mislih, vsaj pri meni. 5. Kaj pa odnos do poseganja drugih v vašo zasebnost? Kako kot blogerka vi to občutite? Za enkrat še nisem imela negativnih izkušenj. Jaz se sama pri sebi odločim koliko bom šerala z ljudmi in... Ne vem za enkrat še nisem imela nekih, da bi kdo namerno hotel več od mene kolikor sem jaz dala ven. Mogoče včasih še malo preveč šeram oziroma sem v preteklosti mogoče malo preveč šerala pa mi je zdaj malo žal, ampak takrat sem se tako sem se počutila in sem pač to dala ven iz sebe. 6. Kako pa je vam osebno razvoj digitalne tehnologije (telefon in fotoaparati na njem, ki nam je stalno pri roki) spremenil vaše vsakdanje prakse (gibanja, prehranjevanja, oblačenja)? Na kakšen način? Zakaj se vam zdi, da se te spremembe dogajajo? Valda se je spremenilo vse. Mislim včasih si imel uno staro Nokio pa si se oblekel pa nisi razmišljal: O to bi pa lahko pofotku pa dal na Instagram. Pač pa tudi nisi se usedel za kosilo pa si rekel: O tole bom pa fotku, nisi povlekel unega digitalca ven pa slikal recimo. Pač zdaj to počneš, ne vem zdi se okej, vsak počne kar mu sede s tem. Maš možnost, maš možnost tudi pospraviti telefon in ne početi tega. Meni se tukaj ne zdi nič narobe, da se to razvija. Bolj se mi zdi prav, na nek način. Jaz sem zelo pač narcist kar se tega tiče in imam ful rada te stvari in meni je to totalno kul, jaz ne vidim razloga zakaj recimo ne bi to počel in zakaj se ne bi tehnologija razvijala. Meni se zdi to edino dobro. Je pa res, da bi bilo treba ljudi malo bolj izobraziti, kar se tiče s Facebook in šeranjem stvari. Da se zavedaš, da je tukaj zadaj stojijo oni, da imaš v vsakem	<i>Uporaba tehnologije in družbenih omrežij</i> <i>Uporaba tehnologije in družbenih omrežij</i>	<i>Vpliv tehnologije na vsakdanjik</i> <i>Vpliv tehnologije na vsakdanjik</i>	<i>Tehnološki determinizem</i> <i>Tehnološki determinizem</i>
--	---	---	---

primeru publiko, ne glede na to, da si rečeš ah tega pa noben ne gleda ali pa koga pa to zanima. Valda obstajajo neke negativne plati in ne vem nekako moraš imeti vedno v mislih, da mogoče ni gluh fino svoje ulične številke šerati okoli, sploh če imaš veliko ljudi, ki ti sledijo. Mislim saj konec koncev se mora najti samo en, ki hoče nekaj slabega s tem, pač moraš biti pozoren na te stvari. Priznam, večkrat ko se zmenim z nekom za kosilo: Pejmo sem, tukaj imajo pa ful lepo, lepo zgleda hrana. Če ne drugega pač Snapchataš. Že to je veliko. Ali pa ne vem ali pa če si sam doma recimo ali pa če greš samo jest pa imaš telefon pri roki pa lahko zraven bereš ali pa nekaj počneš. Že to se ful pozna. Tako, da ja, se je veliko spremenil. Okej čeprav pri starih telefonih si pa igral igrice Gameboy, si pa več knjig nosil okoli, čeprav jih nisi (smeh). 7. Nam lahko opišete eno 'povprečno' seanso bloganja? Kako se lotite, kako izberete temo, kakšna tehnološka orodja pri tem potrebujete (od softvera do hardvera) Jaz imam dva načina. Eden je da vem teme v glavi, pač da me nekaj ful inspirira pa si sama pač zapišem, takrat pa potem temo gradim, na tej temi, ki jo pač hočem. Ali imam drugo, ko sem včasih malo obupana pa se mi vseeno zdi malo bed, da nič ne postam, pa šač imam odprt blog pa gledam kaj bi postala pa pač tam zbiram ideje. Zdaj načeloma pišem v wordpresu, ideje si po navadi zapišem prvo v notepad na telefonu, tam si pišem po navadi kar cel tekst, ker me nekaj ful navdahne pa potem samo čečkam. Potem si pošljem na mejl, iz mejla na wordpress prekopiram, pol razmišljam o fotkah, kaj pofotkam, pač s telefonom, si isto pošljem... v bistvu imam same te zastonske programe, nek picmonkey se imenuje, na netu je en site, kjer pač urejaš svoje fotke, če jih že ne uredim na telefonu z različnimi aplikacijami. Potem fotko še zmanjšam, potem pa pač še HTML uredim, napišem naslov, potem pogledam še celo SEO če se mi da, malo pogledam vse naslove, da se pojavljajo share fotke za Facebook. Jaz načeloma, ne vem zakaj, ampak imama vedno nastavljen, da se objavi,	<i>Lepa okolica, lepi predmeti</i> <i>Uporaba tehnologije, tehnološki razvoj</i>	<i>Estetizacija vsakdanjika</i> <i>Tehnološki vpliv na vsakdanjik</i>	<i>Estetizacija</i> <i>Tehnološki determinizem</i>
---	--	---	--

da imam prav urnik, da se objavlja tam okoli 8, od 7 do 8 zjutraj, načeloma ima folk potem cel dan, da to pogleda, tako, da se ti pojavi takoj zjutraj. Lahko bi tudi zvečer pa pol..Zelo lažje to funkcionira, če imam neko strukturo. Tako sem si recimo zdaj dala, da postam ob torkih pa petkih. Meni je recimo ful lažje, da imam nek urnik in se lahko tega ful držim potlej, ker če ne bi enkrat na mesec ali pa tudi ne. Kar malo pozabiš... Jaz sem ful človek navad. 8. Kaj pa vloga fotografije/vizualij – Ali so posnetki na vašem blogu in Instagramu spontani, ali je v končni izdelek vključena predpriprava? Če da, kakšne so te predpriprave in če ne, zakaj? Čisto odvisno v bistvu. Načeloma sem se zdaj začela zelo truditi za svoj Instagram. Se trudim za fotke, da niso na prvo žogo neki zmazek. Tudi zato večinoma več ne postam fotk kadar se gre ven recimo, ko so une čisto kockaste. Če mi je pač ful všeč pa če ful čutim, da hočem deliti, bom valda delila. Drugače pa tako no, se ful trudim, poskušam da je kvaliteta, da ima nek pomen, potem valda teji captioni in to, včasih mi rata, včasih ne (sme). Ful ne maram tega, oo ne vem, to sem pa oblekla, pojdite na moj blog to prečerkiraj, meni gre to včasih, pa to se malo grdo sliši, malo na bruhanje ko to preberem, sploh ne berem teh captionov. Jaz hočem pač tako, če sem že dala to fotko gor, zakaj. Na ta način. To se mi zdi, se ful prepleta. Mediji, socialni mediji, whatever. Jaz mislim, da blogger zdaj ne more obstajati zdaj brez socialnih medijev, nekak se to potem poveže. Čeprav jaz ne bi rekla, da imaš Instagram ali pa Facebook samo za blog, pa postaj iste stvari, ker potem to nima smisla. Okej folk vidi ampak moraš vseeno furat različne stvari na vsakem kanalu, ki ga imaš, če ne je to ista stvar pa folk te ne bo spremljal na 10ih omrežjih samo zato, ker jih imaš. Je pa res, da je Facebook je realno najbolj tak, kjer boš ti dal svoj blog ven, ker od tam folk najlažje klikne in najlažje boš folk obvestil, ej jaz imam pa nekaj novega. Samo zato gre.	<i>Uporaba družbenih omrežij</i>	<i>Vpliv tehnologije na vsakdanjik</i>	<i>Tehnološki determinizem</i>
--	---	---	---------------------------------------

