

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Dušanka Mervar

Odnosi prijateljstva:

Antropološka analiza spletnega omrežja Facebook

Magistrsko delo

Ljubljana, 2012

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Dušanka Mervar

Mentorica: prof. dr. Vesna V. Godina

Odnosi prijateljstva:

Antropološka analiza spletnega omrežja Facebook

Magistrsko delo

Ljubljana, 2012

ZAHVALA

Hvala Mateju za vse spodbude in potrpežljivo podpro pri nastajanju magistrskega dela. Iskrena hvala tudi moji mentorici, prof. dr. Vesni V. Godina za neprecenljivo znanje, ki ga je delila z nami že tekom študija, ter strokovno in prijazno podporo pri nastajanju tega dela.

Odnosi prijateljstva: Antropološka analiza spletnega omrežja Facebook

POVZETEK

Magistrsko delo povezuje dve temi, ki sta v sodobni slovenski družbi zelo aktualni – odnose prijateljstva in vzpostavljanje teh odnosov na spletnem družbenem omrežju Facebook. Avtorica se naprej poglobi v teoretično obravnavo koncepta prijateljstva. Podrobno preuči različne obravnave koncepta prijateljstva v antropološki perspektivi ter vplive tehnološko posredovanih interakcij na formiranje in vzdrževanje prijateljskih odnosov. Predstavi tudi različne smeri antropološkega raziskovanja kulture na internetu ter se poglobi v vprašanja, ki jih poraja uporaba etnografskih tehnik pri raziskovanju računalniško posredovanih socialnih interakcij. Posveti se podrobni opredelitvi družbenega omrežja Facebook in njegovih značilnosti, ki so ključne tudi za empirični del naloge. Z empirično analizo prijateljskih odnosov na Facebooku ugotavlja značilnosti in kakovost teh odnosov ter povezave teh odnosov z drugimi odnosi, ki jih posameznik vzpostavlja in razvija v 'offline' kontekstu. Analiza temelji na podatkih, zbranih preko opazovanja z udeležbo v družbenem omrežju Facebook, ter preko poglobljenih intervjujev in spletne ankete.

KLJUČNE BESEDE: prijateljstvo, družbeni odnosi, Facebook, družbeno omrežje, spletna skupnost, virtualna skupnost, internetna etnografija, kiberkultura, kibernetična antropologija

Friendship Relationships: Anthropological Analysis of the Online Social Network Facebook

ABSTRACT

This Master's thesis addresses two topics that constitute important parts of a social life in the contemporary Slovenian society – friendship relationships and ways of forming these relationships in the online social network Facebook. The first part of the thesis discusses the theoretical framework of the friendship relationships and examines different definitions of the concept of friendship in the anthropological perspective. It also focuses on the technologically mediated interactions influencing the formation and maintenance of the friendship relationships. The author examines different perspectives on the Internet culture research in anthropology and presents the use of the Internet ethnography methods to study the computer-mediated social interaction. An important part of the thesis is also an extensive definition of Facebook and its features. The theoretical part of the thesis is followed by the empirical analysis of the friendship relationships that have been created on Facebook. The emphasis of the analysis is put on the characteristics and the quality of these relationships and their connections with other relationships that an individual establishes and develops in the 'offline' context. The analysis is based on data gathered through participant observation that was performed on Facebook, through in-depth interviews and through an online survey.

KEYWORDS: friendship, social relationships, Facebook, social network, online community, virtual community, internet ethnography, cyber culture, cyber anthropology

Kazalo strani

1	Uvod	8
2	Prijateljstvo in osebne skupnosti	15
2.1	Zaton tradicionalnih skupnosti in pojav osebnih skupnosti	15
2.2	Idealnotipska opredelitev prijateljstva	22
2.3	Praktični in funkcionalni vidiki prijateljstva	31
2.4	Prijateljstvo v antropologiji	36
2.5	Pomen družbenega konteksta v odnosih prijateljstva	40
2.6	Kategoriziranje prijateljskih odnosov	43
2.7	Prijateljstvo v 'online' kontekstu	49
3	Internet, antropologija in kultura	53
3.1	Od interneta do spleta 2.0 in naprej	53
3.2	Kibernetska antropologija in predmet njenega proučevanja	55
3.3	Raziskovanje kibernetske kulture	58
3.3.1	Kibernetska kultura kot družbeni model	59
3.3.2	Kibernetska kultura kot kultura, ki se vzpostavi na internetu 61	
3.3.3	Kibernetska kultura kot kulturni produkt	64
3.3.4	Kibernetska kultura kot medijska forma	65
3.4	Internetna etnografija	66
3.4.1	Raziskovalne teme in vprašanja	66
3.4.2	Razvoj in dileme	68
3.4.3	Avtentičnost in zaupanje	71
3.5	Skupnosti na internetu – virtualne skupnosti	72
3.5.1	Virtualno vs. realno	78
3.5.2	Povezava 'online' skupnosti z 'offline' družbeni konteksti	79
3.5.3	Umeščenost v širše družbeno omrežje posameznika	81
3.6	Tehnološko posredovane interakcije	83
3.6.1	Novo strukturiranje prostora in časa	84
3.6.2	Vprašanja identitete	87
3.6.3	Vrednote, norme in simbolni sistemi	93
3.7	Družbeno omrežje Facebook	97
3.7.1	Facebook v Sloveniji	98
3.7.2	Zaključki obstoječih raziskav	99
4	Empirični del: Analiza prijateljskih odnosov na Facebooku v Sloveniji 104	
4.1	Raziskovalno vprašanje	104
4.1.1	Hipoteza 1	104
4.1.2	Hipoteza 2	105
4.1.3	Hipoteza 3	105
4.1.4	Hipoteza 4	106
4.1.5	Hipoteza 5	107
4.2	Metodologija raziskovanja	107
4.2.1	Opazovanje z udeležbo v 'online' skupnosti	108
4.2.2	Poglobljeni intervjuji	110

4.2.3	Spletna anketa	111
4.3	Predstavitev podatkov.....	113
4.3.1	Opazovanje z udeležbo	113
4.3.2	Poglobljeni intervjuji	115
4.3.3	Anketa	117
4.4	Analiza podatkov	119
4.4.1	Kvantitativno prevladujoči tip Facebook prijatelja	120
4.4.2	Trdnost prijateljskih odnosov na Facebooku.....	122
4.4.3	Percepcija bližine z družbenim omrežjem	135
4.4.4	Povezava z 'offline' kontekstom	141
4.4.5	Najboljši prijatelji na Facebooku.....	146
4.5	Sklep.....	151
5	Zaključek.....	161
6	Literatura	168
	Priloga A: Delno strukturiran vprašalnik (intervju).....	187
	Priloga B: Podrobna predstavitev intervjuvancev.....	190
	Priloga C: Anketni vprašalnik	197

1 Uvod

V pričujočem delu povezujemo dve temi, ki sta v vsakdanjem življenju zahodnih poznomodernih družb zelo aktualni in Slovenija tukaj ni izjema – prijateljstvo in vzpostavljanje teh odnosov na internetu. Podrobneje nas zanima narava odnosov prijateljstva, ki se razvijajo na spletnem družbenem omrežju Facebook, ter njihove implikacije za širše družbeno življenje posameznika.

Za potrebe naše analize je pomembna moderna zahodna definicija prijateljstva, ki temelji na moderni ideji individuuma in konceptu avtonomnega sebstva. Samo posameznik, ki ga določa avtonomna individualna zavest, je sposoben »resničnega prijateljstva« (Mauss 1985, 21; Carrier 1999, 24). Gre za idealnotipsko definicijo, za katero je značilno: da je moderno zahodno prijateljstvo svoboden diaden odnos; da je zasebne narave; in da je popolnoma prostovoljen. Temelji na intimnosti, naklonjenosti in spontanosti (Du Bois 1974, 16-18; Bell in Coleman 1999: 8-9; Carrier 1999, 21-23, Rapport 1999, 115). Hkrati pa je pomembno poudariti tudi, da ni statična kategorija, saj se narava in kakovost odnosa prijateljstva skozi čas spreminja (Adams in Allan 1998b, 2). Variira lahko tudi v intenzivnosti – od preprostega odnosa naklonjenosti do res intimnega prijateljstva (Firth 1999, xiv). Danes prijateljstvo tudi ni (več) alternativa družinskim in sorodstvenim odnosom. Meja med njimi ni več jasna, ampak se ti odnosi lahko tudi delno prikrivajo in sovpadajo (Pahl 2000, 129; Abrahams 1999, 155).

Prijateljstvo je v zahodnih družbah priznано kot pomemben družben pojav, ki pa je dobil svoje mesto med temami akademske obravnave relativno pozno, po mnenju nekaterih med drugim tudi zato, ker je definicija koncepta prijateljstva zaradi njegove raznolikosti vse prej kot preprosta (Bell in Coleman 1999, 5; Firth 1999, xv; Pahl 2000, 5-6). Antropologa Sandra Bell in Simon Coleman poudarjata, da je raziskovanje

prijateljstva za antropologe danes še posebej relevantno, saj postavlja pod vprašaj tradicionalne metode in teme, ki temeljijo na raziskovanju tradicionalnih kategorij, kot je na primer sorodstvo. V antropološkem raziskovanju se uveljavljajo nove teme, med katerimi je tudi prijateljstvo (Bell in Coleman 1999, 1-2). Pri tem lahko izpostavimo Giddensovo trditev iz leta 1999, ko pri obravnavi teme globalizacije ugotavlja, da se dogaja globalna revolucija v načinu, kako mislimo sami o sebi in kako tvorimo vezi z drugimi (Giddens 1999, 51). Nove oblike intimnosti nadomeščajo stare oblike povezanosti na treh glavnih področjih našega življenja: na področju spolnosti in ljubezni; v odnosih med starši in otroci; ter v prijateljstvu (ibid., 61). Pravi, da se te transformacije dogajajo skoraj povsod po svetu in se razlikujejo samo v stopnji in kulturnem kontekstu, v katerem se zgodijo (ibid., 52).

Stari svet tradicionalnih družb, ki je temeljil na skupnosti, naj bi se umikal družbi individualizma in kompetitivnosti (Carrier 1999, 35; Pahl 2000, 46). O tem govori že Ferdinand Tönnies v svojem delu *Skupnost in družba* iz leta 1887 (Tönnies 1999, 53-116), podobno perspektivo na temo zatona družbene solidarnosti in večanja odtujenosti med posamezniki pa najdemo tudi pri drugih avtorjih, kot so na primer de Tocqueville ([1835] 2003), Durkheim ([1893] 1984) in Simmel ([1908] 2009), pa tudi sodobnejši teoretiki, kot so Zygmunt Bauman (2000, 2001), Christopher Lasch (1979), Robert Bellah ([1985] 2008), Robert Putnam (2000) in Manuel Castells (1996, 1997, 1998, 2001). Ti delijo skupno pesimistično stališče¹ glede stanja pozno moderne oz. postmoderne družbe (Pahl 2000, 51; Spencer in Pahl 2006, 10-17). Po drugi strani pa Liz Spencer in Ray Pahl zavzemata optimistično stališče, ko govorita o novih, »pretežno skritih oblikah družbene solidarnosti« (Spencer in Pahl 2006, 45). Te temeljijo

¹ Pri tem pesimističnem stališču gre za kolaps družinskih vrednot, zaton civilne iniciative, zmanjševanje pomena solidarnosti in pomena življenja v skupnosti ter vse večjo atomizacijo družbe (Spencer in Pahl 2006, 10).

prav na odnosih prijateljstva in na neformalnih družbenih povezavah, za katere fizični prostor ni več bistven (ibid.).

V antropologiji se z raziskovanjem kulture in družbe na internetu ukvarja kiberantropologija («cyberanthropology»). Antropologinja Elisenda Ardevol (2005) kategorizira antropološko raziskovanje kiberkulture v štiri skupine, ki se razlikujejo glede na različne pristope k analizi interneta: kiberkultura kot nov kulturni model, ki temelji na internetni tehnologiji; kiberkultura kot kultura, ki se vzpostavi na internetu (internet kot nov socialni kontekst); kiberkultura kot kulturni produkt (internet kot orodje za ustvarjanje in sodelovanje); kiberkultura kot medijska forma (internet kot medij komuniciranja) (Ardevol 2005). Sami bomo v kontekstu raziskovanja prijateljstva na internetu izhajali iz modela kiberkulture kot kulture, ki se vzpostavi na internetu in oblikuje nov socialni kontekst (spletne skupnosti), v okviru katerega poteka socialna interakcija.

Spletne skupnosti kot specifičen socialni kontekst vplivajo na formiranje odnosov, ki se v njih oblikujejo in ohranjajo (Castells 1996; Adams 1998), saj zmanjšujejo omejitve prostora in časa (Castells 1996; Levy 2001; Wellman 2001; Rheingold 2002; Miller 2003; Hine 2003), vplivajo na oblikovanje socialne identitete posameznikov (Turkle 1995; Žižek 1996; Žižek 1997; Kitchin 1998; Žižek 1999; Miller in Slater 2003; Oblak in Petrič 2005; Jones in Ortlieb 2006; Gauntlett 2008) in imajo svoje specifične vrednote, norme in simbolne sisteme (Miller 2000; Rheingold 2000; Wilson in Peterson 2002). Rebecca G. Adams (1998) sugerira, da je internet celo zelo spodbudno okolje za razvoj prijateljskih odnosov, saj omogoča ponavljajoče se interakcije med posamezniki, ki zблиžujejo ljudi s podobnimi interesi, mnenji in vrednotami, ustvarjajo atmosfero zaupanja in spoštovanja (ibid., 168). Poudarja pa tudi, da internet sicer omogoča kreiranje velikega števila vezi med posamezniki, po drugi strani pa postavlja tudi vprašanje, koliko so te vezi kakovostne, oz. koliko 'online' poznanstev se dejansko razvije tudi v prijateljstvo (ibid., 177). To in

podobna vprašanja so vplivala tudi na izbor terena za empirični del te naloge. Facebook je trenutno največje 'online' družbeno omrežje, kjer je pojem »prijateljstva« prav v njegovem središču. Če se hočemo namreč z nekom povezati, moramo najprej postati njegov »Facebook prijatelj«.

Pričujoče delo je razdeljeno na tri povezane dele. Prvi del (glej 2. poglavje – *Prijateljstvo in osebne skupnosti*) bo tvorila teoretična obravnava koncepta prijateljstva. Poglavje bomo začeli z raziskovanjem prehoda od tradicionalnih do osebnih skupnosti kot prevladujoče oblike družbenih odnosov v sodobni zahodni družbi (glej 2.1 *Zaton tradicionalnih skupnosti in pojav osebnih skupnosti*). V nadaljevanju bomo definirali prijateljstvo v idealnotipski obliki (glej 2.2 *Idealnotipska opredelitev prijateljstva*), nato pa bomo analizirali praktično vlogo prijateljstva v življenju posameznika (glej 2.3 *Praktični in funkcionalni vidiki prijateljstva*). Poglobili se bomo tudi v obravnave koncepta prijateljstva v antropološki perspektivi (glej 2.4 *Prijateljstvo v antropologiji*). V naslednjem podpoglavlju se bomo posvetili proučevanju prijateljstva skozi specifične družbene kontekste (glej 2.5 *Pomen družbenega konteksta v odnosih prijateljstva*) in analizirali obstoječe tipologije, ki razvrščajo prijateljske odnose v različne skupine (glej 2.6 *Kategoriziranje prijateljskih odnosov*). V zaključnem delu drugega poglavja pa nas bo zanimalo tudi, kako tehnološko posredovane interakcije, ki se odvijajo v 'online' okolju, vplivajo na formiranje in vzdrževanje prijateljskih odnosov (glej 2.7 *Prijateljstvo v 'online' kontekstu*).

V naslednjem poglavju pričujočega dela (glej 3. poglavje – *Internet, antropologija in kultura*) bomo raziskovali povezave med internetom in antropologijo s teoretičnega vidika. V prvem podpoglavlju nas bo zanimala večplastna definicija interneta in storitev, ki jih internet vključuje (glej 3.1 *Od interneta do spleta 2.0 in naprej*). Opredelili bomo tudi polje ukvarjanja kibernetike antropologije (glej 3.2 *Kibernetika antropologija in predmet njenega proučevanja*) in natančno analizirali štiri različne smeri

raziskovanja kibernetike kulture (glej 3.3 *Raziskovanje kibernetike kulture*): prva smer se osredotoča na raziskovanje novega modela kulture, ki se je razvil pod vplivom interneta (glej 3.3.1 *Kibernetika kultura kot družbeni model*); druga smer obravnava kibernetiko kulturo kot specifično obliko kulture, ki se vzpostavi na internetu skozi družbeno interakcijo (glej 3.3.2 *Kibernetika kultura kot kultura, ki se vzpostavi na internetu*); tretja smer gleda na kibernetiko kulturo kot na kulturno produkcijo, ki uporablja internet za razvoj in ustvarjanje umetniških del »visoke« umetnosti in popularne kulture (glej 3.3.3 *Kibernetika kultura kot kulturni produkt*); četrta smer pa se osredotoča na kibernetiko kulturo v kontekstu medijske produkcije (glej 3.3.4 *Kibernetika kultura kot medijska forma*). V naslednjem podpoglavju nas bodo bolj podrobno zanimala etnografske tehnike, ki so se razvile z raziskovanjem interneta (glej 3.4 *Internetna etnografija*). Predvsem se bomo poglobili v domene etnografskega raziskovanja na internetu (glej 3.4.1 *Raziskovalne teme in vprašanja*), se osredotočili na razvoj etnografskih metod za raziskovanje interakcij na internetu (glej 3.4.2 *Razvoj in dileme*) in obravnavali pomembno vprašanje avtentičnosti in zaupanja v to, kar ljudje izražajo v 'online' okolju (glej 3.4.3 *Avtentičnost in zaupanje*). V podpoglavju, ki sledi, bomo bolj podrobno analizirali različne definicije virtualnih skupnosti (glej 3.5 *Skupnosti na internetu – virtualne skupnosti*). Pomembni vprašanji, na kateri se bomo prav tako osredotočili, sta tudi dualizem med realnim in virtualnim v kontekstu skupnosti na internetu (glej 3.5.1 *Virtualno vs. realno*) ter razmerje med 'online' in 'offline' družbenimi konteksti (glej 3.5.2 *Povezava 'online' skupnosti z 'offline' družbeni konteksti*). Pokazali bomo tudi na vpetost virtualnih skupnosti v celoto omrežja skupnosti posameznika (glej 3.5.3 *Umeščenost v širše družbeno omrežje posameznika*). Podrobno bomo analizirali specifične interakcije med posamezniki, ki se odvijajo v tehnološko posredovanem okolju (glej 3.6 *Tehnološko posredovane interakcije*). Pri tem se bomo še posebej podrobno osredotočili na vidik prostora in časa, ki sta pomembna

elementa pri vzpostavljanju interakcij na internetu (glej 3.6.1 *Novo strukturiranje prostora in časa*), v nadaljevanju pa bomo analizirali načine, kako se formira in ohranja identiteta v virtualnem okolju, ter kakšno vlogo ima pri tem 'offline' okolje (glej 3.6.2 *Vprašanja identitete*). Zanimalo nas bo tudi vprašanje, kaj uravnava interakcije v virtualnem okolju (glej 3.6.3 *Vrednote, norme in simbolni sistemi*). Na koncu tretjega poglavja bomo prišli še do opredelitve družbenega omrežja Facebook in njegovih značilnosti, ki bodo ključne tudi za empirični del naloge (glej 3.7 *Družbeno omrežje Facebook*). Še posebej podrobno nas bo zanimal razvoj Facebooka v Sloveniji (glej 3.7.1 *Facebook v Sloveniji*) ter zaključki, do katerih so prišle že obstoječe raziskave, ki so se ukvarjale z Facebookom (glej 3.7.2 *Zaključki obstoječih raziskav*).

V tretjem delu naloge (glej 4. poglavje – *Empirični del: Analiza prijateljskih odnosov na Facebooku v Sloveniji*) bo sledila empirična analiza prijateljstva na spletnem omrežju Facebook. Z analizo želimo ugotoviti značilnosti in kakovost teh odnosov ter kakšno povezavo imajo ti odnosi z drugimi odnosi, ki jih posameznik vzpostavlja in razvija v 'offline' kontekstu. Kot okvir empiričnemu delu naloge bo služilo naslednje raziskovalno vprašanje: kakšni odnosi prijateljstva se formirajo in razvijajo na Facebooku ter kakšna je narava teh odnosov, če vzamemo za raziskovalni okvir slovenske uporabnike (glej 4.1 *Raziskovalno vprašanje*). Izhajajoč iz opredeljenega raziskovalnega vprašanja bomo postavili pet delovnih hipotez, ki jih bomo preverili s tremi metodami raziskovanja (glej 4.2 *Metodologija raziskovanja*): z opazovanjem z udeležbo (glej 4.2.1 *Opazovanje z udeležbo v 'online' skupnosti*), s poglobljenimi intervjuji (glej 4.2.2 *Poglobljeni intervjuji*) ter s spletno anketo (glej 4.2.3 *Spletna anketa*). Zbrane podatke bomo podrobno predstavili (glej 4.3 *Predstavitev podatkov*) v sklopu vsake od raziskovalnih metod (glej 4.3.1 *Opazovanje z udeležbo*, 4.3.2 *Poglobljeni intervjuji* in 4.3.3 *Anketa*). Podatke, ki jih bomo zbrali s predstavljenimi metodami raziskovanja, bomo analizirali v

sklopu vsake od postavljenih hipotez (glej *4.4 Analiza podatkov*, *4.4.1 Kvantitativno prevladujoči tip Facebook prijatelja*, *4.4.2 Trdnost prijateljskih odnosov na Facebooku*, *4.4.2.1 Določen ali izbran odnos*, *4.4.2.2 Stopnja zavezanosti odnosu*, *4.4.3 Percepcija bližine z družbenim omrežjem*, *4.4.4 Povezava z 'offline' kontekstom* in *4.4.5 Najboljši prijatelji na Facebooku*). V sklepnem delu (glej *4.5 Sklep*) bomo povzeli zaključke, do katerih smo prišli v okviru analize.

2 Prijateljstvo in osebne skupnosti

2.1 Zaton tradicionalnih skupnosti in pojav osebnih skupnosti

V 17. in 18. stoletju je za Zahodno Evropo značilna sprememba v pojmovanju sebstva (Mauss 1985, 21-22). V tem času so nekateri intelektualci začeli izpostavljati moderno idejo individuuma, ki temelji na percepciji sebstva, pri kateri je bila avtonomna individualna zavest tista, ki opredeli bistveno naravo osebe (Carrier 1999, 24). »Pred tem časom so na sebstvo splošno gledali kot na odvisno od situacije in ne avtonomno. To sebstvo temelji na odnosih, znotraj katerih obstaja, in je od njih odvisno; za te vrste sebstvo pa prijateljstvo ni značilno.« (ibid.). Če po Carrieru to prevedemo v terminologijo družbenih ved, je bilo sebstvo »locirano v strukturi ali mreži odnosov« (Carrier 1995, 160).

Hkrati s pojavom novega modela individuuma, ki se je pojavil v zahodni misli, pa naj bi se po Carrieru zgodila tudi sprememba v načinu, kako so ljudje stopali v odnose eden z drugim:

Z razvojem specifične neosebne sfere ekonomskih transakcij je postalo vse bolj mogoče in običajno, da so si ljudje zagotovili ekonomske dobrine skozi transakcije s tistimi, ki so bili zanje relativni tujci: uradniki, zaposlovalci itd. Ljudje niso bilo več obvezani vstopati v osebne odnose, da bi si zagotovili dobrine za svoj obstoj, odnosi so postajali bolj prehodni in neosebni. (Carrier 1999, 35)

Tako med elito, kot tudi med običajnimi ljudmi so trajne vezi izgubljale svoj politični in svoj ekonomski pomen. S tem premikom so osebne vezi postale vse bolj opcijske, kar je spodbudilo širjenje misli o avtonomnem

sebstvu² (Carrier 1999, 35). Stari svet tradicionalnih družb je zamenjala družba anonimnega in kompetitivnega individualizma in tržnega kapitalizma (Pahl 2000, 46).

Klasično delo na temo razkroja tradicionalnih skupnosti, ki ga je objavil Ferdinand Tönnies leta 1887, obravnava premik iz »Gemeinschaft« v »Gesellschaft« – iz »skupnosti« v »družbo«. Gre za zasuk iz visoko solidarnostne oblike povezovanja v odnose, temelječe na racionalni menjavi (Tönnies 1999, 53-116). »Skupnost« sestavlja manjše število članov, ki se med seboj poznajo, zato so zanje značilne fizična in psihična povezanost ter bližina, izrazita kohezivnost in konsenz: »Zavezujoče vzajemno in skupno prepričanje kot posebna volja neke skupnosti je tisto, kar je treba tukaj pojmovati kot 'razumevanje' (consensus). Gre za posebno socialno silo in naklonjenost, ki ljudi drži skupaj kot ude neke celote.« (ibid., 67). Pripadnost v skupnosti je trajna, Tönnies jo vidi tudi kot visoko solidarnostno obliko povezovanja.³ Nasproti skupnosti postavlja družbo, v kateri odnosi temeljijo na menjavi in racionalni volji (ibid., 84-116).

V sociološki teoriji so se tudi drugi avtorji, kot so de Tocqueville ([1835] 2003), Durkheim ([1893] 1984) in Simmel ([1908] 2009), ukvarjali z vprašanjem skupnosti ter opozarjali na slabljenje neposrednih (»face-to-face«) odnosov v družbeni skupnosti (Pahl 2000, 36-37; Noris 2004, 31-

² Gre za moderno zahodno dožemanje sebstva. Pomembno se je zavedati, da je to razumevanje sebstva poenostavljeno in stilizirano. Carrier (1999, 32) opozarja, da se definicija avtonomnega sebstva lahko aplicira bolj na nekatere posameznike, na druge pa manj. Uporabi se lahko samo za omejen del populacije. Eden od faktorjev, ki na to vplivajo, je spol, kot drugega izpostavi družbeni razred (ibid., 32-34). Za ljudi z različnimi izkušnjami in različnimi oblikami interakcije je bolj verjetno, da bodo konstruirali sebstvo na različne načine (Wolf 1966, 11; Paine 1969, 504; Reed-Danahay 1999, 137). Idealna percepcija prijateljstva naj bi v evropskih in ameriških kontekstih veljala samo za omejen del populacije, v glavnem za srednji razred (Bell in Coleman 1999, 10). Avtonomno, enotno sebstvo, ki so ga raziskovalci povezali predvsem s srednjim družbenim razredom, je še posebej primerno za razvoj prijateljskega odnosa, odnosa, ki povezuje ljudi zaradi njihove spontane naklonjenosti (Carrier 1999, 32).

³ Tönnies (1999) razlikuje več vrst skupnosti: krvne skupnosti (družina in sorodstvo), krajevne skupnosti ali skupnosti zemlje (soseska, vas, predindustrijsko mesto) in duhovne skupnosti (npr. prijateljstvo, verske skupnosti) (ibid., 59-83).

32; Spencer in Pahl 2006, 10). Analogijo med družbo in skupnostjo, kot ju pojmuje Tönnies, najdemo pri Durkheimovih konceptih mehanske in organske solidarnosti, ko govori o dveh principih družbene kohezije (Durkheim 1984, 31-88). Prva ustvarja povezanost v družbi s pomočjo prepričanj in verovanj, ki jih delijo vsi pripadniki družbe (ibid., 31), druga pa temelji na delitvi dela in je značilna za razvitejše družbe (ibid., 68). Durkheim poudarja, da tukaj ne gre za dve različni družbi, temveč za dva vidika ene in iste realnosti (ibid., 83). Pri družbi, za katero je značilna mehanska solidarnost, je posameznik neposredno povezan z družbo (ibid., 84), v družbah, ki temeljijo na organski solidarnosti, pa je pomembna vloga institucij (ibid., 85). Takšna družba ima sistem diferenciranih, specializiranih funkcij (ibid., 101).

Na vprašanja družbene dezintegracije v moderni in poznomoderni družbi opozarjajo tudi sodobnejši teoretiki, kot so Zygmunt Bauman (2000, 2001), Christopher Lasch (1979)⁴, Robert Bellah ([1985] 2008)⁵, Robert Putnam (2000)⁶ in Manuel Castells (1996, 1997, 1998, 2001)⁷. Ti se sicer ne strinjajo v vseh podrobnostih, vendar delijo skupno pesimistično stališče glede stanja poznomoderne oz. postmoderne družbe. Za ta čas naj bi bili značilni kolaps družinskih vrednot, zaton civilne iniciative ter

⁴ Lasch v svojem najbolj znanem delu *The Culture of Narcissism* (1979) pravi, da so družbene razmere v 20. stoletju (npr. druga svetovna vojna, vzpon potrošniške kulture) pripeljale do narcisistične strukture osebnosti (ibid., 31-36), za katero je značilen strah pred dolgoročno zavezo in dolgotrajnimi odnosi (ibid., 89), strah pred staranjem (ilustrira ga »mladostniška kultura« 60-ih in 70-ih let) (ibid., 207-217) in neskončno občudovanje slave in slavnih (hrani se iz filmske industrije in televizije) (ibid., 22-24).

⁵ Bellah skupaj s soavtorji v knjigi *Habits of the Hearth* iz leta 1985 ugotavlja, da današnje težave v ameriški družbi niso samo politične narave, ampak imajo tudi moralno ozadje in so povezane s pomenom življenja (Bellah 2008). Knjigo postavljajo ob bok sociološki klasiki *The Lonely Crowd* iz leta 1950 avtorja Davida Riesmana in sodelavcev.

⁶ Putnam izraža skrb zaradi erozije »socialnega kapitala« v ZDA, kar je glavna tema njegove knjige *Bowling Alone* iz leta 2000. Zaradi vse manjšega interesa ljudi za formalne povezave, kot so cerkve, sindikati in druge prostovoljne asociacije, naj bi bila ogrožena ameriška civilna družba (Putnam 2000).

⁷ Manuel Castells leta 1989 uvede koncept »prostor tokov« (»space of flows«), ki zaobjame materialne in nematerialne komponente globalnih informacijskih omrežij, ki se uporabljajo za koordinacijo ekonomije v kratkih časovnih intervalih in na velike razdalje. V 90-ih letih 20. stoletja je na to temo objavil pomembno trilogijo *The Rise of the Network Society* (1996), *The Power of Identity* (1997) in *End of Millennium* (1998).

zmanjševanje pomena solidarnosti in pomena življenja v skupnosti, ki naj bi jih nadomestila vse večja atomizacija družbe (Spencer in Pahl 2006, 10).

Zygmunt Bauman zastopa enega izmed najbolj pesimističnih pogledov, pri katerem so sodobni odnosi prehodni in povšinski, osebne skupnosti posameznika so kratkotrajne, se hitro menjajo in ne ponujajo nobene trajnejše naveze. Sodobne skupnosti so po njegovem krhke in kratkotrajne, temeljijo na prehodnih občutkih, ki posameznika premikajo od ene »tarče« do druge, v neskončnem iskanju varnih »nebes« (Bauman 2000, 37). To so »skupnosti, v katerih delimo skrbi, strahove in sovraštvo, ampak še vseeno so to samočasne opore, trenutna srečanja, skozi katera osamljeni posamezniki lajšajo svoje osamljene strahove« (ibid.).

V svoji knjigi *Liquid Modernity* (2000) izpostavlja težko nalogo, ki jo ima sodobni posameznik pri konstrukciji lastne identitete. Ta je po njegovem mnenju neprestano iskanje in boj, da ustvarimo obliko iz nečesa, kar samo po sebi nima oblike in je tipično fluidno (ibid., 82). Kadarkoli govorimo o identiteti, imamo v mislih harmonijo, logiko in konsistenco, v resnici pa se identitete zdijo trdne samo v primeru, ko jih za trenutek pogledamo od zunaj (ibid., 82-83). Ta proces pa je po njegovem usoda, ne izbira; individuuum mu ne more ubežati, nima druge izbire, kot da izbira med različnimi možnostmi. Ustvarjanje identitete primerja z nakupovanjem – posameznik vse svoje življenje nakupuje v »supermarketu identitet« (ibid., 83):

Če povzamemo: mobilnost in fleksibilnost identifikacije, ki je značilna za 'nakupovalni' način življenja, ni toliko spodbuda za emancipacijo, kot je instrument za redistribucijo svobode. To je razlog, da jo obravnavamo z mešanimi občutki – je privlačna in zaželena, hkrati pa nas tudi odbija in se je bojimo, zbuja nasprotujoča si občutja ... Naloga samoidentifikacije ima močno

moteče stranske učinke. Postane razlog za notranje konflikte in sproža vzajemno nekompatibilne težnje. (ibid., 90)

Anthony Giddens poudarja podobno idejo: »Refleksivni projekt sebe pomeni vzdrževanje koherentne, vendar kontinuirano revidirane biografske zgodbe; dogaja se v kontekstu mnogih izbir in je filtriran skozi abstraktne sisteme.« (Giddens 1991, 5). Po njegovem imajo v sodobnem družbenem življenju še poseben pomen življenjski stili: »Tradicija vse bolj izgublja na pomenu in vsakdanje življenje se vzpostavlja skozi nenehne dialektične medsebojne vplive lokalnega in globalnega. Posamezniki so tako prisiljeni, da se v veliki možnosti izbire pogajajo glede izbire življenjskega stila.« (ibid.).

Tudi Castells (1996) trdi podobno, ko pravi, da »v svetu globalnih tokov bogastva, moči in podob postaja iskanje identitete, kolektivne in individualne, pripisane in konstruirane, temeljni vir družbenega pomena ... Ljudje vse bolj organizirajo svoje pomene na podlagi tega, kar so oz. kar mislijo, da so, ne na podlagi tega, kar delajo.« (ibid., 3). V kasnejšem delu pa sklone, da refleksivno načrtovanje življenja postane nemogoče, razen za elito, ki je del brezčasnega prostora tokov globalnih omrežij in njihovih lokalnih manifestacij (Castells 1997, 11).

Pomembna dejavnika, ki vplivata na razkroj na lokalnosti temelječih skupnosti, sta poleg procesov globalizacije tudi povečana geografska mobilnost posameznikov ter hiter razvoj novih informacijskih tehnologij (Castells 1996, 440-448; Allan 1998, 83-84; Giddens 1999, 2-3; Spencer in Pahl 2006, 11).

Niso pa vsi sodobni teoretiki ostali pri pesimističnih zaključkih o stanju trenutne družbe, ampak so nekateri pogledali na dogajanje tudi z druge perspektive. Ti nam za razrešitev problematike družbene solidarnosti in kohezije ponujajo različne rešitve. Kot poudarja Pahl (2000, 5), še vedno

obstajajo močne družbene vezi v določeni obliki, saj atomizacija množične družbe, ki temelji na individualni potrošnji, ni verjetna podlaga za stabilen družbeni red. Pomembno vprašanje je, ali te sodobne vezi temeljijo na prijateljstvu ali ne (ibid.). Zgodila naj bi se transformacija skupnosti v povezave bolj osebne narave, ko za vzpostavljanje odnosov ni več bistven fizičen prostor, ampak način povezovanja med posamezniki (Spencer in Pahl 2006, 44-45). Oblikujejo se nove, »skrite oblike družbene solidarnosti« (ibid.), ki se tvorijo na nivoju neformalnih družbenih povezav in v mikro družbenih svetovih. V jedru tega povezovanja so prijateljske vezi, ki temeljijo na »osebnih skupnostih« posameznikov in delujejo kot »socialno lepilo« (Allan 1998, 83-84; Pahl 2000, 1).

Neformalna solidarnost, ki temelji na prijateljstvu, zagotavlja pomembno »vezivo, ki drži skupaj opeke povečano fragmentirane socialne strukture« (Jerome v Allan in Adams 1998, 190). Tudi Silver (1990, 1474) poudarja, da se je lahko paralelen sistem osebnih odnosov, katerih etika izključuje racionalno menjavo in utalitarne odnose, izoblikoval šele s pojavom neosebnih tržnih odnosov menjave produktov in storitev. Prijateljstvo in druge simpatetične vezi naj bi služile za povezovanje posameznikov v širšo družbo (ibid.). Osebne skupnosti so »osebne in individualne, vendar to nujno ne pomeni, da so tudi individualistične« (Spencer in Pahl 2006, 209). Čeprav so ljudje v sodobni družbi bolj usmerjeni nase, to še ne pomeni, da se ne počutijo povezani z drugimi ljudmi in da ne čutijo do drugih ljudi nobenih zavez; nasprotno, skozi svoje osebne skupnosti vzdržujejo pomembne in vsebinsko polne povezave z drugimi posamezniki (ibid.).

Raziskovanje t.i. »osebnih skupnosti« so kot prvi uvedli teoretiki družbenih omrežij, med katerimi je pomembno izpostaviti Barryja Wellmana. Ta je pojem osebnih skupnosti uporabil, ko je referiral na intimne in aktivne vezi med prijatelji, sosedi in sodelavci, pa tudi med sorodniki (Wellman in drugi 1988, 151). Wellman poudarja (1998, 17), da

študij osebnih skupnosti pomeni odkrivanje drugih oblik skupnosti, kot jih je poznal recimo Tönnies. Te so morda le šibko povezane in prostorsko disperzne, lahko tudi virtualne (ibid.). Spencerjeva in Pahl opredelita osebne skupnosti kot specifično podskupino neformalnih družbenih odnosov, ki so ljudem pomembni v določenem časovnem obdobju (2006, 44). Pomagajo pri razvoju človekovega občutka identitete in pripadnosti, so človekovo »biografsko sidro« (ibid., 56), vključujejo tudi moralno in normativno komponento (ibid.)⁸. Njihova sestava se lahko spreminja v teku človekovega življenja, vendar njihovo jedro skozi življenje ostaja isto (Pahl 2000, 2). So geografsko disperzne; ne gre za skupnosti, ki bi temeljile na empirični izkušnji, ampak gre za skupnosti, ki jih posameznik nosi v svoji zavesti (ibid.).

Ne obstaja dominantna oblika osebnih skupnosti; ljudje živijo v mikro družbenih svetovih, ki se med seboj močno razlikujejo v stopnji povezanosti, stopnji zavezanosti k odnosom in vzorcu naslanjanja na določene ali izbrane vezi med posamezniki⁹ (Spencer in Pahl 2006, 203). Sodobne postmoderne skupnosti so nomadske, temeljijo na prosti izbiri in emocionalnosti ter komunikaciji¹⁰ (ibid., 11). Virtualne skupnosti, ki jih omogoča razvoj interneta, naj bi bile tipičen primer sodobnih skupnosti (Spencer in Pahl 2006, 11-12). Te vzpostavljajo nove priložnosti za oblikovanje družbenih odnosov in odpirajo nove povezave med ljudmi, ki

⁸ V osebne skupnosti posameznika so vključeni tisti, za katere se počutimo odgovorni, in tisti, ki nam bodo pomagali in nas podpirali (Spencer in Pahl 2006, 56).

⁹ Spencerjeva in Pahl poudarjata, da ju preučevanje osebnih skupnosti zanima predvsem skozi optiko raziskovanja družbenih odnosov, ki tvorijo posameznikov osebni družbeni svet. Pri tem se naslanjata na Calhounovo definicijo skupnostnega življenja kot »načina povezovanja« in Delantyjev zaključek, da skupnost »ni oblika družbene integracije ali pomena, ampak odprt sistem komunikacije o pripadnosti« (Spencer in Pahl 2006, 46).

¹⁰ Spencerjeva in Pahl ločita med več različnimi oblikami osebnih skupnosti, pri katerih je razlikovalna dimenzija, kdo igra bistveno vlogo v našem življenju. Po njuni klasifikaciji obstajajo skupnosti, ki temeljijo na prijateljstvu, družini, sosedskih odnosih, partnerskih odnosih ali profesionalnih odnosih (Spencer in Pahl 2006, 130-131). Njuna raziskava je pokazala, da ne obstaja ena dominantna osebna skupnost; ljudje živimo v mikro družbenih svetovih, ki se zelo razlikujejo v povezljivosti, nivoju zaveze in njihovem zanašanju na pripisane in izbrane vezi (ibid., 203).

sicer ne bi bile možne¹¹ (Adams 1998, 15-16; Noris¹² 2004, 31-32; Spencer in Pahl 2006, 11-12). Tehnološki optimisti menijo, da bodo spletne skupnosti presegle družbeno atomizacijo in celo razširile obzorja povezovanja. Po drugi strani pa je treba biti previden pri trditvah, da bo revitalizacija skupnosti temeljila na tem, da sedimo sami v svoji sobi za svojimi omreženimi računalniki in polnimo življenja s svojimi virtualnimi prijatelji¹³ (Turkle 1995, 235).

2.2 Idealnotipska opredelitev prijateljstva

Ko govorimo o prijateljstvu v idealnotipskem smislu, lahko začnemo z vprašanjem, kdo je »pravi« prijatelj? V abstraktnem smislu prijateljstvo povezujemo s celo paleto lastnosti in značilnosti: prijatelje si izberemo sami, prijatelji smo z ljudmi, s katerimi imamo nekaj skupnega in uživamo v družbi eden z drugim, prijatelji se imajo med sabo radi, vedno so si v pomoč, s prijatelji delimo skupno zgodovino in smo prestali skupaj določene preizkušnje itd. (Spencer in Pahl 2006, 59).

V literaturi avtorji jasno poudarjajo, da pri svoji definiciji prijateljstva v zahodni družbi izhajajo iz idealnotipske percepcije, ki v realnosti naleti na določena odstopanja, služi pa kot pomemben analitski okvir v njihovem

¹¹ Glede na to, da virtualne skupnosti ne omogočajo neposrednega (»face-to-face«) kontakta med posamezniki, jim nekateri pisci ne priznavajo statusa »pravih« skupnosti v tradicionalnem smislu, ker naj bi temeljile na rahlih in prehodnih vezeh med ljudmi (Spencer in Pahl 2006, 11-12).

¹² Norisova (2004) se v svoji raziskavi konceptualno naslanja na politologa Roberta D. Putnama (2000) ter na njegov koncept »premostitvenega« (»bridging«) in »povezovalnega« (»bonding«) socialnega kapitala (ibid., 22). Po njegovih besedah se premostitveni socialni kapital nanaša na družbena omrežja, ki povezujejo med seboj različne posameznike brez njihovega predhodnega poznavanja, povezovalni kapital pa povezuje med seboj ljudi, ki so si že blizu, so si med seboj podobni ter imajo skupno življenjsko ozadje (ibid.).

¹³ Ko govorimo u učinkih virtualnosti, se lahko naslonimo na delitev, ki jo omenja Turklova (1995). Izhaja iz članka, objavljenega v časopisu *New York Times*, ki vire na temo življenja v virtualni sferi in posledic le-tega deli v tri skupine: utopične, utalitarne in apokaliptične. Avtorji, ki jih uvršča v skupino utopističnega pisanja oz. tehno-optimistov, poudarjajo demokratizirajoči potencial novih tehnologij, pozitivne učinke za izobraževanje in druge pozitivne doprinose v osebni in družbeni življenju; avtorji, ki se nagibajo v smer utalitarnosti, izpostavljajo praktične vidike novega načina življenja; apokaliptično pisanje pa poudarja družbeno in osebno fragmentacijo življenja, vse bolj razširjen družbeni nadzor in izgubo neposrednega stika s svetom (ibid., 231-232).

raziskovanju. Paine (1999, 40) imenuje to raziskovalno okolje »svet idej-vrednot« (»world of idea-value«); v njem prevladuje visoka individualizacija, na kateri temelji prijateljstvo (ibid.). Tudi Carrier (1999) govori o »brezkompromisnem« pogledu na prijateljstvo, ki vidi odnos v njegovi najbolj čisti obliki. Ta idealizacija prinaša v ospredje elemente, ki so skupni in centralni ideji prijateljstva (ibid., 21). Podobno kot Paine poudarja, da je gledano iz te perspektive sebstvo, na katerem temelji prijateljstvo (»self of friendship«), svoboden in neodvisen akter, ki je hkrati tudi pomemben element zahodne liberalne misli (ibid., 23).

Silver (1990) pa postavi prijateljstvo v idealni perspektivi za prototip osebnega odnosa, ki predstavlja nasprotje neosebnemu odnosu, kot njegove glavne lastnosti pa omenja njegovo neodvisnost od formalnih vlog in obligacij, zasebnost odnosa, njegovo odvisnost od volje in izbire akterjev in njegovo intimnost (ibid., 1476-1477). Podobne kvalitete poudarjajo tudi drugi avtorji; v idealnih terminih je prijateljstvo odnos, ki ga sami ustvarimo, ni predpisan, je zasebne narave ter popolnoma prostovoljen (Bell in Coleman 1999, 8-9).

Paine (1999, 41-42) izpostavi tri bistvene lastnosti idealnega odnosa v svetu idej-vrednot; to so pravila relevantnosti (»relevancy«), standard ekvivalentnosti (»equivalence«) in zasebnost v odnosu (»privacy«)¹⁴. V svojem članku iz leta 1969 pa omeni kot tri glavne karakteristike »pravega« prijateljstva¹⁵: njegovo »avtonomijo« (kot nasprotje

¹⁴ »Pravila relevantnosti« se nanašajo na zapovedi, kaj je v odnosu prijateljstva dovoljeno in/ali zaželeno. Ta pravila v odnos niso vsiljena od zunaj in so lahko v veliki meri skrita zunanemu svetu; so nekakšen »skriti kod« prijateljstva« (Paine 1999, 41). »Standard ekvivalentnosti« se nanaša na izmenjavo v odnosu in prijateljstvo je izjema splošnemu pravilu, da je dobra izmenjava tista, kjer dobimo iz odnosa več, kot vanj vložimo; v prijateljstvu dajemo brez kalkulacij in upamo, da bomo dobili nazaj v isti meri (ibid., 42). »Zasebnost« v odnosu ločuje en odnos od drugega; prijateljstvo je zaseben odnos (ibid.).

¹⁵ Paine (1969, 514) glede na prijateljstvo kot »avtonomen« odnos, ki je prostovoljen in zunaj sveta pripisanosti; to pa je mogoče samo, če prijateljstvo osebni in zaseben odnos. »Nepredvidljivost« v prijateljskem odnosu se nanaša na nasprotje rutinskosti v odnosu (ibid.). Na prijateljstvo gleda kot na

pripisanosti), njegovo »nepredvidljivost« (kot nasprotje rutinskosti odnosa) ter njegovo »zaprtost« (kot nasprotje odprtosti odnosa) (Paine 1969, 514).

Kot trdi Wolf (1966, 10), antropološka literatura o prijateljstvu pogosto poudarja diferenciacijo med prijateljskimi odnosi in drugimi odnosi (sorodstvo, družbeni razred, status, vloga). Glavni kriterij za to razlikovanje je potencialnost oz. možnost ustvarjanja prijateljskih odnosov in sigurnost oz. pripisanost drugih omenjenih odnosov (ibid.). Prijateljstvo je avtonomen odnos, kar je v nasprotju s pripisanostjo odnosa, in vključuje prostovoljno dimenzijo (Paine 1969, 514; Du Bois 1974, 16-18; Silver 1990, 1474; Carrier 1999, 21; Bell in Coleman 1999, 8-9). Pahl (2000, 62) pravi, da sta svoboda in odsotnost prisile pomemben element prijateljstva, če gledamo nanj v idealni zahodni perspektivi; v modernem idealu prijateljstva odnos temelji na svobodni izbiri, ker je produkt naše osebne aktivnosti. »Ta vizija modernega prijateljstva je povezana s pozno modernim ukvarjanjem – če ne celo obsesijo – z individualno svobodo in izražanjem.« (ibid.). Samo skozi svobodo odločanja in odsotnost prisile je lahko individuum motiviran preko spontanih čustev naklonjenosti, ki so pogoj za idealnotipsko prijateljstvo (Carrier 1999, 23). Ko govorimo o prijateljstvu, govorimo o ljudeh, ki »sledijo svojim notranjim spodbudam, to so njihovi občutki« (ibid., 21). Brez tega govorimo o sodelavcih, ki se srečujejo, o sorodnikih, ki čutijo povezanost med sabo. To je seveda pogled na prijateljstvo v njegovi najbolj čisti obliki (ibid.). Odnosi prijateljstva sicer navadno ne temeljijo, vsaj ne neposredno, na družinskih in na sorodstvenih vezeh ali na seksualnih odnosih, čeprav je določena mera prekrivanja mogoča (Abrahams 1999, 155). Rapport poudarja ne-institucionaliziranost oz. celo anti-institucionaliziranost kot eno najpomembnejših dimenzij prijateljskega odnosa (Rapport 1999, 115).

»zaprt« odnos (»terminal relationship«), saj je vsebina in vedenje v prijateljskem odnosu ločena od interakcije z drugimi posamezniki (ibid.).

Tudi zasebnost odnosa je pomembna dimenzija prijateljstva. O'Connorjeva (1989, 124) poudarja, da je distinkcija med zasebno in javno sfero v definiciji prijateljstva percipirana kot problematična, saj implicira, da so ljudje v javni sferi vezani samo na ustvarjanje čisto instrumentalnih odnosov. Očitno pa je, da so odnosi prijateljstva pomembni tudi v javni areni, npr. na delovnem mestu (ibid.). Paine (1969, 513) pa v razlagi relatije med prijateljstvom in zasebnostjo poudarja, da zasebnost v osebnem odnosu vključuje predvsem neodvisno vzpostavljanje in vzdrževanje odnosa, ki se ne nanaša na statuse posameznikov v skupinah. Prav tako se posamezniki svobodno odločajo, ali bodo komunicirali določeno vsebino drugim, samo prijateljem pa ostajajo znane tudi norme vedenja med njima (ibid.).

Različni avtorji (Allan 1989, Paine 1969) so poudarili potrebo po simetriji in v grobem enakem statusu med prijatelji, kar naj bi odnos razlikovalo od hierarhično strukturiranih odnosov sorodstva in utalitarnih odnosov (»patron-client«)¹⁶. Razlog za to naj bi bil v ideji, da neenakost, ki jo razumemo kot razlike v materialnih sredstvih in pogosto tudi v družbenem statusu, lahko fundamentalno škodi prostovoljnemu odnosu, močno temelječemu na čustvih, lojalnosti, intimnosti in vzajemni podpori (Rezende 1999, 80). Ta ideja je povezana z dvema predpostavkama: prva je, da bi morali biti odnosi, ki temeljijo na intimnosti in čustvih, ločeni od odnosov, ki jih vodijo materialni interesi (kot dve ločeni domeni); druga predpostavka pa izhaja iz misli, da so materialni interesi obravnavani negativno, ker njihovo uresničevanje vodi k razlikam med posamezniki, ki so v osnovi obravnavani kot enakovredni (ibid.). Po mnenju Rezendejeve »sledenje kaže na kontradikcijo v 'zahodnem' individualizmu: pomiritev dejanskih socialnih razlik med skupinami ljudi z idejo, da so 'po naravi' vsi

¹⁶ Paine (1969, 515-519) v opozicijo s prijateljstvom postavi nekatere druge odnose, ki niso prijateljstvo, lahko pa po njegovem mnenju tudi vključujejo prijateljsko vlogo. Ti odnosi so poznanstva, partnerstva, profesionalni odnosi, odnosi »patron-klient«, skupinska združenja in društva, odnosi med sorodniki in zakonci.

enaki. Od tu izvira povezava ideje prijateljstva z enakopravnostjo, ki je zakoreninjena globoko v moderni 'zahodni' misli.« (ibid.).

Silver (1989) raziskuje, ali je enakost pogoj za prijateljski odnos. Pri tem pravi, da so bile v preteklosti nekatere oblike prijateljstva vzpostavljene prav na neenakosti statusov, zato da so lahko prijatelji eden drugemu zagotovili različne vire in dobrine (ibid., 279). Enakost razmer naj bi lahko celo vodila k rivalstvu in ljubosumju (ibid., 281). Zaključí, da je ukvarjanje z anti-instrumentalizmom v glavnem povezano z modernim videnjem prijateljstva kot odnosa, ki je cenjen zaradi odnosa samega («for its own sake»). Silver torej izključuje enakost kot univerzalni pogoj prijateljstva¹⁷.

Definicija prijateljstva v idealnih terminih poudarja tudi intimnost odnosa, saj gre za odnos, ki je globoko osebne narave (Reed-Danahay 1999, 137). Intimnost med prijateljema služi za zadovoljevanje potrebe po čustveni in kognitivni varnosti (Paine 1999, 41). V ta namen se med ljudmi ustvarja okolje, ki je predvidljivo in v katerem lahko razvoj dogodkov napovedujemo z veliko verjetnostjo – na kratko, zaprto okolje zaupanja in zaupnosti (ibid.).

Olikerjeva (1998, 20) izpostavi dve možni definiciji intimnosti: prva se nanaša na dobro medsebojno poznavanje, ki vključuje tudi vpogled v čustveni svet, naklonjenost in moralne nagibe prijatelja; druga definicija, iz katere avtorica izhaja tudi pri svojem raziskovalnem delu, pa je ožja in se nanaša na deljenje najglobljih notranjih izkušenj človeka s človekom, na vzajemno medsebojno raziskovanje in na izražanje čustvene povezanosti. Ta slednja po njenem zahteva kulturo individualizma in se odvija v zasebni sferi (ibid.). Olikerjeva se pri pojmovanju intimnosti v ožjem pomenu besede naslanja na obliko intimnosti, ki jo Marks (1998,

¹⁷ Tudi O'Connorjeva (1989) poudarja, da nam poudarek na podobnosti med prijatelji kot karakteristiki prijateljskega odnosa pove več o kulturnem kontekstu, v okviru katerega se odnos vzpostavlja. Dimenzije podobnosti, ki so izpostavljene kot pomembne, se konstituirajo kulturno in družbeno specifično (ibid., 128).

44) imenuje »ekskluzivna intimnost«, Giddens (1991, 185-187; 2000, 64) pa »čisti odnos«¹⁸. Ta je tipično značilna za diadni odnos, za razliko od »inkluzivne intimnosti«, ki je orientirana skupinsko (Marks 1998, 43). V diadnem odnosu so prijatelji vezani na nas osebno in ni nobene potrebe, da bi bili prijatelji naših prijateljev. Izberemo svoje prijatelje in prijatelji recipročno izberejo nas, čeprav ne vemo točno, kako uravnotežena je zavezanost odnosu in čustvena pripadnost drugega v diadnem odnosu¹⁹ (Pahl 2000, 13-14).

Kot pravi Pahl (2000), moderni ideal prijateljstva »ne temelji na pravilih in regulaciji, ali na kateremu koli delu institucionaliziranega reda. Odločitev, kako se bodo vedli s svojimi prijatelji, posamezniki sprejmejo na podlagi lastne volje.«²⁰ (ibid., 61). Prijateljstvo je utemeljeno na čustvih, hkrati pa mora biti to čustvo med udeležencema recipročno, saj gre za partikularističen, ne za splošen odnos (Pitt-Rivers 1973, 96). V skladu s tem pogledom recipročni odnosi prijateljstva izgubijo svoje bistvo, ko so podvrženi kalkulacijam (Bell in Coleman 1999, 8-9)²¹.

Johnatan Parry (1986, 466) postavi koristno izhodišče za povezavo med procesom menjave in prijateljstvom, ko govori o ideologiji čistega daru (»ideology of the pure gift«), o menjavi, v kateri sta darovalec in dar »svobodna in neprisiljena«. V tej perspektivi darovalca, neodvisnega

¹⁸ Čisti odnos se »nanaša na situacijo, kjer dva stopita v družbeni odnos zaradi odnosa samega, zaradi tistega, kar lahko vsaka oseba dobi iz daljšega druženja z drugo osebo; gre za odnos, ki traja le, če obe osebi menita, da je obojestransko zadovoljiv« (Giddens 2000, 64). Čisti odnos je po Giddensovem mnenju abstraktna ideja, ki v realnosti ne obstaja, kot teoretični model pa zajema ljubezenske odnose, odnose staršev in otrok ter prijateljske odnose (Giddens 1999, 61). Temelji na emocionalni komunikaciji, ki je osnova za nadaljevanje odnosa (ibid.).

¹⁹ Pahl (2000) poudari tudi, da je za prijateljski odnos tudi veliko bolj verjetno, da sčasoma izgine zaradi socialne in geografske mobilnosti, kot da bi ga prav ostro prekinili (ibid., 14).

²⁰ Čeprav je prijateljstvo v literaturi opredeljeno kot prostovoljno in zunaj sveta pripisanih odnosov, pa to velja v glavnem oz. predvsem, kadar je prijateljstvo osebni in zaseben odnos (Paine 1969, 514). Takoj, ko je prijateljstvo priznано za družbeni odnos, postane institucija v ohlapnem pomenu besede; lahko rečemo, da je neke vrste institucionalizirana neinstitutija (ibid.).

²¹ Ideal sodobnega prijateljstva, ki temelji na svobodi, brez omejitev družbenih vlog in obligacij, po drugi strani postavljajo pod vprašaj empirične raziskave. Te so pokazale, da ima večina prijateljstev jasne obligacije, ki jih omejujejo. V finančnih težavah bi se recimo malo ljudi obrnilo na prijatelje, v primeru težav v partnerskih odnosih pa bi jih šlo veliko k prijatelju po nasvet (Pahl 2000, 38).

individuuma, motivira notranja volja, saj ni obvezan k temu, da mora nekaj podariti. Po njegovem mnenju je pojem »čistega daru« samo ideološka kategorija, saj se v resničnosti vedno pričakuje ekvivalentno povračilo za dar (ibid.). Carrier (1995, 157) v diskusiji, v kateri se sklicuje prav na Parryja, prav tako poudarja, da je na nivoju vrednot morda idealno darilo res brez obligacij – prostovoljno je podarjeno in v zameno se ne pričakuje nobene kompenzacije. Na nivoju kulturnih pričakovanj in vsakodnevnega življenja pa ni tako, saj darovanje lahko generira močne obligacije po vrnitvi daru (ibid.). Carrier (ibid., 159) izpostavlja tudi, da v odnosih darovanja ljudje niso svobodni, avtonomni individuumi, ampak so moralne osebe, ki se identificirajo preko odnosov z drugimi, ti odnosi pa jih tudi zavezujejo²². Carrier se v svojem delu naslanja tudi na Maussovo (1996) teorijo daru, ki predpostavlja, da »totalna usluga« ustvari obvezo, da dobljena darila povrnemo, obvezo, da darilo damo, in obvezo, da darilo sprejememo (ibid., 27). Hkrati pa Carrier (1991) poudarja tudi, da je Maussova predpostavka o nujnosti povračila darila generalizacija; v nekaterih primerih prejemnik vseeno ni obvezan darila povrniti (ibid., 123). Ta svoboda po njegovem recimo obstaja, ko posamezniki ustvarjajo nove odnose ali transformirajo stare (ibid.). Podobno poudarja tudi Parry; reciprociteta je v določeni meri samo normativno pričakovanje v družbi in je nekaj prostora tudi za možnost, da darila ni potrebno povrniti (Parry 1986, 453-469).

Paine (1999, 41) pri definiciji prijateljstva vpelje standard ekvivalentnosti, ki se nanaša na menjavo v odnosu, in ugotavlja, kaj je za prijatelje dobra menjava. Ideal prijateljstva temelji na recipročnosti in ekvivalentnosti; posameznik prispeva sebe in pričakuje, da bo dobil povračilo v enaki meri (ibid., 42). Poudarja pa tudi, da je prijateljstvo, ko govorimo o

²² Po Carrieru (1995) transakcijo pojmuje kot dar zaradi odnosa, ki obstaja med darovalcem in prejemnikom, ter zaradi odnosa med posamezniki in darom, ne pa zaradi forme in ceremonialne oblike procesa darovanja (ibid., 19).

ekvivalentnosti, izjema splošnega pravila, da je dobra »kupčija« odnos, v katerem je prejeta vrednost večja od dane vrednosti (Paine 1969, 510). To dokazujejo primeri, ko ljudje prekinejo prijateljske odnose tudi v primeru, ko je ta odnos videti recipročen, ali ko je nekdo cenjen kot prijatelj tudi, ko ne vrača uslug (ibid., 511). Prijateljstvo temelji na generalizirani obliki recipročnosti²³, če jo obravnavamo v kategorijah Marshalla Sahlinsa (Sahlins v Wolf 1966, 13).

Avtorja Durrenberger in Palsson (1999, 60) pa skozi primere islandskih sag poudarjata skrajno oportunistične vidike krepitve prijateljstva skozi izmenjavo darov, ali včasih skozi »kupovanje« odnosov. Po njunem lahko na prijateljstvo (bodisi ceremonialno ali neformalno) gledamo kot na adaptacijo situacijam velike nesigurnosti, nujnosti preživetja v kontekstu menjajočih se alians in kaotičnih političnih manevrov (ibid., 73). To lahko služi tudi kot dokaz trditvi, ki jo izpostavljata Feld in Carter (1998) – prijateljske odnose uravnavajo določene norme, ki pa so odvisne od konteksta, v katerem se prijateljstvo vzpostavi in razvija (ibid., 140-141).

Med prijatelji obstaja tudi pomembno pričakovanje, da se med seboj ne izdajo. Osebno zaupanje je moralna kvaliteta, čeprav obstajajo tudi meje, kako daleč gre podpora med prijatelji (Pahl 2000, 61). Prijateljstvo temelji na vezi vzajemnega zaupanja in razkrivanja skrivnosti, oz. kot pravi Pahl (ibid., 83): »S prijatelji delimo zaupne teme, ki jih z drugimi ljudmi ne bi ... S tem postanemo ranljivi, kar je znak zaupanja in naklonjenosti. Na ta način damo prijateljem privilegiran dostop do tega, da vplivajo na naše življenje.« Prav tako poudarja, da se moramo vesti, »kot da nas prijatelji

²³ Marshall Sahlins je koncept recipročnosti, ki vključuje set odnosov menjave med posamezniki in skupinami, razdelil na tri oblike pojavnosti (Hunt v Barfield 2005, 398): generalizirana recipročnost, uravnotežena recipročnost in negativna recipročnost. Generalizirana recipročnost je altruističen pol menjave, saj se za objekt menjave ne pričakuje in ne dobi povračila, vsaj ne takoj (ibid.). Pri uravnoteženi recipročnosti so transferi med subjektoma menjave uravnoteženi (ibid.). Pri negativni recipročnosti pa je objekt menjave odtujen brez namena povračila (ibid.)

ne bodo izdali, čeprav vemo, da to lahko naredijo. Naše osebno zaupanje mora preseči to zavedanje: to zaupanje temelji na moralni kvaliteti, za razliko od formalnih pogodb, ki jih utemeljijo tretje osebe.« (ibid., 63). Allan Silver (1989) to trditev postavi v sociološke okvirje, ko pravi, da zaupanje temelji na moralni zavezi, saj potrjuje nezmožnost izdaje, čeprav je ta možna. Prijateljstvo v moderni kulturi je moralno utemeljeno, tudi kot čisti izraz prostovoljne aktivnosti v domeni osebnih odnosov (ibid.). Anthony Giddens (1991, 19) pravi, da zaupanje implicira neracionalne in nekalkulativne elemente, kar pomeni, da temelji bolj na zavezi kot na kognitivnem razumevanju²⁴. Ampak to je samo del definicije; obstaja razlikovanje med zaupanjem, kjer se to nanaša na konkretno aktivnost, in zaupanjem kot generalnim pričakovanjem (ibid.). Zaupanje vedno vključuje stopnjo tveganja, ker nimamo možnosti, da bi lahko vseskozi opazovali druge, ter ker nimamo možnosti, da bi imeli popolno vedenje o motivacijah drugih ljudi (ibid.). V realnosti je treba na zaupanju delati, ne obstaja samo po sebi (Giddens 1999, 62). Paine (1999, 44) pa poudarja, da v primeru kršenja principov privatnosti ali zaupnosti med dvema prijateljema govorimo tudi o »izdaji«. Če se posameznik počuti prevaranega, to pomeni, da je izgubil del sebe – tisti del, ki ga je »dal« svojemu prijatelju (ibid., 45).

Pri idealni definiciji prijateljstva pa ne moremo mimo Aristotela, ki se mu lahko zahvalimo za eno najbolj provokativnih in najbolj trajnih pogledov na prijateljstvo (Pahl 2000, 15). Aristotel (2002) je razlikoval med prijateljstvom, ki temelji na koristi, prijateljstvom, ki temelji na užitku, in tistimi (pravimi, popolnimi, dolgotrajnimi) povezavami, ki temeljijo na predanosti:

24 Giddens (1991) govori o konceptu »osnovnega zaupanja (»basic trust«), ki izhaja iz zgodnjega otroštva in implicira zaupanje v kontinuiteto drugih in objektnega sveta (ibid., 36-42, 243).

Ljudje, ki so si prijatelji iz nagibov koristnosti, ne ljubijo svojih prijateljev zaradi njih samih, ampak po tem, kolikor lahko z njihovo pomočjo dosežejo neko dobrino. Podobno je s tistimi, ki so si naklonjeni iz nagibov prijetnosti: ljudje, ki si laskajo in dobrikajo, ne ljubijo drug drugega takšnega, kakor je v resnici, ampak le kolikor je kdo komu zabaven in prijeten ... Popolno je le prijateljstvo med dobrimi, to je med tistimi, ki so si podobni v vrlini. Le-ti si želijo dobro, ker so sami dobri; dobri pa so že po svojem bistvu. Najbolj pristni so tisti prijatelji, ki želijo prijatelju dobro kot prijatelju; ti ljudje imajo prijatelja radi zavoljo njega samega, ne pa zaradi nekih slučajnih okoliščin. Prijateljstvo med takšnimi traja, dokler traja njihova vrlina; vrlina pa je nekaj trajnega. (ibid. 244-246)

Zadnja in najbolj čista forma prijateljstva ilustrira njegovo prepričanje, da lahko takšne individualne povezave tvorijo osnovo za vse družbene povezave (Bell in Coleman 1999, 9). Po Aristotelovem mnenju »dobri ljudje« tvorijo zaveznitva za dobro skupnosti (ibid.). Aristotel je uvedel kvalitativno višjo formo prijateljstva, ki še vedno ostaja kontraverzna, hkrati pa je zanimiva zaradi svojega pomena in implikacij (Pahl 2000, 21). Prisotnost pravega predanega prijateljstva vidi kot sestavino dobrega življenja: preko dožemanja prijatelja dojemamo sami sebe, preko poznavanja prijatelja spoznavamo sami sebe, prijatelj je »drugi jaz« (ibid., 22). »Pravi predani prijatelji razširijo moralno izkušnjo drug drugega ... Lahko rečemo, da prijatelji drug drugemu zagotavljajo ogledalo, v katerem se vidijo. Ta čista forma aristotelovskega prijateljstva je najbolj celovita moralna izkušnja, kar jih človek premore.« (ibid.).

2.3 Praktični in funkcionalni vidiki prijateljstva

Raymond Firth poleg vsesplošne pojavnosti, raznolikosti, večpomenskosti in celo dvoumnosti izpostavlja tudi praktični vidik prijateljstva za vpletene posameznike. Toleranca, zaupanje in deljenje tudi bolj zasebnih misli med

prijatelji imajo velik pomen pri krepitevi posameznikove zavesti o lastni identiteti (Firth 1999, xiii-xv). Prijateljstva v postmodernem svetu so za posameznike pomembni odnosi, ker jim omogočajo, da je definicija njihovega sebstva v veliki meri pod njihovim nadzorom (O'Connor 1989, 117). Skozi večpomenskost («ambiguities») in ambivalentnost («ambivalences»), ki sta vključena v ustvarjenje in ohranjanje prijateljstva, se naučimo, kako drugi vidijo nas in kako lahko mi vidimo sebe (Bell in Coleman 1999, 1). Prijatelji nam pomagajo pri oblikovanju naših konstantno spreminjajočih se identitet (Pahl 2000, 39).

Moški in ženske niso pripravljene sprejeti vloge stalnih socialnih kameleonov, ki prehajajo iz ene službe v drugo, od enega partnerja do drugega. Lahko se zanesejo na svoje prijatelje, da jim zagotavijo podporo in konfirmacijo njihovih trajnih identitet. Še več, bližnji prijatelji lahko zagotavljajo potrebno vodenje in podporo za željo, da smo pošteni in dobri. (ibid., 69-70)

Prijateljstvo igra tudi kompenzacijsko emocionalno vlogo v življenju posameznika v primeru prikrajšanja v družinskih ali sorodstvenih vlogah in zmanjšuje socialno dezorientacijo (Gilmore, Leyton, Uhl, Kennedy, Wyle, Krappman v Reed-Danahay 1999, 139-141; Pahl 2000, 86-87). Po drugi strani pa zagotavlja tudi, da osebnost ni popolnoma »sploščena« pod pripisanimi vlogami (Du Bois 1974, 32). V družbi, kjer se sebstvo neprestano redefinira, zagotavlja prijateljstvo pomembno podporo za posameznikovo pozitivno samopodobo (O'Connor 1989, 122). Allan in Adamsova (1998) pravita, da:

nam prijatelji zagotavljajo občutek individualnosti, ki na določeni ravni deluje kot validacija naše osebne edinstvenosti. Prijatelji to tipično zmorejo, ne da bi ogrozili družbenih vlog, ki jih zavzemamo. Po eni strani nas prijatelji od teh vlog distancirajo, po drugi strani pa poudarjajo njihovo pomebnost v našem življenju ... Ko smo hkrati

zunaj teh vlog in v stiku z njimi, naši prijatelji na mnoge načine preverjajo našo avtentičnost in ocenjujejo naše trditve, medtem ko potrjujejo našo osebno identiteto. (ibid., 191)

Bližnji prijatelji si lahko odkrivajo nova interesna področja, aktivnosti in intelektualne izzive (Pahl 2000, 80). S tem, ko privzemamo nove interese, postajamo bolj podobni svojim prijateljem. To ne pomeni, da je prijatelj nujno dominanten, ampak preprosto to, da smo odprti za spremembe (ibid.).

Za mlade v dobi adolescence je znano, da so močno odvisni od svojih vrstnikov, ko gre za družbeno podporo in oblikovanje lastne identitete. V sodobni družbi pa prijatelji kulturno determinirajo posameznike tudi v kasnejših fazah življenja. Zgodnja faza odvisnosti od prijateljev se za velik del populacije nadaljuje skozi dvajseta in trideseta leta starosti. Sploh za manjšino [sic], ki nima stalnih partnerskih zvez, so prijateljski odnosi centralnega pomena skozi življenje. (ibid., 1)

Feld in Carter (1998) sta polje skupnih aktivnosti med prijatelji zaobljela v koncept »fokus aktivnosti«, ki ga definirata kot »katerokoli socialno, psihološko, pravno ali fizično entiteto, okoli katere so organizirane skupne aktivnosti« (ibid., 136). Koncept se nanaša na interakcijske arene, kot so soseske, delovna mesta, prostovoljne organizacije, kot tudi na družino in lokalne vezi, ki pripeljejo ljudi skupaj v ponavljajoče se interakcije skozi skupne aktivnosti (ibid.). Poudarjata tudi to, da na prijateljstvo, ki se razvije znotraj določenega fokusa aktivnosti, vplivajo dejavniki, kot so način komuniciranja, specifične norme, socialni pritiski in družbena podpora, ki izvira iz te določene aktivnosti (ibid., 143). To razmišljanje se navezuje na idejo, da je potrebno odnose prijateljstva vzdrževati. Zahtevajo svoj čas, napor in druge vire (O'Connor 1989, 129-131). Pri prijateljstvu je pomembno vzpostaviti tudi simbolno polje, oz. kot temu

pravi Baxterjeva (1987), »simbole odnosa« (»relationship symbols«) (ibid., 261). Ti naj bi vključevali določeno vedenje, dejanja in dogodke. Implicitno razvidno iz njene ideje je, da prijateljstvo temelji na vsakodnevnih interakcijah in da se prijatelji počutijo kot del neke »enote« (ibid., 261-280).

Poleg emocionalne izpolnitve pa ima prijateljstvo lahko še druge funkcije. Wolf (1966, 10) uvede razlikovanje med dvema tipoma prijateljstva – »emocionalnim« in »instrumentalnim«. Medtem ko ima emocionalno prijateljstvo vlogo čustvenega izpolnjevanja posameznikov in ponuja zagotovilo, da nismo nikoli sami (ibid. 11), ima instrumentalno prijateljstvo drugačno funkcijo. V instrumentalnem gledanju na prijateljstvo odnos zagotavlja dostop do virov – tako naravnih kot socialnih; doseganje virov postane vitalna funkcija prijateljstva (ibid., 12). V kontrastu z emocionalnim gledanjem na prijateljstvo, ki je v tem pogledu diadni odnos, je v instrumentalnem prijateljstvu vsak posameznik potencialna povezava do oseb zunaj odnosa in ljudje stremijo k vzpostavljanju novih odnosov (ibid.). Hkrati pa Wolf poudarja tudi, da je odnos lahko ogrožen, če je v prijateljstvu instrumentalni vidik v ospredju (ibid., 13).

Ko postavimo idealen odnos v resničen svet, naletimo na več vprašanj, ki odnos prijateljstva postavijo v bolj relativno perspektivo. Rezendejeva (2007) poudarja, da je prijateljstvo ideal, ki se v realnosti nikoli ne kaže v čisti obliki. Po njenem mnenju ima čisto spontano razkrivanje sebe recimo tudi svoje pasti, »saj lahko poseže v zelo cenjen osebni prostor drugega« (ibid.). »Biti iskren v tem, kar smo, je hkrati zaželeno in nezaželeno vedenje, saj nanj lahko gledamo tudi kot na pomanjkanje uvidevnosti do drugega. Biti vljuden je včasih zaželeno, čeprav smo na ta način manj avtentični, saj s tem pokažemo spoštovanje do osebnega prostora drugega.« (ibid.). Ali kot pravi Paine (1999):

Prijateljstvo je percipirano kot 'svetišče' in to ima svoje pasti ... Besede, kot so 'izdaja' ali 'izdajalec' ali 'tujec' ali 'intimni' ali 'heroj', so vse relacijske in visoko kontekstualne: moj prijatelj je lahko moj heroj, medtem ko je zate izdajalec ... Včasih se na videz izključujoče vloge združijo v eno samo – npr. 'intimni tujec'.« (ibid., 44)

William K. Rawlins (1992) prav tako poudarja dialektiko v odnosih prijateljstva in relativnost v določenih pričakovanjih. V svoji analizi upravljanja komunikacije med prijatelji opredeli »dva seta dialektičnih principov« (ibid., 7):

'Kontekstulana dialektika' ('contextual dialectics') se nanaša na dialektiko med zasebnim in javnim ter na dialektiko med idealnim in realnim. 'Interakcijska dialektika' ('interactional dialectics') pa vključuje dialektiko med svobodo, da smo odvisni, in svobodo, da smo neodvisni, dialektiko med naklonjenostjo in instrumentalnostjo, dialektiko med kritiziranjem in naklonjenostjo ter dialektiko med ekspresivnostjo in zaščitništvom. (ibid.)

Dialektika med zasebnim in javnim se nanaša na komunikacijske izzive v prijateljstvu, ko se v odnosu prepletata zasebna in javna sfera. Medtem ko ima prijateljstvo v javni sferi zahodnih družb marginalno vlogo, pa je v zasebni sferi pomembna vez, ki temelji na moralnih načelih (ibid., 10). Dialektika med idealnim in realnim obsega igro med abstraktnimi idealni in pričakovanji ter med realno formo prijateljskega odnosa (ibid., 11-13).

Dialektika svobode po njegovem pomeni, da smo hkrati neodvisni in odvisni: po eni strani želimo imeti življenje, ki je lahko popolnoma neodvisno od naših prijateljev, po drugi strani pa želimo tudi svobodo, da prijatelje pokličemo, kadarkoli jih potrebujemo. Popolna neodvisnost implicira, da odnos sploh ne obstaja, medtem ko bi popolna odvisnost

pomenila ogrožanje individualne integritete in avtonomije (ibid., 16-17). Z dialektiko med naklonjenostjo in instrumentalnostjo Rawlins poudarja, da obstaja nasprotje med popolno radodarnostjo in reciprociteto ter med popolno spontanostjo in obligacijo. Predpostavko, da je pravo prijateljstvo temelji samo na naklonjenosti in ne instrumentalnosti, avtor postavi pod vprašaj (ibid., 17-20). Z dialektiko med kritiziranjem in naklonjenostjo Rawlins razume dejstvo, če prijatelj drugega včasih kritizira, to pomeni, da ga jemlje resno. Včasih pa mora pravi prijatelj spodrseljaje drugega preprosto spregledati (ibid., 20-22). Dialektika med ekspresivnostjo in zaščitništvom implicira tenzijo med tem, da se prijatelju popolnoma odpremo, in tem, da zaščitimo občutljive dele svoje osebnosti (ibid., 22-23).

V zahodni družbi naj prijateljske povezave sicer ne bi bile povezane s konkretnimi motivi, ki so vezani na doseganje življenjskih ciljev. Po drugi strani pa recimo študije elit dokazujejo, da je prijateljstvo pomembno za dostop do informacij in drugih virov (O'Connor 1989, 123). Obstaja sicer velika ambivalentnost pri tem, da tem odnosom priznamo realen obstoj, saj implicirajo korupcijo in spodkopavajo verjetje v demokratičnost družbe (ibid.).

2.4 Prijateljstvo v antropologiji

Raziskovanje prijateljstva je prišlo v antropologijo relativno pozno. Antropologi tej temi dolgo časa niso namenjali veliko pozornosti (Seymour-Smith 1986, 125; Bell in Coleman 1999, 5; Barnard in Spencer 2002, 246). Pred približno tridesetimi leti je Robert Paine izjavil, da so etnografi sodelovali v življenjih domačinov, v katerih je bilo prijateljstvo verjetno prav tako pomembno kot sorodstvo, kljub temu pa je akademska usmerjenost veliko več pomembnosti naklonila temam krvnih vezi za konstrukcijo in vzdrževanje družbenih vezi (Paine 1969, 505). Kot poudarjata Barnard in Spencer (2002, 246), so antropologi prijateljstvo

obravnavali samo skupaj s sorodstvom, večinoma skozi primerjavo prijateljev s sorodniki. V nezahodnih družbah je bilo sorodstvo najbolj pomemben set odnosov, na katerih so temeljile skupnosti:

Prijateljstvo pa je bilo večinoma samo rezidualna kategorija za ljudi, ki niso bili sorodniki in niso bili sovražniki. V študijah zahodnih kultur pa sorodstvo v nekem trenutku ni več imelo centralne vloge pri organizaciji družbenega življenja. Bolj točno, zaradi večje nestabilnosti in zmanjšanja funkcij družine se je antropološko zanimanje usmerilo v razkrivanje, kako pomemben je ta set družbenih odnosov. Prijateljstvo pa je bilo percipirano kot odnos, ki po svojem karakterju vključuje preveč osnovna čustva in je preveč formalen, da bi ga vzeli v fokus raziskovanja. (ibid.)

Seymour-Smithova (1986, 125) ugotavlja, da so antropologi prijateljstvo zelo malo proučevali tudi z vidika medkulturnih primerjav. Etnografi so posvečali največ pozornosti institucijam, kot je »formalno prijateljstvo« (»formal friendship«), kjer so obligacije in pravila obeh partnerjev v odnosu zelo jasno opredeljene, manj pa so se ukvarjali z neformalnimi odnosi in omrežji prijateljstev:

Formalna prijateljstva so lahko odnosi med poslovnimi partnerji, sodelavci ali odnosi 'ritualnega sorodstva' ('ritual kinship'). Prijateljstvo je bilo s strani mnogih raziskovalcev percipirano kot nelegitimna ali neuporabna antropološka kategorija, ker so definicije prijateljstva in uporaba koncepta v različnih kulturah tako različne. Vedenje, ki bi ga v zahodni družbi opredelili kot prijateljsko, bi bilo v drugih kulturah recimo povezano z institucijami, kot so starostni razredi ('age sets') ali druge vrste prostovoljnih in neprostovoljnih povezav. (ibid.)

Ta trenutek pa antropologi bolj kot kdajkoli prej osredotočajo svoje raziskovalno delo na zahodne družbe in se soočajo s konteksti, za katere so značilna nestabilna omrežja intimnosti, ki se pogosto ne povezujejo s sorodstvenimi vezmi in tvorijo ključno areno za družbene interakcije in formiranje identitete (Bell in Coleman 1999, 5). Poleg tega so se povečali tudi fizični in mediirani kontakti med ljudmi iz celega sveta, ki rezultirajo v novih pravilih za medsebojno interakcijo. To pa je prisililo antropologe, da so na novo razmislili o družbenih in kulturnih poljih, v katerih živijo in delajo in ki so jih imeli do sedaj za samoumevne. Tema prijateljstva je za antropologe v tem trenutku zato še posebej relevantna (ibid.).

Smart (1999, 119) opozarja, da je ena izmed težav, ko govorimo o konceptu »prijateljstva«, njegov status; pomembno je vzpostaviti distinkcijo med konceptom analitika in konceptom člana raziskovane kulture. Če koncept temelji na uporabi članov kulture, se moramo vprašati, kako je uporaben za razvijanje komparativnega projekta. Če pa želimo vzpostaviti univerzalen koncept prijateljstva, moramo paziti, da se izognemo zahodnim predsodkom.

Kako torej razrešimo ti dve nasprotujoči si situaciji, ki se zdita prepričljivi vsaka na svoj način? Ali omejimo prijateljstvo strogo na situacije, ki jih lahko primerjamo z evropsko-ameriškim 'pravim prijateljstvom'? Ali razširimo kategorijo tako, da vključuje katerikoli odnos, ki ga opredeljujejo naklonjenost in čustva? (ibid.)

Vprašanje, ali o prijateljstvu govorimo kot o specifičnem kulturnem in družbenem pojavu ali kot o univerzalni potrebi, je postavil že Paine leta 1969 (Paine 1969, 506). Bellova in Coleman (1999, 3) pa pravita, da antropološko raziskovanje večino časa pusti ob strani vprašanje, ali prijateljstvo izpolnjuje trans-kulturna merila za človekovo dobrobit in zadovoljevanje emocionalnih potreb. Takšna vprašanja so v domeni socialnih psihologov, ki so svoje podatke bolj ali manj črpali iz študij

medosebnih odnosov v zahodnih družbah (ibid.). Večina sodobnih avtorjev se strinja, da ni smiselno konstruirati rigidne, globalno uporabne definicije prijateljstva, ampak predlagajo usmeritev v etnografske študije prijateljstva kot mikro analize specifičnih družbenih kontekstov ²⁵ (Aguillar 1999, 170-172; Bell in Coleman 1999, 16; Durrenberger in Palsson 1999, 62; Pahl 2000, 44; Spencer in Pahl 2006, 6).

Bell in Coleman (1999, 16) poudarjata, da študije prijateljstva lahko vključujejo proučevanje družbenih odnosov, katerih del so tudi sorodstveni odnosi, ampak niso reducirani samo nanje; to so odnosi, ki se vzdržujejo več kot skozi enkratna srečanja ali kratkotrajna srečanja in ki vključujejo iskanje določene čustvene vpletenosti ali vsaj empatije ter skupnega polja razumevanja med osebami. Cilj naj bi bil locirati in analizirati družbeni prostor, ki obstaja mimo odnosov sorodstva, teritorija in fiksnih hierarhičnih odnosov (ibid.). Prijateljstvo v knjigi *Anthropology of Friendship* je obravnavano kot polje oblikovanja identitete, ki medira, pogosto dvoumno, med omejitvami in kreativnostjo (ali vsaj fleksibilnostjo) v formaciji družbenih vezi. Te vezi pomagajo definirati, kako določeno osebo dojemajo drugi in kako oseba dojema samo sebe. Avtorji ne iščejo kulturnih generalizacij o splošni človeški potrebi po intimnosti in emocionalni kompenzaciji kot odgovoru na rigidnost pripisanih družbenih odnosov in neosebni birokratskih odnosov.

Študije prijateljstva so del študij družbenih omrežij, recipročnosti in odnosov, ki so ustvarjeni s strani posameznikov v družbenem prostoru, ki ga ne določajo odnosi sorodstva ali drugi obligatorni odnosi (Seymour-Smith 1986, 125). Na podlagi tega bi lahko predpostavili, da so odnosi prijateljstva bolj razviti v družbah, kjer širši krog ljudi ni uvrščen v

²⁵ Robert Paine že leta 1969 ugotavlja, da zahodna, srednjerazredna ideja o prijateljstvu, ki vključuje osebne, spontane, zasebne odnose med posamezniki, implicira določeno stopnjo avtonomije, »sociološko razkošje« (sociological luxury«), ki si ga v mnogih drugih družbah ne morejo privoščiti (Paine 1969: 513).

skupino sorodnikov ali drugih obligatornih vezi. Obstaja pa premalo evidence o razširjenosti ali naravi prijateljskih odnosov v različnih kulturah, pa tudi premalo različnih kulturnih definicij prijateljstva v primerjavi z drugimi tipi vezi v družbah majhnega obsega ali v predkapitalističnih družbah, da bi lahko to hipotezo potrdili (ibid.).

Razvoj določene oblike prijateljstva pa je celo inherenten antropološki praksi, saj morajo antropologi na terenu razviti iskrene in poglobljene odnose z informatorji (Bell in Coleman 1999, 2). »Antropološko prijateljstvo« se pojavi skozi terensko delo. Med opazovancem in antropologom se razvije poseben odnos kot med mentorjem in zaupnikom (ibid.). Gre za prijateljstvo, temelječe na vezi (»bond-friendship«), ki ima tudi posebno domačinsko ime, podobno prijateljstvu. Avtor tega izraza je Raymond Firth (1999, xiii), ki kot dobro ilustracijo tega odnosa omeni knjigo *In the Company of Man* (1960), v kateri je avtor Joseph B. Casagrande zbral serijo esejev, portretov informatorjev, ki opisujejo prijateljstvo antropologov z ljudmi, ki so jih proučevali. Prijateljstva, ki se oblikuje na terenu, pa antropologi do današnjih dni razen redkih izjem niso sistematično proučevali (Beer 2000, 5807). Narave tega prijateljstva ne opišejo, niti ne obravnavajo njegove relevantnosti za terensko delo. Nekateri celo opozarjajo na to, da je prijateljstvo z informatorji problematično, saj generira konflikt vloge raziskovalca in prijatelja (ibid.). Po drugi strani pa to nejasnost vlog opravičujejo s tem, da raziskovalec deluje v interesu znanosti, zanj cilj opravičuje sredstvo in ne obstaja moralna dilema, ali je to prav ali ne (Boissevain v Beer 2000, 5807).

2.5 Pomen družbenega konteksta v odnosih prijateljstva

Pomen proučevanja prijateljstva skozi mikro-analize specifičnih družbenih kontekstov smo že omenili v predhodnih poglavjih. Prijateljske vezi so inherentno družbene in zato jih moramo razumeti skozi kontekst, v katerem se razvijajo (Spencer in Pahl 2006, 40). Za izhodišče bolj

podrobne debate o tej temi bomo vzeli knjigo avtorjev Rebecce G. Adams in Grahama Allana *Placing Friendship in Context* (1998a), v kateri s soavtorji poglobljeno predstavita pomen družbenega, kulturnega in historičnega konteksta v ustvarjanju in razvoju vezi prijateljstva²⁶. Čeprav so pri prijateljstvu posamezniki in njihove osebne karakteristike zelo pomembne, ti odnosi ne nastajajo v vakuumu. V prijateljstvu ni pomembna samo diadna dinamika, ampak se prijateljstvo kot vsi drugi odnosi »razvija in obstaja znotraj širšega kompleksa vplivov, ki dajejo skozi interakcijo vsakemu odnosu njegovo obliko in strukturo« (Adams in Allan 1998b, 2). Prijateljstva se ne odvijajo v abstraktnem, dekontekstualiziranem svetu; so produkt svojega časa in prostora (Allan 1998, 87), ali kot pravi Pahl (2000, 44), prijateljstvo je potrebno proučevati v historičnem in kulturnem kontekstu. Vzorci prijateljstva so emergentni, odvisni so od družbenih in ekonomskih pogojev ter tudi od osebnih okoliščin, v katerih se konstruirajo (Allan 1998, 72). Čeprav je prijateljstvo relativno prostovoljno in odvisno od posameznikov, ima socialni kontekst vpliv na to, kdo postane prijatelj in kako se ti prijatelji vedejo eden do drugega (Feld in Carter 1998, 136).

Adamsova in Allan (1998b, 4) natančno opredelita kontekst kot tiste elemente, ki obkrožajo prijateljski odnos, niso mu pa neposredno inherentni; gre za ekstrinzične in ne intrinzične elemente. Definirata ga na več nivojih: kot osebno okolje tistih, ki so prijatelji; kot nivo posameznikovih omrežij; kot nivo skupnosti ter kot nivo družbe (ibid., 6). Osebni nivo se nanaša na neposredne poteze življenja posameznikov, ki so prijatelji. Te poteze vplivajo na značaj in vzorec prijateljstva, ki se oblikuje in vzdržuje. Osebni nivo vključuje domače in delovno okolje, aktivnosti v prostem času in podobno (ibid., 6-7). Nivo omrežij se nanaša

²⁶ Idejo o tem, da je prijateljstvo potrebno proučevati skozi družbeni kontekst, saj variira s starostjo, družbenim razredom, življenjskim obdobjem, religijo, spolom itd., so uvedli sociologi (Spencer in Pahl 2006, 40).

na omrežja osebnih odnosov, ki jih vsak posameznik vzdržuje (ibid., 7-8). Nivo skupnosti vključuje družbene skupnosti, v katere je posameznik vključen (ibid., 8-9). Nivo družbe je od posameznika najbolj oddaljen, ampak vseeno močno vpliva na prijateljstvo. Še posebej so pri tem pomembne ekonomske in družbene okoliščine, ki vladajo v določenem času in vplivajo na to, kako se formirajo različne osebne vezi (ibid., 9-12). Meje med posameznimi nivoji niso fiksne, ampak predstavljajo kontinuum skozi različne nivoje konteksta. Avtorja poudarjata tudi, da konteksti niso enodimezionalni in niso neodvisni eden od drugega, ampak so med seboj v interakciji. Prav tako konteksti niso statični, ampak se neprestano spreminjajo (ibid., 4-5).

Podobno razmišlja tudi O'Connerjeva (1998, 119), ki pravi, da sta odprtost in svoboda prijateljskega odnosa samo iluzija, saj tudi prijateljski odnosi reflektirajo in krepijo stratificirano naravo družbe; prijateljske odnose prevladujoče razvijejo ljudje istega družbenega razreda, rase, nivoja prihodkov, izobrazbe, interesov itd. Prijateljski odnosi so vpeti v ostala omrežja družbenih odnosov, prav tako pa tudi v širši institucionalni in ideološki okvir (Bell in Coleman 1999, 11; Spencer in Pahl 2006, 40).

Če pogledamo študije prijateljstva v nezahodnih kulturah in v različnih zgodovinskih obdobjih, pa ugotovimo že razlike v osnovni definiciji prijateljstva. Odprtost, permisivnost in svoboda izbire, ki jo v naši družbi jemljemo za samoumevno pri idealni definiciji prijateljstva, niso lastnosti vseh družb in vseh zgodovinskih obdobjih (Pahl 2000, 15). Marilyn Strathern (1988) je recimo raziskovala vprašanje, ali lahko za Melanezijce trdimo, da imajo avtonomno sebstvo, ki je pogoj za vzpostavljanje prijateljstva v zahodnem smislu. Trdi, da je melanezijsko sebstvo vzpostavljeno skozi družbene odnose. Posameznik nima občutka sebe, ki bi bil nad to družbeno konstrukcijo sebstva. Posledično ne obstaja notranji vir za kreiranje osebnega in spontanega občutka naklonjenosti. Melanezijci

razvijejo določene odnose naklonjenosti, o katerih pa ne razmišljajo kot o zahodnem prijateljstvu (ibid., 12-16).

2.6 Kategoriziranje prijateljskih odnosov

Kljub temu, da obstaja nek splošen konsenz o tem, kaj naj bi bila idealna definicija prijateljstva v zahodni družbi, pa v praksi ni konsenza o tem, kdo je prijatelj. Kaj pomeni, da ima nekdo tri prijatelje, nekdo drug pa jih ima trideset? Kdo točno je »bližnji« prijatelj in kdo je »najboljši« prijatelj (Spencer in Pahl 2006, 33-34)?

Kot smo že omenili, idealnotipska definicija prijateljstva temelji na razlikovanju med sorodstvenimi in prijateljskimi odnosi. Vse več sodobnih avtorjev pa poudarja, da prijateljstvo tudi ni (več) alternativa družinskim in sorodstvenim odnosom, ampak obstaja bolj fluidna izmenjava med odnosi, ki so podobni prijateljstvu in sorodstvu (Pahl 2000, 129; Abrahams 1999, 155). Prijateljstvo in sorodstvo se lahko močno prekrivata (Reed-Danahay 1999, 151-152). Firth recimo izpostavi, da so »sorodniki-prijatelji« (»kin-friends«) dejansko obstoječa kategorija, ki jo je treba razlikovati od preprostega sorodstva (»kin«) (Firth 1999, xiii). Pierre Bourdieu (1972) v akademsko diskusijo uvede termin »cousinier«²⁷, s katerim želi opozoriti na to, da so tudi v odnosih sorodstva nekatere vezi bolj poudarjene kot druge, čeprav v tem kontekstu ne govori konkretno o »prijateljstvu«. O podobnem pojavu govorijo tudi drugi avtorji (Paine, Rich, Weinberg v Reed-Danahay 1999, 146). Pahl (2000) poudarja, da se v sodobni družbi istočasno dogajata dva procesa:

Na eni strani prijateljstvo čisto iz praktičnih razlogov prevzema različne družbene naloge, dolžnosti in funkcije, ki sta jih prej

²⁷ Reed-Danahayjeva (1999,146) poudari, da je v tem primeru sorodstveni idiom uporabljen za izražanje odnosov prijateljstva.

izpolnjevala družina in sorodstvo ... Po drugi strani pa se tudi sam pomen prijateljstva spreminja. Ideje o tem, kaj pomeni biti dober prijatelj, bližnji prijatelj, zares bližnji prijatelj in najboljši prijatelj, se spreminjajo. Večajo se naša pričakovanja in pripravljeni smo celo ocenjevati našo kvaliteto odnosa s sorodniki na podlagi tega, ali smo si z njimi bližji kot s svojimi prijatelji. (ibid., 8)

Koncept bližine v kontekstu sorodstvenih odnosov je raziskovala tudi Marilyn Strathern v knjigi *After Nature* (1992). Pod vprašanje postavi »naravno« povezanost med posamezniki, ki naj bi tvorila tudi osnovo za sorodstvene vezi. Nove reprodukcijske tehnologije in nadomestno materinstvo so dobra ilustracija za to, da tudi sorodstvo ni več strogo v domeni naravne določenosti, ampak je v teh odnosih ključno prepletanje med biološko in kulturno bližino med posamezniki (ibid.).

Prijateljstvo je dinamična kategorija. Narava in kakovost odnosa prijateljstva se skozi čas spreminja (Adams in Allan 1998b, 2; Spencer in Pahl 2006, 34). Prijateljstvo lahko variira tudi v intenzivnosti – od preprostega odnosa, ko drugemu izražamo naklonjenost in dobre želje, do poznanstva, do bližnjega, intimnega prijateljstva. Vsak od teh odnosov ima svojo posebno subtilno kvaliteto (Firth 1999, xiv). Obstaja pa jasna distinkcija med prijatelji kot ljudmi in prijateljstvom kot kvaliteto, ki jo delimo z različnimi ljudmi, tudi s sorodniki ali izbranimi drugimi (Pahl 2000, 35).

Spencerjeva in Pahl (2006) sta tipe vezi med posamezniki razdelala v posebno matriko (glej Sliko 2.1).

Slika 2.1: Zaveza in izbira v osebnih odnosih

	Visoka stopnja zaveze	Nizka stopnja zaveze
Določene vezi	Soliden, osnoven	Nepomemben
Določene vezi, percipirane kot izbrane	Nagrajujoč	Zanemarjen, zapuščen
Izbrane vezi, percipirane kot določene	Posvojen	Nerešljiv
Izbrane vezi	Ponarejen	Prehoden

Vir: Rethinking Friendship (2006, 42)

Prva dimenzija matrike se nanaša na to, ali so vezi vnaprej določene (»given«) ali so izbrane (»chosen) oz. so tako percipirane (ibid., 41). Določene vezi so v svoji osnovi »pripisane« (ibid.): ljudje so med seboj recipročno povezani preko krvnih ali sorodstvenih vezi (v primeru družinskih članov) ali preko vzajemno povezanih družbenih vlog (v primeru sosedov ali sodelavcev). V primeru izbranih vezi ni nobene avtomatične vezi med posamezniki, ki bi jih povezovala, ampak gre za vez, ki jo posameznika ustvarita in razvijata (tipično v primeru prijateljev) (ibid.). Druga dimenzija se nanaša na stopnjo zavezanosti odnosu (»commitment«), ki je lahko visoka ali nizka (ibid.).

Odnosi, ki temeljijo na visoki zavezanosti, vključujejo dolgoročno podporo, skupne vrednote, osebno zaupanje ali intimnost. Po drugi strani pa so odnosi, za katere je značilna nizka zavezanost, navadno bolj sproščeni, temeljijo na lahkotnemu uživanju, skupnih interesih, manjših uslugah ali zabavi. Manjka pa jim intimne povezanosti in zelo verjetno ne bodo trajali dolgo časa. (ibid.)

V primeru, ko so vezi vnaprej določene in je nivo zaveze visok, govorimo o trdnih osnovnih vezeh med člani družine, na primer starši in otroki, med brati in sestrami (ibid., 42). Takšen odnos je najtesnejši, hkrati pa tudi ambivalenten; tudi v primeru, da se družinski člani ne razumejo dobro, še vedno čutijo drug do drugega določen občutek dolžnosti (ibid.). Po drugi

strani pa Spencerjeva in Pahl nasproti tem odnosom postavljata tiste, kjer so vezi izbrane in nivo zavezanosti nizek (ibid.). Odnos te vrste je najbolj prehodne narave in najmanj močan. To je »odnos postmodernega tipa, ki naj bi bil produkt pospešene individualizacije« in v katerem posamezniki vzdržujejo površinske odnose (ibid., 43).

Spencerjeva in Pahl (2006) se bolj podrobno ukvarjata tudi z odnosom med prijatelji in sorodniki. Avtorja poudarjata, da naj bi bilo vprašanje izbire bistvena distinkcija pri definciji prijateljev in sorodnikov:

Pripisanost družinskih vezi pomeni, da med družinskimi člani obstaja avtomatičen odnos. Ta pa ne povezuje samo bližnjih družinskih članov, ampak lahko tudi bolj oddaljene sorodnike, ne glede na to, ali imamo z njimi kakšen kontakt ali ne. Prijateljstvo pa je po drugi strani odnos, ki mora biti vzpostavljen. Na prijateljstvo pogosto gledamo arhetipsko kot na izbran odnos. (ibid., 109)

V praksi pa vemo, da je distinkcija med izbranimi in pripisanimi odnosi manj jasna, meje med prijatelji in sorodniki niso tako ostre (ibid.). Na tej točki pridejo do svojega pomena »določene vezi, percipirane kot izbrane« in »izbrane vezi, percipirane kot določene«. V prvem primeru imamo svojo družino hkrati tudi za svoje prijatelje (ibid., 113), v drugem primeru pa smo si s svojimi prijatelji tako blizu, kot s svojo družino (ibid., 117). Avtorja izpostavita trditev, da tisti, ki gledajo na prijatelje in na družino kot na dva različna pola iste realnosti, ne razumejo subtilnosti in kompleksnosti človeških mikro svetov (ibid., 127).


Pahl poudarja, da ne obstaja nobeno splošno strinjanje ali kvalitativna lestvica za ocenjevanje prijateljev²⁸ (Pahl 2000, 13-14), kljub temu pa za

²⁸ Obstaja sicer nekaj splošnega strinjanja okoli tega, kaj pomeni biti pravi prijatelj, vendar ljudje pri tem izpostavljajo različne kvalitete. Termin prijatelj je interpretiran na mnoge različne načine. Pahl (2000) poudarja, da bi kalkuliranje in uvrščanje na lestvice v praksi celo uničilo spontanost in voluntarističen karakter prijateljskega odnosa (ibid., 13-14).

analitične namene te naloge upoštevamo kategorizacijo, ki sta jo za svoje raziskave oblikovala Spencerjeva in Pahl (glej Sliko 2.2). Avtorja sta kategorizacijo poimenovala »repertoar prijateljstva« (Spencer in Pahl 2006, 58). Odnose prijateljstva razdelita v več skupin, ki se nahajajo na kontinuumu od preprostega do kompleksnega tipa prijateljstva – od znanca do »sorodne duše«: »Preprosti tipi prijateljev temeljijo na eni sami dimenziji interakcije, medtem ko kompleksni tipi prijateljev izhajajo iz več dimenzij povezovanja med posamezniki.« (ibid., 60). Če imamo na eni strani »znance«, s katerimi delimo določene skupne aktivnosti, imamo na drugi strani »sorodne duše«, ki predstavljajo najbolj večplasten prijateljski odnos: »Naše sorodne duše so prijatelji, ki jim zaupamo, zagotavljajo nam emocionalno podporo, nam pomagajo in v njihovi družbi uživamo. Z njimi delimo podoben pogled na življenje in občutek, da smo 'na isti valovni dolžini'.« (ibid., 69). Najboljši prijatelj je še posebna kategorija, ki je lahko tudi sorodna duša, ampak je še nekaj več (ibid., 76). Opisuje prijateljski odnos, ki je najmočnejši v dimenziji, ki je posameznikom pomembna; z najboljšim prijateljem smo si lahko blizu emocionalno, nanj se lahko najbolj zanesemo, mu najbolj zaupamo, se z njim najbolj zabavamo, imamo z njim največ skupnega ali se z njim poznamo najdlje.

Ni pa nujno, da ima vsak človek najboljšega prijatelja. Nekateri imajo več dobrih prijateljev in v vsakem od odnosov cenijo poseben karakter vezi, ki ga imajo s posameznim prijateljem ... Drugi pa spet povezujejo definicijo najboljšega prijatelja z otroškimi konotacijami in ga opredelijo kot 'nekaj, kar prerasteš, ko zapustiš šolske klopi'. (ibid.)

Slika 2.2: Pojavni tipi prijateljstva

	Tip prijatelja
Preprosto prijateljstvo	Znanec
	Uporaben kontakt
	Prijatelj za usluge
	Prijatelj za zabavo
	Prijatelj za pomoč
	Prijatelj za tolažbo
	Zaupni prijatelj
	Sorodna duša
Kompleksno prijateljstvo	

Vir: Rethinking Freindship (2006, 60)

Tudi Firth (1999) podobno izpostavlja idejo, da prijateljstvo lahko variira tudi v intenzivnosti – od preprostega odnosa, ko eden drugemu želimo dobro, do poznanstva, bližnjega prijatelja, intimnega prijatelja, prijatelja za tolažbo, prijatelja za korist. Vsak od teh odnosov ima svojo posebno subtilno razlikovalno lastnost (ibid., xiv). Pahl pravi, da obstajajo prijatelji in obstajajo 'prijatelji' - možnosti za klasifikacije in taksonomije so po njegovem neskončne. Omenja različne oblike prijateljstva: oportunistični prijatelji (»fair-weather friends«), razočarani prijatelji (»heart-sink friends«), nevarni prijatelji (»dangerous friends«), fosilni prijatelji (»fossil friends«)²⁹ (Pahl 2000, 119). Pahl uvede tudi termin »družbeni konvoj« (»social convoy«) (ibid., 9), s katerim opisuje fluktuacijo različnih odnosov znotraj posameznikove osebne skupnosti, medtem ko gre skozi življenje. Spencerjeva in Pahl (2006) poudarjata, da je v življenju veliko različnih situacij in obdobj, ki predstavljajo različne kontekste, znotraj katerih se prijateljski odnosi oblikujejo (ibid., 88). Med najbolj tipičnimi so recimo

²⁹ Prijatelje, ki so bili pomembni v določenem obdobju našega življenja (recimo med študijem) in smo z njimi izgubili fizične stike, opisujemo s terminom »fosilni prijatelji« (»fossil friends«). Možno pa je tudi, da odnos v nekem trenutku ponovno obudimo in postavimo »pravi« prijatelji (Pahl 2000, 72; Spencer in Pahl 2006, 75).

šola (ibid., 88), srednja šola in fakulteta (ibid., 90), poroka (ibid., 92), obdobje starševstva (ibid., 95), delovno okolje (ibid., 96), upokojitev (ibid., 98), geografska mobilnost (ibid., 99) in bolezen (ibid., 101). Različne situacije omogočajo, da se prijateljski odnos krepi in poglobi, po drugi strani pa določene situacije pripeljejo tudi do tega, da se prijatelji oddaljijo eden od drugega (ibid., 88).

Spencerjeva in Pahl (2006) razdelata tudi pojem »poti prijateljstva« (»friendship trajectory«) (ibid., 72), v odvisnosti od tega, kako se prijateljski odnos razvija skozi življenje. Ločita fiksno, progresivno in variabilno obliko prijateljskega odnosa. »Fiksen prijateljski odnos« (ibid.) se skozi čas ne spreminja. »Progresiven prijateljski odnos« (ibid., 73) se s časom pogloblja, prijatelji postajajo vse bolj zaupni. Pri »variabilnem prijateljskem odnosu« (ibid.) pa se stopnja zaupnosti in medsebojne podpore lahko s časom spreminja – v odvisnosti od okoliščin. S časom se spreminja neposrednost odnosa, frekventnost stika ter psihološka prezenca prijateljev v življenju drug drugega (ibid.).

2.7 Prijateljstvo v 'online' kontekstu

Družbeni odnosi se razlikujejo glede na to, v kakšnem tehnološkem kontekstu se tvorijo in vzdržujejo. S to trditvijo se avtorji strinjajo ne glede na to, ali odnos med tehnologijo in družbo obravnavajo s tehnološko determinističnega vidika kot McLuhan (1964), ko postavljajo v ospredje vpliv tehnologije na formiranje družbenih odnosov s socialno konstruktivističnega vidika kot Adamsova (1998), ko se osredotočajo na družbo in na njen vpliv pri razvoju tehnologije kot Meyrowitz (1985) ali z nevtralnega vidika, ko gledajo na odnos med tehnologijo in družbo kot na dialektično soodvisen kot Castells (1996). Tehnološke spremembne zadnjih 150 let so kontakt med ljudmi olajšale, ga naredile hitrejšega in manj dragega (Adams 1998, 154). Čeprav je bilo narejenih veliko raziskav

o odnosu med tehnologijo in družbo, pa je bilo do sedaj zelo malo napisanega o vplivu elektronskega komuniciranja na prijateljstvo.

Pred razvojem sodobnih transportnih in komunikacijskih tehnologij se je prijateljstvo praviloma razvijalo in ohranjalo samo med ljudmi, ki so živeli v neposredni bližini. S pojavom novih možnosti za potovanje in komuniciranje pa je postala fizična lokacija manj pomembna. Rebecca G. Adams (1998, 157) izpostavi, da se je raziskovanje prijateljskih odnosov usmerilo v proučevanje vidikov, ki nadomeščajo fizično prisotnost v odnosih na daljavo ali v virtualnih interakcijah. Po drugi strani pa je po njenem pomembno tudi vprašanje, kako trenutne tehnologije, med katerimi je tudi svetovni splet, vplivajo na kakovost in vsebino odnosov, ne samo njihovo kvantiteto (ibid., 158).

Za razliko od tistih odnosov prijateljstva, ki imajo svoj začetek v fizični izkušnji, odnosi prijateljstva, ki se vzpostavijo 'online', praviloma ne temeljijo na skupni preteklosti ali fizični bližini posameznikov in niso dolgotrajni (Adams 1998, 162). Po drugi strani pa nekatere raziskave kažejo, da se bližnja prijateljstva lahko formirajo tudi 'online'; razvijejo se skozi čas, se poglobijo, več se zaveza med posamezniki, njihovo medsebojno razumevanje in soodvisnost (Parks in Floyd 1996). Nekateri drugi avtorji pa poudarjajo, da je razvoj teh prijateljskih odnosov počasnejši (Walther in drugi, 1994). V literaturi se pogosto omenjajo tudi negativne izmenjave (Lea in Spears 1995).

Rebecca G. Adams (1998, 167-168) poudarja, da se bodo prijateljstva, ki ne temeljijo na skupni fizični lokaciji, bolj verjetno razvijala znotraj ('online') skupnosti, ki izpolnjuje naslednje pogoje:

- omogoča ponavljanje interakcij med posamezniki,
- ima več različnih mest srečanja, glede na diferenciacijo posameznikov,

- spodbuja kontakt med posamezniki tudi zunaj lastnega okolja,
- omogoča deljenje izkušenj, ki vodijo k večanju solidarnosti,
- zanjo so značilne norme in verovanja, ki spodbujajo prijetne interakcije med posamezniki,
- imajo člane, ki delijo vrednote, verovanja in življenjski stil, ki so drugačni od tistih, ki jih deli večina, ali so si v tem vsaj med seboj podobni,
- ustvarja atmosfero zaupanja in spoštovanja.

Poleg teh zunanjih pogojev, ki naj bi omogočali razvoj prijateljstva v 'online' okolju, pa so pri tem pomembni tudi notranji procesi, ki spremljajo interakcijo. Bliesznerjeva jih deli na afektivne, kognitivne in behavioralne (Blieszner v Adams 1998, 168). Po njenem je pomembno razumeti, kako udeleženci interakcije čutijo, razmišljajo in se vedejo (ibid.). Adamsova (1998) poudarja, da se raziskave, ki se dotikajo afektivnega aspekta 'online' prijateljstev, osredotočajo v glavnem na vprašanje, kako je mogoče izražati čustva v 'online' svetu³⁰ (ibid., 169). Pri raziskovanju 'online' vedenja v povezavi s prijateljskimi odnosi pa se je po njenem mnenju potrebno usmeriti v dokumentiranje raznolikosti vedenjskih vzorcev in analizirati, kako se lahko prijateljstvo razvija v okviru 'online' aktivnosti (ibid.). Diskusije o kognitivnih procesih, ki potekajo v povezavi z ustvarjanjem 'online' prijateljskih odnosov, pa naj bi šle v smer raziskovanja, kako ljudje razlikujejo med odnosi, ki jih razvijajo v neposrednih ali virtualnih okoljih (ibid., 170).

³⁰ Udeleženci interakcije ne morejo čutiti drug drugega, navadno se ne morejo videti ali slišati, lahko ohranjajo svojo anonimnost, posledično pa naj bi bile 'online' interakcije manj osebne in bolj negativne kot neposredne (»face-to-face«) izmenjave (Sproull in Kiesler, 1991). Po drugi strani pa nekatere raziskave kažejo, da se 'online' izraža cel spekter čustev - od pozitivnih do negativnih (Lea in Spears, 1995).

Adamsova (1998) pa poudarja tudi, da 'online' prijateljstva nimajo samo pomembnih posledic za posameznike, ampak lahko vplivajo tudi na širšo družbo (ibid., 177). Neformalne vezi so pomembne pri odločanju v organizacijah in skupnostih. Z nastopom elektronske dobe se lahko ljudje, ki jih je prej ločevala družbena stratifikacija, povezujejo na nepričakovane načine in informacije lahko izmenjujejo zelo nepredvidljivo. Te spremembe imajo lahko številne posledice tudi za družbo (ibid.).

3 Internet, antropologija in kultura

3.1 Od interneta do spleta 2.0 in naprej

Internet je definiran kot veliko število računalnikov, ki so med seboj povezani v globalna omrežja; v celoti gledano je to velik, anarhičen, samo-organiziran in relativno nereguliran sistem (Kitchin 1998, 2). Izpostavimo lahko njegove najbolj pomembne lastnosti, kot so interaktivnost, multimedijalnost, hipertekstualnost, globalizirana komunikacija, komunikacija mnogi-z-mnogimi, kooperativna produkcija, dekontekstualizacija in brisanje meja med realnostjo in fikcijo (Fuchs 2008, 139).

Med internetnimi storitvami je danes najbolj znan in dominanten »svetovni splet« (»World Wide Web«). »Priklopiti se danes na internet v najširšem smislu pomeni 'vstopiti na splet' in prek njega družbeno, kulturno in politično delovati«, poudarjata Oblakova in Petrič (2005, 13). Poleg svetovnega spleta internet obsega tudi e-pošto in nekatere druge storitve, ki so danes v manjšinjski rabi ali sploh niso več v uporabi, včasih pa so bile zelo popularne (Kollock in Smith 1999, 4; Hine 2003, 2).

Nekdaj samostojni servisi dostopa do baz podatkov (gopher), klepetalnice (IRC), elektronske pošte, novičarskih skupin (usenet) se vse bolj stapljajo v enotni spletni format, ki je uporabniku dosegljiv prek brskalnika (browser). Prejšnje samostojne sisteme nadomeščajo razne spletne aplikacije, ki so integrirane v brskalnik in omogočajo osebno, medosebno in skupinsko komuniciranje ter dostop do informacijskih baz prek enotnega vmesnika. (Oblak in Petrič 2005, 14)

Leta 2004 je Tim O'Reilly nove storitve, ki so se razvile v okviru svetovnega spleta, združil v koncept »splet 2.0« (»Web 2.0) kot novo generacijo svetovnega spleta (O'Reilly 2005). Ta vključuje spletne

skupnosti, različne spletne aplikacije, strani družbenih omrežij, video portale, strani »wiki«, spletne dnevnike (»blogs«) in druge. O'Reilly (ibid.) opisuje kumulativne spremembe v načinu, kako programerji in končni uporabniki uporabljajo splet. Za razliko od prve generacija spletnih storitev, ko so bili uporabniki pasivni konzumenti informacij, so na spletu 2.0 aktivni soustvarjalci. Glavne karakteristike novega spleta so odprtost, svoboda, arhitektura participacije in kolektivna inteligenca (ibid.)³¹. Leta 2006 je revija *Time Magazine*, ki vsako leto podeljuje prestižni naslov osebnosti leta, proglasila za osebnost leta potencialno vsakega posameznika (»You«), ki izkorišča moč družbenih medijev, saj ima na spletu lahko vsak možnost izražanja (Lange 2007, 1; Naufus in drugi 2007, 72). Gomez in sodelavci družbene medije poimenujejo »družbena programska oprema« (»social software«) in tudi »jaz-mediji« (»me-media«), kar poudarja množično možnost deljenja različnih osebnih vsebin z drugimi uporabniki spleta (Gomez in drugi 2007, 5). Ryanova (2008, 67) pa poudarja, da smo s prihodom tehnologij spleta 2.0 vstopili v novo obdobje »omreženega individualizma« (»networked individualism«), kjer ima posameznik možnost, da v 'online' kontekstu vzdržuje povezave s predhodno vzpostavljenimi skupnostmi (družina, sošolci, kolegi, sodelavci itd.), s katerimi jih povezujejo bodisi močne ali šibke vezi.

Christian Fuchs (2008) je eden izmed avtorjev, ki gredo še korak dalje in napove prihod »spleta 3.0«, v katerem naj bi za razliko od spleta 2.0, za katerega naj bi bila predvsem bistvena komunikacija med posamezniki, postala najpomembnejša karakteristika sodelovanje med posamezniki. To že napovedujejo servisi, kot so Wikipedia in podobni (ibid., 126).

³¹ Karakteristike, ki jih opisujemo s konceptom spleta 2.0, kažejo na to, da vizionarske ideje izumitelja svetovnega spleta Tima Bernersa-Leeja iz 90-ih let prejšnjega stoletja niso tako daleč od tega, kar danes na spletu živimo: »Sanje, ki stojijo za idejo svetovnega spleta, so skupni informacijski prostor, v katerem komuniciramo tako, da si delimo informacije. Univerzalnost je njegova bistvena lastnost ... Obstaja tudi drugi del sanj o svetovnem spletu; splet je tako splošno v rabi, da postane realistično ogledalo ali celo prevladujoč način za to, kako delamo, se igramo in se socializiramo« (The World Wide Web: A Very Short Personal History 2011).

3.2 Kibernetična antropologija in predmet njenega proučevanja

V 40-ih letih 20. stoletja je predpono kiber- («cyber-») kot del termina kibernetika («cybernetics») prvi uporabil matematik Nobert Wiener v delu *Cybernetics or Control and Communication in the Animal and the Machine* (1948). S kibernetiko je opredelil znanost, ki se ukvarja z interakcijo med ljudmi in stroji oz. celotno področje teorije »upravljanja in komunikacije pri živih bitjih in strojih« (ibid.). Pri tem je izhajal iz grške besede za pilota oz. upravljalca («kybernetes») (Escobar 1994, 211). Termin kibernetična antropologija («cyberanthropology») pa izhaja iz izraza kibernetični prostor («cyberspace») ³² (Budka in Kremser 2004, 213), ki ga je skoval William Gibson, avtor znanstvenofantastičnega romana kulturnega statusa *Neuromancer* (1984), v intelektualno in akademsko sfero pa ga je uvedel Michael Benedikt z delom *Cyberspace: The first steps* (1991) (Escobar 1994, 216). Predpona 'kiber' se danes nanaša predvsem na informacijske in komunikacijske tehnologije, človekovo uporabo le-teh ter opisovanje oblik socialne interakcije, ki jih te tehnologije omogočajo (Budka in Kremser 2004, 213).

Polje ukvarjanja kibernetične antropologije je kot eden prvih opredelil Arturo Escobar v svojem članku *Welcome to Cyberia* (1994) ³³. Skozi

³² Kibernetični prostor lahko generalno gledano razdelimo v tri domene: internet, intraneti in virtualna resničnost (Kitchin 1998, 2). Intraneti omogočajo podobne storitve kot internet, so pa zasebna, korporativna omrežja. O virtualni resničnosti govorimo v primeru računalniško generiranih virtualnih svetov; govorimo tudi o »virtualni resničnosti«, ki uporabnika delno ali v celoti potopi v interaktivno, vizualno, umetno računalniško okolje, ko ni več samo opazovalec statičnega zaslona, temveč aktivni udeleženec okolja, ki se odziva. Virtualna resničnost ima po Kitchinu tri bistvene komponente: prvič, vključuje uporabnika; drugič, interaktivnost; in tretjič, interakcijo v času (ibid., 8).

³³ Escobar (1994) je v začetku 90-ih let 20. stoletja opredelil tri različne raziskovalne smeri oz. tri projekte v antropologiji, ki so poskušali odgovoriti na tri različna vprašanja. Prva smer, katere predstavnik je David Tomas (1991), se ukvarja z vprašanjem, kako so nove »svetovne virtualne tehnologije« predmet socialne produkcije in kako se dogaja prehod iz industrijskih v »postorganske« družbe (Escobar 1994, 216). Druga smer, t.i. »kiborg antropologija«, postavlja za glavni cilj etnografskih študij mejo med ljudmi in stroji, ki so značilne za družbe poznega 20. stoletja (ibid.). Escobar je najbolj naklonjen tretjemu pristopu, ki ga poimenuje »antropologija kibernetične

koncept kibernetike kulture («cyberculture») je analiziral globoke spremembe, ki so jih v strukturi in pomenu sodobne družbe in kulture povzročile računalniške in informacijske tehnologije ter biotehnologije: »Nova domena antropološke prakse, proučevanje kibernetike kulture, se še posebej osredotoča na kulturne konstrukcije in kulturne rekonstrukcije, na katerih po eni strani temeljijo nove tehnologije, po drugi strani pa jih tudi pomagajo oblikovati« (Escobar 1994, 211). Računalniške in informacijske tehnologije sprožajo širok proces socialno-kulturne konstrukcije, ki ga poimenuje tehnosocialnost («technosociality»), biotehnologije pa ustvarjajo nov način produkcije življenja, narave in telesa, ki ga poimenuje biosocialnost («biosociality») (ibid., 214). Glede na to, da bo fokus praktičnega vidika tega magistrskega dela predvsem na informacijskih in komunikacijskih tehnologijah, se bomo v nadaljevanju osredotočili na vidik, ki ga Escobar koncipira kot tehnosocialnost.

Budka poudarja, da antropologija kibernetike kulture s svojimi »elaboriranimi metodami in koncepti preučuje tehnologijo in njeno socio-kulturno konstrukcijo ter posledice le-tega« (Budka 2011). Študij kibernetike kulture pa ni samo antropološki projekt, ampak je interdisciplinarno prizadevanje, ki vključuje več disciplin – od filozofije, do komunikacijskih študij (ibid.). Hakken (1999) prav tako opozarja na to, da uporabljajo etnografsko metodo pri preučevanju kibernetike kulture tudi raziskovalci z drugih področij, kot so kulturne študije, sociologija ali celo filozofija (ibid., 45). Služi jim le »kot ena izmed mnogih metod in ne upoštevajo njenega širšega epistemološkega ozadja« (ibid.), zato po njegovem mnenju ni enako učinkovita kot v antropologiji. »Odkar je Malinowski izvedel 'revolucijo' v terenskem delu v antropologiji, pomeni etnografski pristop k terenskemu delu dolgotrajno opazovanje z udeležbo

kulture«. Ta naj bi se začela kot tradicionalni etnografski projekt, ki naj bi odgovoril na vprašanja, katere nove prakse se pojavljajo v antropologiji in kakšne transformacije v družbi se dogajajo v povezavi s znanstvenim in tehnološkim razvojem (ibid.). Prva dva omenjena pristopa sta naletela na kritike, ker predvidevata nastop »nove dobe« in »nove veje« v antropologiji (ibid.).

v 'realni' terenski situaciji in v kulturi, ki je izrazito drugačna od lastne kulture.« (ibid.). Opozarja tudi, da je zaradi poenostavljene uporabe metode težko zgraditi prepričljivo teorijo kulture v kiberprostoru (ibid.). Izpostavlja antropologe, ki naj bi kot prvi prispevali značilen antropološki ton pri etnografiji kiberprostora (ibid., 43). To so Eleanor Wynn (1988), Gary Chick in John Roberts (1987), Bryan Pfaffenberger (1988) ter Lucy Suchman (1987). Pri navajanju imen pa poudarja, da je pomembno razlikovati med tistimi antropologi, ki preučujejo računalniško posredovano interakcijo kot kulturni proces, in tistimi, ki jih zanimajo računalniki kot orodje ali metoda (ibid., 44).

Kot prva naj bi izvedla »holistično etnografsko študijo« interneta Daniel Miller and Don Slater leta 2000 (Budka 2011). Njuna knjiga *The Internet: An Ethnographic Approach* (2000) je pionirsko delo, saj predstavlja prvo holistično etnografsko študijo interneta. Preko terena na Karibskem otoku Trinidad sta raziskovala, kako otočani uporabljajo internet in internetne storitve, kot so svetovni splet, e-pošta, novičarske skupine itd. v religioznih, političnih, družbenih in ekonomskih kontekstih. Analizirala sta, »kako se člani specifične kulture 'udomačijo' v spreminjajočem se komunikacijskem okolju, kako najdejo sebe v tem okolju in ga poskušajo spojiti s svojo lastno podobo« (Miller in Slater 2000:1). Desetletje kasneje se je Miller (2011) vrnil na Trinidad, da bi raziskal nov fenomen v kulturnem okolju – Facebook. Osredotoči se na lokalno interpretacijo tega pojava in pride do zaključka, da je spletna skupnost Facebook ali »Fasbook«, kot so ga poimenovali domačini, v resnici njihov lasten »izum« in ne preprosto »uvožen pojav« (Miller 2011, 159).

Poleg del Millerja in Slaterja pa je kot poglobljeno in večplastno etnografsko študijo potrebno omeniti tudi delo antropologa Toma Boellstorffa *Coming of Age in Second Life* (2008). Opravi je terensko delo v spletni skupnosti Second Life. Svojo raziskavo je izvedel kot avatar Tom Bukowski, osredotočil pa se je na več vidikov življenja v virtualni

skupnosti, kot so spol, rasa, seksualnost, denar, socialni konflikti, konstrukcija pristora in časa, identiteta in druge (ibid.).

Primeri poglobljenih antropoloških študij kibernetike so redki, antropologi so se bolj osredotočali na posamezne teme, kot so skupnost (Wilson in Peterson 2002, Carter 2005, Lange 2007, Nafus in drugi 2007, Ryan 2008), spol in seksualnost (Ryan 2008), identiteta (LeValley 1997, Ito 1999, Fabian 2002, Wilson in Peterson 2002, Jones in Ortlieb 2006, Lange 2007), družbene norme (Thomas 1991, LeValley 1997, Lange 2007, Ryan 2008). Pogosta tema antropoloških analiz kibernetike pa je tudi metodološko vprašanje, kako izvajati 'online' etnografije (Hakken 1999, Miller in Slater 2000, Wittel 2000, Budka in Kremser 2004, Budka 2011, Ardevol 2005).

3.3 Raziskovanje kibernetike

Antropologinja Elisenda Ardevol (2005) deli raziskovanje kibernetike v štiri skupine, ki se razlikujejo glede na različne pristope k analizi interneta. »Mentalni zemljevid«, kot mu sama pravi (ibid.), odseva njeno osebno perspektivo raziskovalke in predstavlja tipologijo, do katere je prišla skozi svojo raziskovalno pot od 90-ih let prejšnjega stoletja, ko je poskušala sistematizirati antropološko raziskovanje kulture v kontekstu interneta (ibid.):

- kibernetika kot nov kulturni model, ki temelji na internetni tehnologiji³⁴;

³⁴ Tehnologija je v antropološki perspektivi definirana kot način in sredstvo za transformacijo materialnega okolja v človeških družbah (Glick v Barfield 2005, 464). Tehnologija vključuje materiale, ki se uporabljajo pri aktivnosti; orodja ali druga sredstva, s katerimi se aktivnost izvaja; uporabo postopkov, s katerimi dosegamo željene učinke; in znanje, kako te postopke izvajamo (ibid.).

- kibernetška kultura kot kultura, ki se vzpostavi na internetu (internet kot nov socialni kontekst);
- kibernetška kultura kot kulturni produkt (internet kot orodje za ustvarjanje in sodelovanje);
- kibernetška kultura kot medijska forma (internet kot medij komuniciranja).

Christine Hine pa v svoji knjigi *Virtual Ethnography* (2003) razlikuje dve smeri študij o uporabi interneta, ki so usmerjene na kulturo (ibid., 9):

- pristopi, ki se osredotočajo na analizo kulture kot integrirane celote s stališča raziskovalca;
- pristopi, ki se osredotočajo na analizo uporabe tehnologije, ki je vedno samo parcialna in odvisna od situacije.

Kibernetška kultura kot nov kulturni model in kibernetška kultura kot kulturne formacije sta blizu prvemu pristopu, ki ga opisuje Hinovala, medtem ko sta pogled na kibernetško kulturo kot na kulturni produkt in na kibernetško kulturo kot na medijsko prakso bližje drugemu pristopu.

3.3.1 Kibernetška kultura kot družbeni model

Ardevolova (2005) poudarja, da je del družboslovnih študij o internetu, ki so imele za jedro proučevanje kibernetške kulture, v devetdesetih letih 20. stol. in na prehodu v 21. stol. deterministično predpostavljala, da se bo pod vplivom interneta razvil nov model kulture, ki bo spremenil družbene odnose, identiteto posameznika in skupnost, vplival pa naj bi tudi na politično prakso in proces ekonomske izmenjave. Internet so pojmovali kot novo tehnologijo, ki bo spremenila vse aspekte našega življenja. Družbe, ki ne bodo sodelovale v tej tehnološki revoluciji, naj bi bile izključene iz napredka. Digitalni razkorak (»digital divide«) bo glavni način družbenega razlikovanja. V skrajni konsekvenci pridemo do spremembe družbenega reda (ibid.).

Vzpostavila naj bi se »informatična družba«³⁵ in »družba znanja« (»Informational and Knowledge Society«) oz. »družba omrežja« (»Network Society«), kot jo opredeli Manuel Castells (1998). Njene glavne karakteristike so po njegovem mnenju »informativizacija in globalizacija družbe, družbena omrežja, ustvarjanje identitete ter kriza patriarhalizma in nacionalne države« (ibid., 2). Opredeli pa jo tudi z njenimi posledicami: »Globalizacija napreduje selektivno, segmente ekonomij in družb vključuje v omrežje informacij, v bogastvo in v razmerja moči ter jih tudi izključuje iz njih; to pa skupaj karakterizira nov, dominantni sistem.« (ibid., 162). Na podoben način kibernetično kulturo definirata tudi Arturo Escobar (1994)³⁶ in Pierre Levy (2001). Slednji se sprašuje, ali tehnologija determinira družbo oz. kulturo ali jo pogojuje. Nagiba se k drugemu odgovoru in pravi, da tehnologija preko pogojevanja zagotavlja določene možnosti, od katerih nekatere ostanejo odprte, druge pa se realizirajo (Levy 2001, 3-12).

Dona Haraway (1991) gre v svojih predvidevanjih še korak dlje – tehnokultura bo spremenila naše dožemanje odnosa med naravo in kulturo ter ustvarila novega človeka, posthumanega kiborga: »V tem mitskem času, ob koncu dvajstega stoletja, smo vsi himere, stereotipizirani in sfabricirani hibridi stroja in organizma; smo skratka kiborgi. Kiborg je naša ontologija, kiborg nam daje našo politiko. V podobo kiborga sta vtisnjeni tako imaginarna kot materialna stvarnost.« (ibid., 242).

Ti pogledi na kulturo kot na adaptivno strategijo spominjajo na evolucionistično in neoevolucionistično paradigmo. Po drugi strani pa

³⁵ Manuel Castells razlikuje med konceptoma »informatična« in »informativna« družba. »Termin 'informativna družba' poudarja vlogo informacij v družbi«, ki so imele skozi zgodovino pomembno vlogo v vseh družbah (Castells 1996, 21). Termin »informatična družba« pa se nanaša na »specifično obliko družbene organizacije, v kateri postane generiranje, procesiranje in transmisija informacij pglavitni vir produktivnosti in moči« (ibid).

³⁶ Po njegovih besedah se morajo antropologi podati v raziskovanje novega sveta, kjer so znanost in tehnologija glavna dejavnika pri ustvarjanju kulture. Antropologe naj bi zanimalo razumevanje kulturnih sprememb in kulturne raznolikosti (Escobar 1994, 211).

Ardevolova (2005) izpostavi tudi delo Davida Hakkena, ki vpelje kontrastni pogled. Avtor trdi, da je tehnologija lahko vplivna samo do te mere, kolikor jo posamezniki prisvojijo in izkoristijo njen potencial. Zavrača misel o računalniški revoluciji (Hakken 1999, 18). Skozi razvoj kompleksnega diskurza o kulturi v kibernetnem prostoru lahko v antropologiji stopimo v konfrontacijo s tehnicističnim mitom, ki gleda na tehnologijo kot na nekaj zunaj nas (ibid., 13-14). Kljub temu, da celo delo posveti znanju v kibernetnem prostoru, pa zavrne hipotezo o obstoju »družbe znanja« (ibid., 12). V to smer se nagibajo tudi teorije družbene konstrukcije tehnologije (Ardevol 2005), ki jih med drugimi predstavljata Bruno Latour (1999) in Wiebe Bijker (1997), ki pravi: »Zgodbe, ki jih pripovedujemo o tehnologiji, odsevajo in vplivajo na naše razumevanje vloge tehnologije v našem življenju in naši družbi. Takšne zgodbe so pristanišče za teorije. Zgodbe pa lahko zavajajo, še posebej, če si prizadevajo biti všečne in ostanejo na površini dogodkov.« (Bijker 1997, 1).

3.3.2 Kibernetna kultura kot kultura, ki se vzpostavi na internetu

Po Ardevolovi (2005) se druga skupina študij o internetu in kulturi fokusira na družbeno interakcijo, ki se dogaja v 'online' družbenih kontekstih, kot so forumi in podobne družbene skupnosti. V tej antropološki teoretski perspektivi ni pomembna tehnologija sama po sebi, temveč družbena interakcija, ki se dogaja v kibernetnem prostoru. Ta perspektiva se deli na dve smeri raziskovanja. Prva smer gleda na kibernetno kulturo kot na družbeni kontekst in skupnost, ki se vzpostavi in deluje ločeno od 'offline' družbe in kulture. Druga smer pa presega dihotomijo 'online'/'offline' in postavlja pojavne oblike kibernetne kulture v povezavo z 'offline' dnevnimi praksami ljudi in konkretnim kulturnim kontekstom (ibid.).

David Porter v svojem uvodu v knjigo *Internet Culture* (1997) poudarja, da pri komuniciranju v kibernetnem prostoru in 'online' skupnostih najdemo skupne sisteme vrednot in norm, specifične načine delovanja, skupno razumevanje simbolov in druge znake, ki nakazujejo možnost razvoja kolektivnega občutka pripadnosti in ustvarjanja skupnosti (ibid., xiii). Družbeno skupino v tem primeru raziskujemo kot zaključen družbeno-kulturni sistem, v izolaciji od 'offline' družbenega konteksta (Ardevol 2005). Z vidika teoretskega ozadja je tovrstna perspektiva blizu holističnemu pogledu na kulturo, kot npr. v primeru funkcionalistično-strukturalističnega pristopa (ibid.).

Ardevolova (2005) omenja Margaret Mead in šolo 'kultura-osebnost' kot izhodišče za opisovanje spletnih skupnosti kot nove oblike »tribalizma«. Meadova pa je postavila podlago za študij družb in kultur, če te za antropologe niso fizično dostopne ali več ne obstajajo (Mead in Metraux 2000). Prav tako je bila aktivna na konferencah o kibernetiki (npr. na Macy Conferences on Cybernetics) ter je bila osrednja osebnost pri ustanavljanju ameriškega združenja za kibernetiko (American Society for Cybernetics) (Escobar 1994, 215).

Elisabeth Reid (1994) pokaže, kako ljudje v skupnosti MUD³⁷ razvijejo kulturne forme, s tem ko ustvarjajo prostore, objekte, subjekte in akcije, zakone in družbeni red. Najbolj pomembno pa je to, da se preko teh interakcij razvijejo nove 'online' skupnosti in občutek pripadnosti, ki imajo podobne značilnosti kot v 'offline' družbenem življenju (ibid.).

Tudi Hakken (1999) trdi podobno, kot že omenjeni avtorji, namreč da se v kibernetnem prostoru poraja posebna vrsta kulture. Pri tem poudarja, da

³⁷ »Dobrodošli na divji strani kulture v kibernetnem prostoru, kjer je magija resnična in identiteta fluidna. MUD je okrajšava za 'Multi-User Dungeons', imaginarni svet v računalniških bazah podatkov, kjer ljudje uporabljajo besede in programske jezike za improviziranje melodram, grajenje svetov in objektov v teh svetovih, reševanje ugank, izumljenje zabave in orodij, tekmovanje za prestiž in moč, pridobivanje modrosti, iskanje maščevanja, zadovoljevanje pohlepa in poželenja in nasilnih impulzov.« (Rheingold 2000, 149).

se kultura lahko reproducira le, če je naučena (ibid., 2). V ospredje postavlja njen nebiološki karakter (ibid., 70). Prvo pomembno vprašanje za kibernetiko antropologijo oz. po njegovem »kiborg-antropologijo« (»cyborg anthropology«) je, kdo so entitete, ki so nosilci te kulture (ibid., 71). Ljudi, ki so nosilci kulture na internetu, definira kot biološko-tehnološko-kulturne entitete oz. kiborge³⁸ (ibid., 72).

Nasproti tem pozicijam, ki gledajo na kibernetiko kulturo kot na ločeno pojavno obliko od 'offline' kulturnih praks, pa Ardevolova (2005) postavlja avtorja Daniela Millerja in Dona Slaterja, ki situirata internet v povezavo z vsakdanjim življenjem ljudi in konkretnim kulturnim kontekstom. Kibernetika kultura ima po mnenju avtorjev smisel samo, če je v relaciji z realnim in fizičnim socialnim, kulturnim in političnim kontekstom. 'Online' interakcijo razumeta kot del vsakodnevnih aktivnosti. Ljudje ustvarjajo kolektivne identitete, vendar teh ni mogoče razumeti kot ločene »virtualne« kulture (Miller in Slater 2000, 8).

V pričujočem delu izhajamo iz definicije kulture na internetu, kot jo obravnavamo v poglavju 3.2.2, to je kultura³⁹, ki se vzpostavi na internetu.

³⁸ Hakken (1999, 5) poudarja, da so ljudje od nekdaj biološka in tehnološka bitja, zato uporablja pojem kiborg za vse entitete, ki so nosilci človeške kulture. To velja za vse oblike družbenih formacij, ne samo za kibernetiki prostor (ibid.).

³⁹ Edward Burnett Taylor (1871) je podal prvo znanstveno antropološko definicijo kulture, ki pravi, da je kultura »kompleksna celota, ki vključuje znanje, verovanja, umetnost, moralo, zakone, običaje ter vse druge spretnosti in navade, ki jih posameznik pridobi kot član družbe« (Carrithers v Barfield 2005, 98). Franz Boas (1911), utemeljitelj kulturnega relativizma, je za razliko od Taylorja, ki je govoril o kulturi v edini, utemeljil svojo definicijo na pojmu kulture v množini, saj pravi, da ne moremo vseh kultur ocenjevati na podlagi enega samega standarda napredka (ibid., 99). Njegove ideje so nadaljevali njegovi učenci Edward Sapir, Alfred Kroeber, Margaret Mead in Ruth Benedict. Izhajali so iz skupne predpostavke, da »čeprav imajo posamezniki kjerkoli po svetu podobno biološko dediščino, je človeška narava tako plastična, da vsebuje v različnih kulturah kalejdoskopsko različne sete vrednot, institucij in vedenj« (ibid.). Sodobni antropologi opredeljujejo kulturo na številne različne načine in so se »premaknili dalje od defenzivnih trditev, da kultura ni ena sama ali da je kultura razlikovalni element, ki ljudi loči od živali« (ibid., 100). Kultura v simbolni antropologiji je tako obravnavana kot sistem simbolov, s tem da je poudarjena njena dimenzija mentalnega fenomena. V kognitivni antropologiji so se antropologi osredotočali na obravnavanje ozkih domen kulture; pri tem je izginila opredelitev kulture kot »kompleksne celote« (ibid.).

3.3.3 Kibernetška kultura kot kulturni produkt

Kibernetško kulturo lahko po Ardevolovi (2005) razumemo tudi kot kulturno produkcijo, ki uporablja internet za razvoj in ustvarjanje umetniških del različnih vrst, kot so na primer upodablajoča umetnost, literatura in glasba. Povezana je s simbolno produkcijo in zahodnim konceptom kulture, ki predstavlja nasprotje nepismenosti in je v funkciji estetike (ibid.). Kulturne študije so poleg »visoke« umetnosti naredile mesto tudi popularni kulturi. Ta preobrat je prinesel literarnim in medijskim študijam novo analitsko perspektivo – naredile so premik iz formalnih in semiotskih analiz k študiju družbenega pomena in kulturnih reprezentacij v konkretnem socialnem in historičnem kontekstu. Ta pristop črpa tudi iz antropološke teorije kulture, še posebej iz tistih njenih delov, ki se ukvarjajo s simbolnimi praksami, kot so religija in mitologija (ibid.).

Kibernetška kultura je v tem pogledu seštevka kulturnih produktov, ki so jih ljudje razvili in izmenjali na internetu (Ardevol 2005). Poudarek je na sodelovanju in interakciji med posamezniki, ki so osvojili internetno tehnologijo za izražanje in samoreprezentacijo (ibid.). Teoretsko se lahko naslonimo na model kulturnega krogotoka, ki sta ga razvila Paul du Gay in Stuart Hall (2003) s sodelavci. Po njunem mnenju se pomen materialnega artefakta ali kulturne prakse proizvaja znotraj kulturnih procesov, ki tvorijo neke vrste kulturni krogotok (ibid., 3). Ustvarjanje pomena, ki ga ima produkt za potrošnike, je kompleksen proces – pomen se ustvarja v produkciji, v načinih reprezentacije, glede na vrsto identitet, ki jih

Alternativa temu pogledu je obravnava kulture z materialne perspektive, kjer so v ospredju recimo produkcija hrane, obrt in odnos do fizičnega okolja, kot v primeru ekološke antropologije. Kot pomanjkljivost obravnavanja kulture z vidika kulturnega materializma pa kritiki navajajo nezmožnost obravnavanja kulture kot celote, saj zanemarjajo njene nematerialne vidike, kot je recimo religija (ibid.). Pomembna sodobna smer v obravnavanju kulture z antropološkega vidika pa je interpretativna paradigma, ki jo je utemeljil Clifford Geertz. Antropologije ne obravnava kot »eksperimentalne znanosti, ki išče zakone, ampak kot interpretativno znanost, ki išče pomen« (ibid.). V pričujočem delu se pri opredelitvi kulture v kiberprostoru najbolj približujemo simbolni in interpretativni paradigmi.

povezujejo z objektom, v praksah regulacije njegove uporabe in distribucije ter v praksah potrošnje (ibid., 41-121).

3.3.4 Kibernetična kultura kot medijska forma

Ardevolova (2005) pravi, da lahko internet danes razumemo tudi kot medijsko formo: »Internet, povezan z ostalimi informacijskimi tehnologijami, predstavlja potencialen izziv množičnim medijem in zabavni industriji.« (ibid.). Podira namreč ustaljen načine produkcije, distribucije in konzumacije vsebin, ki jih pri klasičnih medijih regulirajo velike korporacije (ibid.).

Medijski teoretik David Gauntlett v zborniku člankov *Web.Studies: Rewiring Media Studies for the Digital Age* (2004) s soavtorji predstavlja zbirko teoretskih pogledov, ki povezujejo internet kot medij s temami, kot so identiteta, reprezentacija, spol, politični aktivizem, ekonomija in kapitalizem (Gauntlett 2004). V skupino avtorjev, ki obravnavajo internet s podobne teoretske pozicije, lahko uvrstimo tudi Tanjo Oblak in Gregorja Petriča s knjigo *Splet kot medij in mediji na spletu* (2005), v kateri raziskujeta in poudarjata vlogo spleta kot medija. Oblakova in Petrič o spletu govorita kot o informacijskem sistemu, spletnemu mediju in spletu kot družbenem omrežju. Poudarjata, da je bil splet izvirno zasnovan kot tehnologija za podlago informacijskega sistema, namenjenega hitremu in učinkovitemu priklicu informacij (ibid., 15). Splet pojmujeta tudi kot medij, ki ima svoje specifične lastnosti, ki jih odkrivamo v primerjalnem kontekstu s preostalimi komunikacijskimi mediji in modeli interakcij. Hipertekstovnost, interaktivnost, multimedijalnost, recipročnost, ažurnost so na primer le nekatere lastnosti, ki »splet pomembno razlikujejo od tradicionalnih medijev« (ibid.). Po njunem mnenju ga lahko obravnavamo tudi kot specifično družbeno omrežje, ki je sicer virtualno omrežje, ampak »s povsem realnimi posledicami« (ibid., 16). Tudi medijska teoretika Burnett in Marshall (2003) splet opredelita primerjalno z drugimi mediji

kot »prostor, kjer se združijo različni načini komunikacije, kar rezultira v konvergenci množičnih medijev« (ibid., 54).

3.4 Internetna etnografija

Ideja o uporabi etnografskih⁴⁰ tehnik je pri raziskovanju interakcij na internetu »postala popularna v letih po 1990, ko je postalo jasno, da se pojavljajo zanimive socialne formacije v okolju, ki smo ga poimenovali 'kiberprostor'« (Hine 2008, 258). Boellstorff (2008) iz svojih izkušenj, ki jih je dobil na terenu v virtualnem svetu Second Life, pravi, da so virtualni svetovi »okolja, ki so jih ljudje prepoznali kot smiselna za izvajanje družbene akcije. Kultura v virtualnih svetovih obstaja, če nam je to všeč, ali ne; naloga nas etnografov je, da jih preučujemo.« (ibid., 62).

3.4.1 Raziskovalne teme in vprašanja

Escobar (1994) opredeli več domen etnografskega raziskovanja, ki jih postavi kot izhodišče in predmet za bolj podrobno obravnavo v prihodnjem antropološkem raziskovanju:

1. produkcija in raba novih tehnologij, kjer bi se antropološko raziskovanje osredotočilo na znanstvenike in eksperte na eni strani ter na uporabnike teh tehnologij na drugi strani (ibid. 217);
2. pojav virtualnih skupnosti, kjer se antropologi osredotočajo na delo na terenu in kombinirajo tako 'online' kot tudi 'offline' raziskovanje, preučujejo pa vprašanja, kot so meje skupine, razmerje med virtualnimi in realnimi personami itd. (ibid., 218);
3. študije popularne kulture, ki vključujejo učinke znanosti in tehnologije na popularno kulturo (ibid.);

⁴⁰ Pojem etnografija ima v antropologiji dva pomena: etnografija kot »produkt (etnografsko pisanje, članki in knjige, ki jih pišejo antropologi) in etnografija kot »proces« (opazovanje z udeležbo ali terensko delo) (Seymour-Smith 1986, 98; Sanjek v Barnard in Spencer 2002, 193).

4. rast in kvalitativni razvoj komunikacije, ki je posredovana preko računalnikov, še posebej z vidika razmerja med jezikom, komuniciranjem, socialnimi strukturami in kulturno identiteto (ibid., 219);
5. politična ekonomija kibernetike kulture, ki vključuje raziskovanje odnosa med informacijami in kapitalom ter posledično kulturne, ekonomske in politične dinamike (ibid.).

V bolj nedavni delitvi domen raziskovanja kibernetike kulture se Budka in Kremser (2004) naslanjata na Escobarja in pri tem izpostavita tri področja: kot prvo, kako se nove informacijske in komunikacijske tehnologije producirajo in uporabljajo; kot drugo, kako se ljudje povezujejo v 'online' družbena omrežja oz. virtualne skupnosti; ter kot tretje, politično ekonomijo kibernetike kulture (ibid., 215).

V svoji knjigi *Cyborgs@Cyberspace* (1999) antropolog David Hakken razpravlja o prihodnosti etnografije v kontekstu informacijskih in komunikacijskih tehnologij. Opredeli glavne raziskovalne teme v kibernetiki antropologiji, ki se nanašajo na proučevanje kibernetike prostora:

1. glavne karakteristike entitet, ki so nosilci (proto-) kibernetike prostora (ibid., 7);
2. lastne identitete, ki jih ustvarjajo te entitete (ibid.);
3. mikro in bližnji socialni odnosi, ki jih konstruirajo te entitete (npr. z bližnjimi in prijatelji) (ibid., 8);
4. njihovi mezo socialni odnosi (npr. skupnosti, regionalno okolje, civilna družba) (ibid., 9);
5. njihovi makro socialni odnosi (npr. nacionalni in transnacionalni) (ibid., 10);

6. politične in ekonomske strukture, ki jih producirajo in reproducirajo entitete v kibernetnem prostoru in ki jih pri tem hkrati omejujejo (ibid.).

Tudi Christine Hine (2008) podaja svoj pogled na raziskovalna vprašanja, ki naj bi jih antropologi razreševali z internetno etnografijo (ibid., 8):

1. Kako uporabniki interneta razumejo njegove kapacitete in kakšen pomen ima uporaba interneta zanje?
2. Kako internet vpliva na raziskovanje organizacije družbenih odnosov v času in prostoru? So družbeni odnosi na internetu drugačni kot v »realnem« življenju? Kako uporabniki povezujejo internet in »realno« življenje?
3. Kako internet vpliva na percepcijo avtentičnosti in avtoritete? Kako se na internetu vzpostavljajo identitete in kako se presoja avtentičnost?
4. Je virtualna izkušnja radikalno drugačna in ločena od »realnosti«? Obstajajo meje med 'online' in 'offline'?

3.4.2 Razvoj in dileme

Razvoj etnografskih metod za raziskovanje interakcij na internetu je šel z roko v roki z razvojem interneta (Hine 2008, 257).

Zgodnje raba etnografije v 'online' kontekstu se je usmerjala na prikaz raznolikosti interakcije na internetu. Ta oblika internetne etnografije je bila pomembna pri vzpostavljanju ideje o virtualnih skupnostih, novih oblikah socialnih formacij, ki jih je omogočil internet in so obstajale neodvisno ter ločeno od fizičnega prostora. (ibid., 257-258)

Eden prvih primerov uporabe etnografije v 'online' kontekstu je delo Nancy Baym (1995), predstavljeno v poglavju vplivnega zbornika *Cybersociety: Computer-Mediated Communication and Society* (1995), ki je podrobno obravnavalo temo »kiberdružbe« (»cybersociety«). Baymova opisuje diskusijsko skupino, v kateri je sodelovala z metodo opazovanja z udeležbo skupaj tri leta. Podobno je svojo raziskovanje izvedla tudi Reidova (1994) pri svojem proučevanju 'online' skupnosti MUD.

Kot smo že omenili, so se pionirske etnografske raziskave osredotočale na jasno ločevanje med 'online' in 'offline' konteksti, kar je vodilo tudi do primerjanja 'online' interakcij z 'neposrednimi' (Hine 2003, 16; 2008, 259). Eden od vplivnih modelov »reduciranih socialnih iztočnic« (»reduced social cues«), ki sta ga uvedla Sproull in Kiesler (1986; 1991), sugerira negativne učinke, ki naj bi bili posledica anonimnosti posameznikov na internetu. Drugi raziskovalci pa so se odmaknili od neposrednega primerjanja tehnološko posredovanih interakcij z neposrednim komuniciranjem. Lea in Spears (1991) v svojem modelu SIDE recimo poudarjata, da se je potrebno posvetiti raziskovanju učinkov družbenega konteksta, v katerem se 'online' interakcija odvija, in anonimnosti, ki jo ta omogoča.

Skozi prakso raziskovanja 'online' interakcij je postalo jasno, da pomemben teren za razumevanje 'online' odnosov ni samo virtualno okolje (Hine 2008, 266). Liav Sade-Beck (2004) trdi, da etnografija, ki se osredotoča samo na 'online' kontekste, ne more podati kaj več kot delnega in omejenega razumevanja vprašanja, s katerim se antropolog ukvarja. Po njegovem mnenju se virtualni svet in »realni« svet združita v širšo definicijo realnosti. Namesto da iščemo poteze, ki razlikujejo virtualni svet od realnega, moramo uporabiti pristop, ki išče povezave in recipročnost med njima. Terensko delo je tisto, ki mediira med obema svetovoma (ibid.).

Podobno idejo izpostavlja tudi Wittel (2000), ki trdi, da razumevanje interneta pogosto zahteva premikanje med več tereni, mnogi med njimi so tudi 'offline'. Ljudje in objekti so v sodobnem svetu čedalje bolj mobilni, zato se mora tudi etnografija vključiti v te tokove mobilnosti in se premakniti iz proučevanja ene lokacije na več lokacij (»from single sites to multi-sites«) (ibid.). Kot drugo pa poudarja, da bi morali teren dojemati ne več kot geografsko lokacijo, ampak kot politično lokacijo (ibid.). Po njegovem mnenju bi se morali namesto na proučevanje terenov osredotočiti na proučevanje omrežij, ki so za razliko od klasičnih terenov »odprte strukture, ki se lahko širijo skoraj brezmejno in so visoko dinamične«⁴¹ (ibid.). Vprašanje definicije terena raziskovanja je prišlo v ospredje in antropologom je postalo jasno, da je teren konstrukt etnografa do iste mere, kot je vnaprej obstoječa entiteta (Gupta in Ferguson 1997; Amit 1999).

Prihodnje trende v raziskovanju pa napove Hinova (2008), ki poudari testno povezovanje 'online' in 'offline' okolij:

Novejše raziskave še naprej poudarjajo socialno realnost interneta, vendar se osredotočajo na kompleksne povezave med 'online' in 'offline' družbenimi prostori. V prihodnje predstavlja ključni izziv internetni etnografiji raziskovanje socialne realnosti 'online' kontekstov in hkrati odkrivanje njihove vloge v vsakodnevnem življenju. (ibid., 257-258)

⁴¹ Podobno idejo najdemo tudi pri Boydovi (2007), ko govori o konceptu »digitalni domorodec« (»digital native«). Po njenem ta popularna besedna zveza ne zaznamuje določene generacije, ampak določeno izkušnjo. Nanaša se na tiste, ki razumejo, da je svet »omrežen«, da kulture obstajajo zunaj geografskih koordinat in da tehnologije omogočajo kulturam, da živijo na nove načine. Pomembno je razumeti način, kako se ljudje premikajo med geografsko in omrežno organiziranimi interakcijami (ibid.).

3.4.3 Avtentičnost in zaupanje

V povezavi z raziskovanjem kulture na internetu se postavlja tudi vprašanje avtentičnosti in zaupanja v to, kar ljudje izražajo v 'online' okolju. Nekateri etnografi poudarjajo, da je potrebno relevantnost podatkov, zbranih 'online', preveriti še preko neposrednih raziskav z istimi informatorji (Turkle 1995). Drugi zagovarjajo stališče, da raziskovalci ne bi smeli začeti svojega dela s pozicije, pri kateri se v avtentičnost 'online' zbranih podatkov dvomi že v samem izhodišču raziskovanja (Hine 2003; Carter 2005). Hinova (2008) poudarja, da »če odmislimo možnost igranja z 'online' identiteto, situacija z avtentičnostjo v virtualnem okolju ni nujno radikalno drugačna, kot velja za 'neposredno' etnografsko raziskovanje.« (ibid., 264). Podobno misel izpostavlja tudi Carterjeva (2005), namreč da »avtentičnost zbranih podatkov ni tema, ki bi jo lahko ločili od etnografije same« (ibid., 151). Markhamova (2004a) celo pravi, da je raziskovanje v 'online' okolju priložnost za premislek o tem, kaj mislimo z »resničnim« in »avtentičnim« pri etnografiji nasploh (ibid., 373). »Impulz, da odkrivamo 'resničen' pomen resničnih ljudi, ki jih intervjuvamo ali opazujemo v teh online okoljih, je globoko zakoreninjen v modernističnih epistemologijah. Pomen resničnega se v tem pomenu izenačuje s pomenom avtentičnega.« (ibid., 151). Poudarja, da je avtomatična povezava, ki jo delamo med telesnim v smislu čutno zaznavnega (»embodiment«) in avtentičnostjo, problematična (Markham 2004b, 152). Tudi Jones (2004b) izpostavi, da internet ne obstaja ločeno od 'offline' konteksta: »Zavedanje, ki ga v povezavi z vprašanjem etike prinašamo iz 'offline' raziskovalnih izkušenj, mora biti naše vodilo tudi pri študiju novih, porajajočih se kultur, ne glede na to, ali so realne ali virtualne.« (ibid., 184).

Veliko del obravnava tudi vprašanje etičnega vedenja v 'online' raziskovanju, ki se nanaša predvsem na zavestno privolitev (»informed consent«) udeležencev za sodelovanje v raziskavi: »Ta implicira nujnost, da je raziskovalec pri svojem delu odkrit glede ciljev svojega raziskovanja

in morebitnih tveganj ter je jasen tudi o tem, da je sodelovanje v raziskavi popolnoma svobodna odločitev.« (Hine 2008, 265). Carterjeva (2005) pa poleg privolitve kot pomembne moralne obligacije v 'online' raziskovanju omenja še princip neškodovanja drugim, zaščito anonimnosti in zaupnost podatkov (ibid., 152).

3.5 Skupnosti na internetu – virtualne skupnosti

Veliko avtorjev pri postavljanju svoje definicije spletne skupnosti vzame kot izhodišče delo *Imagined Communities* (1983) avtorja Benedicta Andersona, ki v svoji obravnavi vprašanja nacionalnih skupnosti trdi, da so vse skupnosti »namišljene« (»imagined«) (ibid., 7), ker obstaja podoba skupnosti v zavesti vsakega od članov skupnosti (ibid., 6)⁴². Po njegovem je vsaka skupnost, ki je večja od starodavnih vaških skupnosti, v katerih so prevladovali neposredni odnosi, namišljena. Pri tem pa poudarja tudi, da pri raziskovanju ni pomembno, ali je skupnost avtentična, ampak je pomemben način, kako je namišljena (ibid., 15). Ko omenja Andersonovo definicijo skupnosti, Fernback (1999) poudarja, da »njena namišljena narava ne pomeni, da skupnost obstaja 'samo' v zavesti udeležencev« (ibid. 213). V kontekstu 'online' skupnosti po njegovem mnenju to pomeni, da je realnost družbeno konstruirana, komunikacija preko računalnikov pa za te konstrukte generira konkretne reprezentacije (ibid.).

⁴² V tradicionalni antropološki perspektivi najdemo tri različne smeri v definiciji skupnosti (Rapport v Barnard in Spencer 2002, 114). Skupnost lahko predstavljajo »skupen interes med ljudmi«, »skupna ekologija in lokalnost« ali »skupni družbeni sistem ali struktura« (ibid.). Tradicionalno so antropologi obravnavali skupnost kot empirično enoto oz. družbeni organizem. Nanjo so gledali kot na ključno strukturno enoto družbenega življenja (ibid., 115). V simbolni antropološki perspektivi pa se antropologi odmaknejo od reificiranega obravnavanja skupnosti k preučevanju skupnosti kot lastnosti družbenega življenja, k preučevanju članstva v skupnosti in k preučevanju kulturnega pomena skupnosti (ibid.). Kot eden bolj značilnih pristopov se pri obravnavanju skupnosti izpostavlja še evolucionistični pristop, ki poudarja skupnost kot značilnost določenega obdobja družbenega razvoja, ki v sodobnem času deluje kot »prežitek« (ibid., 116). Sodobna obravnava koncepta skupnosti pa je zelo raznolika in še vedno zelo aktualna. Ne glede na to, s katere perspektive jo obravnavamo, označuje družbeno skupino in družbeno okolje, ki mu ljudje pripadajo ali želijo pripadati (ibid., 117).

Christian Fuchs (2008) izpostavlja dve smeri v definiranju virtualnih skupnosti, ki po njegovem mnenju nista vzajemno izključujoči – subjektivno in objektivno (ibid., 309). Subjektivna smer poudarja pomen 'online' komuniciranja; spletna skupnost se vzpostavi kot kontinuirana komunikacijska praksa, ki poteka 'online' (ibid., 309). V objektivnem pogledu pa so spletne skupnosti utemeljene na skupnih vrednotah, deljeni identiteti in razumevanju ter na solidarnosti, enotnosti in povezanosti (ibid.). Sam zagovarja dialektični pristop k definiciji, ki integrira oba pogleda in opisuje spletne skupnosti kot dinamične in procesne (ibid., 310). Definira jih kot »tehnološko – socialne sisteme, ki temeljijo na 'online' komunikaciji« (ibid.). Tudi Fernback (1999) poudarja, da virtualna skupnost:

ni samo 'stvar', ampak je tudi 'proces'. Definirajo jo njeni prebivalci in njene meje ter pomeni, ki so stvar neprestanega pogajanja. Čeprav virtualne skupnosti delijo veliko potez s fizičnimi skupnostmi, imajo hkrati še 'substanco', ki dovoljuje deljenje skupnih izkušenj in skupnih pomenov med njenimi člani. (ibid., 217)

Ko razmišljamo o skupnosti v kontekstu kibernetkega prostora, ne moremo mimo internetnega teoretika, pionirja in aktivnega člana spletnih skupnosti Howarda Rheingolda, in njegove knjige *The Virtual Community* ([1993] 2000)⁴³. V njej opisuje svoje lastne izkušnje v konferenčni skupnosti The WELL (The Whole Earth 'Lectronic Link), ki je ena od najstarejših virtualnih skupnosti, ki še vedno deluje. Najbolj znana je po svojih forumih. Hkrati pa Rheingold raziskuje tudi, kako se lahko skupnosti vzpostavijo preko različnih komunikacijskih orodij. V njegovem opisu

⁴³ Hinova izpostavi pomen Rheingoldove knjige *The Virtual Community*, ki je izšla leta 1993. V tistem času je bila po njenem mnenju pomembna, ker je poudarila idejo, da lahko »informacijske in komunikacijske tehnologije zagotovijo veliko bolj bogato interakcijo, kot so predvidevali do takrat, in da lahko zagotovijo prostor za vzpostavljanje skupnosti« (Hine 2003, 9).

lahko najdemo ilustracijo tega, kako posameznik pride v skupnost predhodno nepovezanih ljudi s podobnimi interesi in se z njo poveže:

Nekateri ljudje pridejo na The WELL samo zaradi skupnosti, nekateri pridejo samo zaradi informacij, nekateri želijo oboje. The WELL je zame prostor srca, hkrati pa tudi vreden in neemocionalen 'pripomoček' za iskanje informacij, ki je postal integralni del moje profesionalne rutine. Starševska konferenca je lahko rezervirana za ozek krog, novičarska konferenca pa je veliko bolj kombinacija intelektualne tržnice in dnevne sobe, kjer se dogajajo miselne igre. Ko sem prvič vstopil v The WELL, sem iskal informacije in jih tudi našel. Takrat sem tudi spoznal, da so ljudje, ki posredujejo informacije, bolj zanimivi, kot informacije same. (Rheingold 2000, 45)

Rheingold pravi, da virtualne skupnosti nastanejo »takrat, kadar dovolj ljudi vzdržuje odnose v virtualnem okolju dovolj dolgo, z dovolj močnim 'človeškim' občutkom, da se oblikujejo osebni odnosi v kibernetičnem prostoru« (ibid., 5).

Barry Wellman (2001) kot teoretik »online družbenih omrežij«⁴⁴ definira skupnost kot »omrežje medosebnih vezi, ki zagotavljajo druženje, podporo in informacije, občutek pripadnosti in družbeno identiteto« (ibid., 228). Po njegovem to velja tako za 'online', kot tudi za 'offline' skupnosti (ibid.). Kollok in Smith (1999) definirata 'online' skupnosti v podobnih okvirih: »Skupnost zdaj ni konceptualizirana v terminih fizične bližine, ampak v terminih družbenih omrežij.« (ibid., 17). Tudi Budka in Kremser (2004) pri svoji opredelitvi virtualnih skupnosti poudarita njihovo naravo omrežij, v katera se ljudje povezujejo na podlagi interesov (ibid., 215).

⁴⁴ V novi izdaji knjige *The Virtual Community* (2000) Rheingold poudari, da če bi srečal sociologa Barryja Wellmana in se seznanil z analizo socialnih omrežij, ko je začel s pisanjem o kulturah v kibernetičnem prostoru, bi lahko vsem skupaj prihranil desetletje pogovorov, ko jih je imenoval »virtualne skupnosti« namesto »online družbena omrežja« (Rheingold 2000, 359).

Podobnosti z navedenimi definicijami najdemo tudi pri Escobarju (1994), ki pri svoji opredelitvi 'online' skupnosti izpostavi povezovanje skupine ljudi preko računalnika, različnih spletnih orodij in specializiranih omrežij (ibid., 219).

Ryanova (2008) uvede kot izraz za vsakodnevno sodelovanje v spletnih skupnostih metaforo »virtualno ognjišče« (ibid., 9):

Ognjišče služi za premostitev razkoraka med srcem in kozmosom, saj pelje posameznike iz varnega objema doma v srečanja s širšo skupino ljudi (sicer še vedno intimno povezanih), z namenom pripovedovanja zgodb in medsebojne konverzacije, medtem ko so kolektivno vpleteni v ritualiziran proces ohranjanja in vzdrževanja plamenov. (ibid.)

Glavna vrednost 'online' družbenih omrežij je po njenem možnost, da prijatelji vzpostavijo zasebne prostore za ohranjanje socialne kohezivnosti in gojenje občutka pripadnosti skupini (ibid.).

Po raziskavi, ki jo je izvedla Norrisova (2004), naj bi ljudem povezovanje na internetu pomagalo premostiti dejavnike družbenega razlikovanja, kot so generacija, rasa in družbeni razred, in združilo ljudi s podobnimi interesi in mišljenjem (ibid., 35). Tudi Fuchs (2008) poudari, da za razliko od tradicionalnih skupnosti, ki so temeljile na skupnih vrednotah, identiteti in tradiciji, virtualne skupnosti temeljijo na »skupnih interesih za določena vprašanja in komunikaciji, ki je usmerjena na te skupne teme« (ibid., 137). Tudi Fernback (1999) umika virtualne skupnosti stran od idilične podobe tradicionalnih skupnosti in pravi, da so »arena, v kateri se ustvarjajo strasti in se vrši tiranija, v njej se soočamo z ljubeznijo in smrtjo, rojeva se dediščina, v njej prihaja do razkroja interesnih združenj in zavezništev« (ibid., 217).

David Bell v svojem članku *Webs as Pegs* (2007) gleda na virtualne skupnosti s kritične perspektive. Pri tem izhaja iz Zygmunta Baumana (2000), ki skupnosti v postmoderni definira kot »kljuke« (»peg communities«), »na katere začasno obesimo individualne skrbi; skupnosti, ki se tvorijo, so površinske in prehodne narave, vezi, ki se ustvarjajo, so krhke in kratkotrajne« (ibid., 70-71). Te skupnosti predstavljajo »povezanost osamljencev« (»togetherness of loners«) (ibid., 68). Bell (2007) kritično premisli mnenje optimističnih zagovornikov spletnih skupnosti, kot je Rheingold (ibid., 255), ki trdijo, da virtualne skupnosti funkcionalno nadomeščajo tradicionalne skupnosti. V opozicijo temu mnenju postavlja kritike, ki trdijo, da so spletne skupnosti samo šibko povezane interesne skupine, niso trajne in niso stabilne (ibid.). Sam zagovarja srednjo pot med optimističnim in pesimističnim zornim kotom ter poudarja dejstvo, da so »naše skupnosti sicer mobilne, številčne in pogosto mediirane – vendar to ne pomeni, da so šibke in slabotne« (ibid., 259).

Malcom R. Parks (2010) je v svojem članku *Social Network Sites as Virtual Communities* opredelil elemente, ki so pomembni pri definiranju skupnosti, ter zahteve v družbenih omrežjih, ki so pomembne za obstoj teh elementov (ibid., 108) (glej Tabelo 3.1).

Tabela 3.1: Elementi, ki definirajo skupnost in povezane zahteve v družbenih omrežjih

Elementi, ki definirajo skupnost	Zahteve v družbenih omrežjih
<p>Manj pomembni za virtualne skupnosti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Skupni geografski prostor • Samozadostnost <p>Bolj pomembni za virtualne skupnosti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sposobnost za sodelovanje v kolektivni akciji • Skupni rituali, družbena regulacija • Vzorci interakcij med člani • Identifikacija, občutek pripadnosti in povezanosti • Zavedanje o obstoju skupnosti 	<ul style="list-style-type: none"> • Uporabniki morajo ustvarjati in obiskovati svoje profile redno. • Uporabniki morajo svoje profile personalizirati. • Uporabniki morajo ustvarjati družbene kontakte in se odzivati drugim uporabnikom.

Vir: Social Network Sites as Virtual Communities (2010, 108)

Rheingold (2000) je leta 1993 kot najpomembnejšo internetno skupnost omenjal The WELL, predstavlja pa tudi druge internetne storitve, ki so omogočale oblikovanje skupnosti, kot so novičarske skupine (Usenet), elektronske oglasne deske (BBS), virtualni svetovi MUD, tekstovni klepet (predvsem IRC) ter elektronske poštne liste. Svetovnega spleta v današnji obliki takrat še ni uporabljalo veliko ljudi. Z revolucijo z imenom »splet 2.0« (O'Reilly 2005) in s potencialno množično participacijo kateregakoli uporabnika na spletu pa se je lista aktivnih spletnih skupnosti in število aktivnih uporabnikov močno povečala. Ažuren seznam spletnih skupnosti najdemo na strani Wikipedia.org (List of Virtual Communities 2012).

V literaturi (Rheingold 2002, Castells in drugi 2007, Fuchs 2008) pa se omenja še en pomemben vidik virtualnih skupnosti – njihova (potencialna) mobilnost, ki jo prinašajo naprave, kot so mobilni telefoni. V »mobilnih« virtualnih skupnostih uporabniki niso vezani na določen prostor, kjer imajo povezavo z internetom, ampak se lahko povežejo s svojim socialnim okoljem kadarkoli in od kjerkoli (Fuchs 2008, 324). Tovrstna udeležba v spletnih skupnostih bi lahko bolj pogosto prenesla 'online' odnose tudi v 'offline' svet. Po drugi strani pa bi posameznika lahko povezala z ljudmi v

neposredni okolici, ki jih družijo podobni interesi (ibid., 325). Castells s soavtorji (2007) poudarja, da mobilno komuniciranje dopušča vzpostavljanje komuniciranja v vseh trenutkih, ko ne moremo izvajati drugih aktivnosti, recimo med transportom, ko čakamo v vrsti, ali preprosto v prostem času (ibid., 249). Sistem mobilnega komuniciranja omogoča mešanje množice socialnih praks v različnih kontekstih časa in prostora (ibid.).

3.5.1 Virtualno vs. realno

Več avtorjev omenja med izzivi, ki jih ponuja etnografija v kibernetnem prostoru, vprašanje dualizma med realnim in virtualnim, resnico in fikcijo, avtentičnostjo in sfabriciranostjo (Escobar 1994, 218; Porter 1997; Hine 2003, 5; Miller in Slater 2000, 6; Wilson in Peterson 2002, 455-457; Miller in Slater 2003, 50-57; Jones in Ortlieb 2006, 221; Wellman in drugi 2005, 17).

Levy poudarja, da »virtualno ni nekaj, kar bi bilo v nasprotju z realnim, ampak stoji v opoziciji z dejanskim; dejanskost in virtualnost sta dve različni obliki realnosti« (Levy 2001, 29). To bi pomenilo, da je virtualno »nekaj, kar obstaja potencialno, ne pa nujno tudi dejansko« (ibid.). Castells (1996) govori o »kulturi realne virtualnosti« (»the culture of real virtuality«) (ibid., 358) in poudarja, da »so vse realnosti komunicirane preko simbolov. V človeški, interaktivni komunikaciji so vsi simboli, ne glede na medij komuniciranja, v določeni meri izpodrinjeni v odnosu do pripisanega semantičnega pomena. V bistvu je vsa realnost percipirana virtualno.« (ibid., 403-404). Slevin (2000) razume »virtualnost«, kot sam pravi, v terminih Bruna Latourja – kot nekaj, kaj ni »breztelesno«, ampak kot nekaj, kar je bolj materialno od realnega (ibid., 56). Žižek (1996) pa se v svoji razpravi o razmerju med virtualnim in realnim nasloni na Sherry Turkle (1995), ki pravi, da v postmodernistični drži ne dojemamo več stvari takih, kot se same kažejo, ampak »take, kot nam jih kaže

uporabniški vmesnik« (»at interface value«) (ibid., 107). Če uporabnik verjame, da je resnično življenje zgolj samo še eno okno na računalniškem zaslonu, je »iluzija, kateri podleže, natančno podobna nasprotni iluziji, t.j. zdravorazumski drži, da verjamemo v polno realnost izven virtualnega univerzuma« (Žižek 1996, 110).

Wellman and Gulia (1999) odgovarjata na vprašanje, ali so virtualne skupnosti »realne« oz. »resnične« skupnosti, pritrdilno in pojasnjujeta, da so »odnosi, ki jih ljudje razvijejo in vzdržujejo v kibernetnem prostoru, podobni tistim, ki jih razvijejo v skupnostih iz njihovega realnega življenja: periodične, specializirane in variirajo glede na moč povezanosti« (ibid., 182). Tudi Jonesova in Ortlieb (2006) poudarjata, da je v trenutku, ko 'online' aktivnosti postanejo del vsakdanjega življenja ljudi, »razlikovanje med 'realnimi' in 'virtualnimi online' svetovi manj izrazito« (ibid., 221). V teoretskih obravnavah teme se avtorji sicer trudijo ohranjati to distinkcijo, vendar uporabniki svoje 'online' in 'offline' izkušnje povezujejo v eno (ibid.).

3.5.2 Povezava 'online' skupnosti z 'offline' družbeni konteksti

Samuel M. Wilson in Leighton C. Peterson v članku *The Anthropology on 'Online' Communities* (2002) opozarjata na to, da je bilo po njunem mnenju proučevanje skupnosti v antropologiji že v 40-ih in 50-ih letih 20. stoletja omejeno s tega vidika, da so raziskovalci skupnost pojmovali kot zaključeno in izolirano celoto, pri tem pa niso upoštevali interakcij z ostalimi skupnostmi, ki jim posamezniki tudi pripadajo, prav tako pa niso upoštevali heterogenosti skupnosti same (ibid., 455). Opozarjata na to, da je vsak posamezni član vsake skupnosti hkrati član drugih skupnosti (pa tudi kultur in družb), ki so med seboj v interakciji (ibid.). Zaključita z mislijo, da njun pogled sovпада s prevladujočim pogledom v antropološki teoriji in praksi, ki pravi, da ostro ločevanje med realnimi in virtualnimi skupnostmi ni smiselno. Razlikovali naj bi »kontinuum skupnosti, identitet

in omrežij, ki obstajajo – od najbolj kohezivnih do najbolj difuznih – ne glede na to, na kakšen način so člani skupnosti med seboj v interakciji« (ibid., 457).

Miller in Slater (2003) poudarjata, da je razmerje med 'online' in 'offline' svetom, ko gre za antropološko raziskovanje, kompleksno (ibid., 53). Strogo ločevanje med 'offline' in 'online' sfero je prišlo po njunem mnenju v akademsko razpravo »skupaj z razvojem koncepta 'virtualnega'« (ibid., 52). Na internet se gleda kot na »sfero drugega sveta« (ibid.), popolnoma ločeno od 'offline' življenja in samozadostno. Opozarjata tudi na to, da ni isto, če internet obravnavamo kot popolnoma dekontekstualizirano virtualno sfero, ki zanika 'offline' svet, ali če priznavamo dejstvo, da internet nekateri ljudje uporabljajo za to, da ločijo svoje 'online' in 'offline' odnose, in se delajo, kot da je 'online' svet popolnoma ločen od 'offline' sveta (ibid.). Po njunem mnenju se »vsak od dveh svetov hrani z drugim in pomaga vzpostavljati izkušnjo drugega na recipročen in ne na hierarhičen način« (ibid., 53). Interneta torej ne moremo proučevati ločeno od 'offline' življenja (Miller in Slater 2000, 7). Na ta način bi prišli do abstrahiranih udeležencev, ki so ločeni od svojih ostalih družbenih odnosov. Razumevanje uporabe interneta je najbolj jasno, če nanj gledamo kot na del vsakodnevnih in prostorsko baziranih aktivnosti ter posameznikove identitete (ibid., 8).

Podobno idejo izpostavi tudi Mackay (2006), ko trdi, da z usmeritvijo na raziskovanje uporabe interneta v vsakdanjem življenju ugotavljamo, kako se ljudje preko interneta povezujejo in kako to uravnavajo z ostalimi aktivnostmi v vsakdanjem življenju (ibid., 231). Tudi Ryanova (2008) zagovarja tezo, da so družbena omrežja v glavnem le ekstenzija prej obstoječih komunikacijskih praks iz realnega sveta (ibid., 135). Ostajajo močno integrirana v vsakodnevne življenjske prakse (ibid., 164). Podobnega mišljenja je tudi Agre (1999), ki poudarja, da večina ljudi uporablja internetne storitve v povezavi s temami, ki so povezane z

realnim življenjem. Bakardijeva (2005) prav tako umesti članstvo v virtualnih skupnostih v vsakodnevno življenje posameznikov in opozarja na »lažno dihotomijo med virtualnimi skupnostmi in skupnostmi iz realnega življenja« (ibid., 167). Zanima jo način sodelovanja v skupnostih in izdelava lastno tipologijo, temelječo na empiričnih izsledkih, v kateri razvršča posameznike med pasivne konzumente informacij (ibid., 169), instrumentalne uporabnike (ibid., 170), raziskovalce idej v virtualni javni sferi (ibid., 172), sodelujoče v klepetih (ibid., 173) in prave člane skupnosti, ki temelji na zavezi (ibid., 176). Kot sinonim za skupnosti pa uporablja pojem »virtualnega sobivanja« (»virtual togetherness«) (Bakardijeva 2003, 294). Podobno stališče najdemo tudi pri avtorjih Wellmanu in Gulii (1999), ki poudarjata, da je internet samo eden od načinov, preko katerega ostajajo isti ljudje v interakciji. Ni ločena realnost (ibid., 334).

Boellstorff (2008) zagovarja delno drugačen pogled od predhodno predstavljenih, ko pravi, da se »'socialnost' virtualnih svetov razvije v svojih lastnih okvirih; referira se na aktualni svet, ni pa samo preprost derivat iz tega sveta« (ibid., 63). Poudarja, da je »virtualni svet poseben socialni, ekonomski in politični kontekst« (ibid., 62).

3.5.3 Umeščenost v širše družbeno omrežje posameznika

Wellman in Gulia (1999) poudarjata, da so se sociologi do 50-ih let 20. stoletja bali, da bo hitra modernizacija pomenila »izgubo skupnosti«, kot jo poznamo iz Tönniesove definicije, ter pustila za sabo prehodne, nepovezane odnose z le malo vzajemne podpore (ibid., 169). Bolj sistematične raziskave v tistem času pa so pokazale, da skupnost še vedno obstaja v sosedskih in sorodstvenih skupinah (Gans 1962 v Wellman in Gulia 1999, 169). Tovrstne skupnosti so le del vsega omrežja skupnosti posameznika (Wellman in drug 2005, 2). Skupnost ni nujno samo tesno povezana sosedska skupina, ampak lahko obstaja tudi kot

družbeno omrežje sorodnikov, prijateljev, sodelavcev, ki ne živijo nujno v isti soseski (ibid., 3). Konceptualna revolucija se je zgodila s premikom definicije skupnosti v terminih prostora (soseske) k definicijam skupnostih v terminih družbenih omrežij (ibid.). Za virtualne skupnosti je značilno prav to, da se vzpostavijo ne glede na prostorsko ločenost njenih članov⁴⁵ (Wellman 2001, 230). Z nastopom interneta je skupnost kot omrežje prevladala nad skupnostjo kot prostorom (Jones 2004a, 328).

Wellman in Gulia (1999) postavita sledeči niz raziskovalnih vprašanj, s katerimi naj bi se v analizi socialnih omrežij na internetu ukvarjali (ibid., 170):

1. Ali so odnosi, ki se vzpostavljajo na internetu, ozki in specializirani, ali usmerjeni širše? Kakšno podporo lahko posameznik pričakuje, da bo našel v virtualni skupnosti?
2. Kako lahko splet vpliva na posameznikovo možnost, da vzdržuje tudi šibkejše, manj intimne odnose in kako lahko razvija nove odnose? Zakaj člani virtualnih skupnosti pomagajo tudi tistim, ki jih komaj poznajo?
3. Je podpora, ki jo dajejo člani internetnih skupnosti, recipročna? Ali člani skupnosti razvijejo tesnejšo navezo do internetnih skupnosti, v katerih sodelujejo, da se lahko razvijeta solidarnost in recipročnost?
4. Do kakšne mere so na internetu možni poglobljeni in intimni odnosi?
5. Kako vpliva močna vpletenost v internetno skupnost na vpletenost v skupnosti, ki se vzpostavijo kot del »resničnega življenja«?
6. Kako lahko participacija na internetu poveča raznolikost vezi v skupnosti? Do kakšne mere lahko takšne raznolike vezi pomagajo pri integraciji heterogenih skupin?

⁴⁵ Marinova in Wellman (2010) v preučevanju družbenih omrežij opredelita štiri skupine vezi oz. odnosov, ki se lahko vzpostavijo med člani, to so (ibid., 7): »podobnosti« (ko člani delijo iste karakteristike); »družbeni odnosi« (ko so člani povezani preko družbenih vezi sorodstva, prijateljstva, ipd.); »interakcije« (ko odnosi temeljijo na katerikoli vrsti interakcije med člani); in »tokovi« (ko odnosi temeljijo na izmenjavah ali transferih med člani).

7. Kako arhitektura interneta vpliva na naravo virtualnih skupnosti? Do kakšne mere so virtualne skupnosti solidarne skupine (kot tradicionalne vasi) ali so samo rahlo povezana omrežja? Ali so virtualne skupnosti podobne skupnostim v »resničnem življenju«? Do kakšne mere so virtualne skupnosti entitete same po sebi in v kakšni meri so integrirane v ostale človeške skupnosti?

Han Woo Park in Mike Thelwall v knjigi *Virtual Methods* (2006) podobno kot Wellman in Gulia poudarjata, da so bile »tehnikе za proučevanje omrežij razvite z namenom, da raziskujejo konkretne socialne odnose med specifičnimi družbenimi akterji, hkrati pa naj bi proučevale tudi vplive struktur omrežja na način delovanja družbenega sistema« (ibid., 171). Izpostavita tudi, da je pristop k proučevanju socialnih omrežij ne samo metodologija, temveč tudi pomembna teoretska perspektiva (ibid., 181).

Antropologinja Mizuko Ito (1999) uvede v povezavi z omrežji v digitalnem svetu nov koncept – »lokalnost omrežja« (»network locality«). »Omrežje« uporablja kot termin, ki je blizu terminoma »kibernetiski« in »virtualen«. »Lokalnost« pa vidi kot koncept, ki je za razliko od skupnosti temelji na kontekstu bolj kot na fizični lokaciji. Vse lokalnosti so po njenem mnenju hibrid med geografsko in tehnološko umeščenimi povezavami (ibid.).

3.6 Tehnološko posredovane interakcije

Veliko teoretikov definicijo virtualnih skupnosti utemelji na odnosih in interakcijah, ki se v skupnosti vzpostavijo (Laurel 1990; Rheingold 2000; Escobar 1994; Wellman 2001; Budka in Kremser 2004). Levy (2001) opozarja na to, da neposredni odnos med tehnologijo in kulturo ne obstaja. Obstaja samo množica »človeških agentov«, ki izmenjajoč se izumljajo, producirajo, uporabljajo in interpretirajo tehnologije (ibid., 5). Nove tehnologije, kot je internet, služijo povečanju kapacitete za recipročno in nerecipročno komunikacijo (Slevin 2000, 90). Tehnološko

posredovane interakcije imajo nekaj značilnosti, ki jih pogojuje specifično strukturiranje 'online' prostora in časa (Miller in Slater 2000, 18; Slevin 2000, 75; Levy 2001, 91; Hine 2003, 6; Jones 2004a, 329; Fuchs 2008, 137; Ryan 2008, 118-119). To pa je tesno povezano tako s posebnim načinom oblikovanja identitete na internetu (Turkle 1995; Donath 1999, 29; Castells 2001, 54-55; Burnett in Marshall 2003, 78; Oblak in Petrič 2005, 95), kot tudi s specifičnimi normativnimi in simbolnimi sistemi (Kollock 1999, 220-229; Miller in Slater 2000, 18; Rheingold 2000, 339-340; Wilson in Peterson 2002, 459; Burnett in Marshall 2003, 55), ki so podlaga za socialno interakcijo.

3.6.1 Novo strukturiranje prostora in časa

Prostor in čas sta pomembna elementa v definiciji interneta. Kibernetški prostor je tip družbenega prostora, kjer je komunikacija posredovana tehnološko, hkrati pa je organiziran na globalni razsežnosti časa in prostora (Fuchs 2008, 137). Internet pozicionira ljudi v omrežja, ki presegajo njihovo neposredno lokacijo, plasira jih v širše tokove kulturnih, političnih in ekonomskih virov (Miller in Slater 2000, 18).

Internet sicer ni prva tehnologija, ki je premostila prostor in čas v domeni komuniciranja in povezovanja ljudi. V primerjavi z ostalimi predhodnimi tehnologijami pa je revolucionarno spremenil razmerje med komunikacijsko in prostorsko distanco. Ponudil je izpolnitev obljube, ki jo je Marshall McLuhan⁴⁶ ilustriral kot »globalno vas« (»global village«) (1969) ali Manuel Castells kot že omenjeni »prostor tokov« (1996), kjer je ne samo ideja komuniciranja, ampak tudi ideja skupnosti ter širšega kulturnega, ekonomskega in političnega omrežja⁴⁷ prenesena v 'online' sfero in presega omejitve prostora ter časa. Kibernetški prostor postaja

⁴⁶ »Čas se je ustavil, prostor je izginil. Sedaj živimo v globalni vasi ... v simultanjem dogajanju.« (Fiore in McLuhan 1967, 63).

⁴⁷ Kljub temu, da ima internet pomembne implikacije tudi za makro socialne odnose, se pričujočem delu poglobljamo predvsem v nivo mikro in mezo socialnih odnosov.

vse bolj univerzalen, brez centra ali vodenja, »sprejema vso vsebino in povezuje vsako točko s katerokoli drugo točko« (Levy 2001, 91). Na ta način pa spreminja pogoje življenja v družbi (ibid.).

Christine Hine (2003) se pri opredelitvi prostora in časa na internetu nasloni na Giddensa. V moderni dobi čas postane univerzalni koncept, ki omogoča koordinacijo preko meja prostora (ibid., 6). Prostor (»space«) je ločen od fizične lokacije (»place«)⁴⁸ (ibid.). Hakken (1999), ki poudarja to isto distinkcijo, omeni tudi, da tendenca ločevanja socialnega prostora od fizične lokacije v sociološki misli ni nekaj novega in je prisotna že od časa Ferdinanda Tönniesa in njegovega razlikovanja med »skupnostjo« in »družbo« (ibid., 215-216). Tudi Jonesova in Ortlieb (2006) ločujeta med dvema pomenoma prostora, ko sugerirata, da so bistvo 'online' komunikacijskega prostora odnosi, prostor pa ima smisel šele, ko mu ljudje pripišejo pomen (ibid., 221). V smislu »place« je prostor območje okoli osebe, znotraj katerega je lahko ta oseba v interakciji z drugimi, prostor v pomenu »space« pa se nanaša na objekte v prostoru in njihove prostorske odnose (ibid.). V trenutku, ko prostoru pripišemo pomen, dobimo iz merljivega prostora objektov prostor interakcije in smisla (ibid.). To velja tako za 'online', kot tudi za 'offline' prostore⁴⁹ (ibid.). Wellman (2001) prav tako izpostavlja, da vezi in odnosi, ki se vzpostavijo na internetu, transformirajo prostor v smislu »cyberspace« v prostore kot »cyberplaces« in jih napolnijo s pomenom, pripadnostjo in identiteto (ibid., 228). Norrisova (2004) pri raziskovanju kohezivne vloge spletnih skupnosti za družbo opozarja na prehod od teritorialnih skupnosti, ki so temeljile na prostoru, k 'online' skupnostim, ki temeljijo na konstrukciji identitete (ibid., 32).

⁴⁸ V moderni miselnosti naj bi nove informacijske in komunikacijske tehnologije omogočale večji nadzor preko večje akumulacije znanja ter koordinacije posameznikov skozi prostor in čas. V postmodernem pogledu pa naj bi večja kompresija prostora in časa vodila k večji fragmentiranosti, ne toliko k večji racionalnosti in nadzoru (Hine 2003, 6-7).

⁴⁹ Omenjata tudi metafore, ki se uporabljajo za 'online' prostore in izhajajo iz 'offline' sveta - »online dnevna soba ali kavarna« (Jones in Ortlieb 2006, 223).

Socialna prezenca je na internetu v nekaterih primerih popolnoma ločena od fizične prezenca (Reid 1994).⁵⁰ 'Offline' in 'online' kulturni kontekst nista povezana in iz tega izhajajo določene posledice za socialno interakcijo (ibid.). Pomanjkanje dejanske fizične prisotnosti in ločenost članov skupnosti zahtevata oblikovanje novih pravil vedenja, tekstovno sporočanje nadomešča fizične geste, lažji je tudi izstop iz skupnosti (ibid.). V večini 'online' skupnosti, kjer odnosi niso utemeljeni tudi v 'offline' kontekstu, je članstvo zelo prehodno – lahko je priti in lahko je tudi oditi (Norris 2004, 33). Iz tega lahko sklepamo, da je v skupnostih, kjer je povezanost z 'offline' kontekstom večja, večja tudi njena kohezivost (ibid.). Po drugi strani pa so v »družbah omrežij« že splošno meje bolj ohlapne, interakcije potekajo z različnimi posamezniki v več različnih omrežjih hkrati in tudi hierarhija odnosov je manj izrazita (Wellman 2001, 227). Mezo socialni odnosi v skupnostih, ki imajo naravo omrežja, so običajno fluidni, le redko so močni in trdni (Hakken 1999, 94).

Jones (2004a) poleg metafore prostora kot omrežja predstavlja tudi metaforo časa kot omrežja. Hitrost je pomemben spremljevalec razvoja tehnologij, predvsem v možnosti takojšnje komunikacije in možnosti kontakta iz kateregakoli kraja ob kateremkoli času (ibid., 329). Dostopnost in povezanost kjerkoli in kadarkoli dobimo, ko internet združimo s prenosnimi računalniki ali komunikacijskimi pripomočki, kot so mobilnimi telefoni (Wellman 2001, 229)⁵¹. Ti so danes stalni spremljevalci skoraj vsakega posameznika in se približujejo multifunkcionalni moči računalnikov. Posameznik s tem postaja še bolj avtonomen v svoji komunikaciji (ibid.).

⁵⁰ V primeru preučevanja skupnosti MUD Reidova (1994) pojmuje 'online' in 'offline' prostor ontološko kot dva povsem ločena družbena konteksta.

⁵¹ Kot poudarja Rheingold (2002), so brezžične tehnologije najboljši način, da postane 'online' večina svetovne populacije. Ožičenje (»wiring«) sveta v preteklem stoletju, od telegrafa do interneta, je povzročilo uničenje starih socialnih vzorcev in pripeljalo do vzpostavitve novih. Postavitev brezžične infrastrukture pa bo v prihodnjih desetletjih spet korenito spremenilo obstoječo družbeno ureditev (ibid., 135).

Internet in telefon skupaj z neposredno interakcijo delujejo kot integrirani osebni komunikacijski sistem⁵² (Boase 2008, Kim in drugi 2007). Posameznik postaja primarna osnovna enota povezovanja v družbenih omrežjih (Wellman in drugi 2005, 4).

Zgodil se je premik iz vzpostavljanja omrežja, ki je temeljil na prostoru ('place-to-place networking'), k povezovanju posameznikov ('person-to-person networking'). To ne pomeni premika proti socialni izoliranosti, temveč k bolj avtonomni rabi družbenih omrežij s strani posameznika. To simultano implicira odgovornost ljudi, da vzdržujejo svoja omrežja z več svobode pri oblikovanju svojih interakcij. (ibid.)

Za »omrežni individualizem« (»networked individualism«) kot novo obliko povezovanja posameznikov je značilno, da so ti v navezavi mimo družbenih skupin, ki jim sicer pripadajo, te skupine imajo samo omejen nadzor nad posameznikovim vedenjem, posameznik pa ima nizek občutek pripadnosti tem skupinam (ibid., 5).

3.6.2 Vprašanja identitete

Posameznikove identitete ne najdemo v njegovem vedenju, niti v reakcijah drugih, ampak v sposobnosti, da ohranja določeno naracijo o sebi (Giddens 1991, 54). Giddensov pogled na identiteto in na sebstvo kot na reflektivni biografski projekt posameznika, ki pravi, da sebstvo v »pozni moderni« družbi ni nekaj, s čimer smo rojeni in ni statično, je ena izmed najbolj pogostih podlag za razmišljanje o tej temi, tudi ko gre za

⁵² Boase (2008) v svoji raziskavi izhaja iz stališča, ki je v kontrastu s tehnološko determinističnimi tezami, saj se osredotoča na to, kako posameznik uporabi komunikacijske medije, da ostane v stiku s svojim osebnim komunikacijskim omrežjem. Kot sklep raziskave navaja dve vrsti osebnih komunikacijskih sistemov: prvo so »težki komunikatorji«, ki vzdržujejo veliko kontaktov z velikim številom ljudi; drugi so »lahkotni komunikatorji«, ki vzdržujejo veliko manj vezi (ibid.). Prva skupina komunikatorjev ima veliko večjo raznolikost v svojem omrežju prijateljev, sodelavcev in sorodnikov, pa tudi veliko močnejšo aktivnost v svojem osebnem komunikacijskem sistemu (ibid.).

identiteto v virtualnem okolju.⁵³ Tudi Jenkins (1996) izpostavlja, da je izgradnja identitete proces v teku. Podobno kot pomen je lahko predmet strinjanja in nestrinjanja, je stvar pogajanja (ibid., 5). Govori o procesu »identifikacije«, ki naj bi bil osnovni kognitivni mehanizem posameznikov, da organizirajo sebe in ljudi okoli sebe, individualno in kolektivno (Jenkins ibid.). Sherry Turkle (1995) poudarja, da ko vstopimo skozi računalniški zaslon v virtualne skupnosti, delamo na rekonstrukciji svoje identitete na drugi strani zaslona (ibid., 177). Ta rekonstrukcija je »kulturno delo v teku« (»our cultural work in progress«) (ibid.). Podobno perspektivo odseva tudi Castellsov (1996) proces »multipersonalizacije skozi računalniško posredovano komunikacijo« (»the multipersonalization of CMS«) (ibid., 357).

Identiteta igra v spletnih skupnostih ključno vlogo. Veliko spremljevalnih informacij o osebnosti in družbenih vlogah, na katere smo navajeni iz 'online' sveta, v 'offline' kontekstih ni prisotnih (Donath 1999, 29). Internet je podaljšek našega družbenega okolja, v katerem lahko preizkušamo različne identitete (Castells 2001, 54-55). Splet je aktivni prostor za produkcijo in konstrukcijo identitete (Burnett in Marshall 2003, 78). Kitchin (1998) izpostavi, da postane v kibernetnem prostoru identiteta še toliko bolj »nestabilna, multipla, difuzna, fluidna in podvržena manipulaciji«, saj to dopušča narava komunikacije brez fizičnega stika in relativna anonimnost (ibid., 11). Rheingold (2000) poudarja, da podobno kot so mediji pred internetom stopili meje, ki sta jih postavljala prostor in čas, tako zdaj komunikacija, ki poteka preko računalnikov in interneta, topi meje identitete (ibid., 150). Vloge, ki jih prevzamejo v 'online' skupnostih, ponujajo »ljudem oder, na katerem preizkušajo nove identitete« (ibid., 152). Tudi Gauntlett (2002) izpostavlja vlogo

⁵³ David Gauntlett v knjigi *Creative Explorations: New Approaches to Identities and Audiences* (2007) na podlagi raziskave, v kateri so morali posamezniki iz kock Lego zgraditi metaforo lastne identitete, poudarja, da so identitete posameznika tipično koherentne in ne fragmentirane, kar je v nasprotju s postmodernističnimi trditvami (ibid., 188).

svetovnega spleta pri kreiranju identitete posameznika v sodobnem svetu. Še posebej omenja servise, ki jih uvrščamo v množico »web 2.0«, kot so YouTube in MySpace. Ti so poskrbeli za premik iz vloge posameznikov kot »konzumentov« medijev v aktivne »uporabnike« (ibid., 2).

Ideje, ki jih reinterpreterirajo posamezni avtorji, pa se ne zdijo nič novega, saj je že Erving Goffman leta 1959 v svojem delu *The Presentation of Self in Everyday Life* svoje razumevanje vsakodnevne rutine in ritualov oblikoval v dramaturški model upravljanja z identiteto. Posameznik v vsakodnevnih interakcijah predstavlja sebe drugim tako, da si prizadeva upravljati in nadzorovati vtise, ki si jih drugi o njem ustvarijo. Pri tem uporablja določene socialne tehnike, da vzdržuje koherentnost svoje podobe, podobno kot to izvaja igralec pri upodobitvi svojega lika (ibid.).⁵⁴

Oblakova in Petrič (2005) izpostavljata, da se pri proučevanju identitete na spletu pojavljata vsaj dve teoretski poziciji. Kot prvo navajata teorijo kibernetike kulture, ki po njunem predpostavlja, da je splet kot družbeni fenomen pripeljal do dekonstruktivnega učinka na identiteto in kulturo. Kot najbolj znano predstavnico te struje navajata socialno psihologinjo Sherry Turkle (ibid., 95). Turklova (1995) pravi, da v virtualnih skupnostih, za katere je značilna »kultura simulacije« (»culture of simulation«) ter brisanje meja med realnim in virtualnim, posamezniki kontinuirano konstruirajo in »izumljajo« svojo identiteto (ibid., 9). Sebstvo ni enotno, ampak se multiplicira (ibid., 10). Turklova poudarja tudi, da na spletu »ljudje lahko vzpostavijo sebstvo preko kroženja skozi več različnih sebstev« (ibid., 178). Hkrati pa izpostavi, da je pri konstruiranju identitete pomemben princip koherentnosti, saj koncept

⁵⁴ Goffman (1959) izpostavi dve glavni interakcijski regiji - oder in zaodrje, javno in zasebno sfero. Za uspešno upravljanje z vtisi o svoji podobi je pomembno, da posameznik uspešno ločuje občinstvo, pred katerim nastopa v svojih posameznih (družbenih) vlogah. Tudi znotraj posamezne komunikacijske regije lahko svoje občinstvo strateško segregira (ibid., 109-140).

multiplega sebstva ne deluje, če se posameznik premika od osebnosti do osebnosti, ki med seboj ne komunicirajo (ibid., 258).

Na drugi strani pa Oblakova in Petrič (2005) omenjata kritike teorije kibernetške kulture, ki se naslanjajo na družbeno teorijo, po kateri se identiteta posameznika oblikuje v odnosu do drugih, ne samo skozi samoprezentacijo (ibid., 95). Kritiki teorije kibernetške kulture »opozarjajo na pretiran teoretski radikalizem, ki ga zagovarja dekonstruktivizem, v empiričnem smislu pa predstavnikom očitajo to, da svoje teze in argumente utrjujejo z zelo ekstremnimi pojavi in podatki, ki niso vsesplošni niti ne pogosto razširjeni« (ibid.).

Obe omenjeni struji, ki ju izpostavljata Oblakova in Petrič, pa poudarjata, da identiteta ni fiksno, ahistorično dejstvo, temveč se skozi čas spreminja (Oblak in Petrič 2005, 95). To trditev najdemo tudi pri številnih avtorjih, ki se ukvarjajo s temo konstrukcije identitete na internetu ali v svetovnem spletu. Ustvarjanje identitete ni nikoli zaključena retorična trditev, ki jo pripovedujemo in izvajamo eden za drugega (Jones in Ortlieb 2006, 222). Castells (1997) razume identiteto v družbi omrežij kot »proces konstrukcije pomena na podlagi kulturnega atributa ali seta povezanih kulturnih atributov, ki imajo prednost pred ostalimi viri pomena« (ibid., 6). Za posameznika je značilna pluralnost identitet, kar je vir kontradikcij in stresno vpliva na njegovo samoprezentacijo in socialno akcijo (ibid.). Poudarja tudi, da ne moremo enačiti družbene identitete in družbenih vlog, ki so definirane preko institucionalnih in organizacijskih norm (ibid., 7).

Tudi pri vprašanju identitete se pojavlja tema povezanosti 'online' in 'offline' družbenih kontekstov. Po mnenju Wilsona in Petersona (2002) so lahko identitete predmet pogajanja in reprodukcije na mnoge različne načine, v večini primerov pa se to ne dogaja brez povezanosti z 'offline' kontekstom (ibid., 457). 'Offline' (kulturna) okolja oblikujejo perspektive,

skozi katere uporabniki konstruirajo 'online' aspekte svojih identitet (Jones in Ortlieb 2006, 222). Po Millerju in Slaterju (2008) je ločevanje med »realnim« in »virtualnim« v antropološkem proučevanju identitet zavajajoče (ibid., 8). Podobno stališče imajo tudi Gomez, Ardevolova in Estatalella (2007), ki preučujejo konstrukcijo 'online' identitete skozi bloge in fotobloge. Poudarjajo, da po njihovem ne obstaja neodvisna ali ločena identiteta posameznika, ki bi se oblikovala in obstajala samo 'online' (ibid., 2). Tovrstno razlikovanje je lahko dvoumno, ker nas pripelje do dihotomij, kot so realno/ virtualno, 'online'/ 'offline', ki se jim za njihovo raziskovalno delo ne zdijo smiselne in uporabne (ibid.). V ospredje postavljajo »igrivo utelešenje« (»playful embodiment«), ki je kombinacija performativnih in teatralnih možnosti interakcije in komunikacije (ibid., 6). Žižek kiberprostor predstavlja kot možnost, da pri grajenju svojega sebe dosežemo to, kar Lacan imenuje »prekoračitev fantazme«, s tem ko poudarja, da »morda kiberprostor s svojo zmožnostjo, da povanji naše najbolj notranje fantazme v vsej svoji nekonsistentnosti, umetniški praksi odpre edinstveno možnost, da uprizori, 'izvede' fantazmatsko oporo naše eksistence« (Žižek 1997, 38). Vendar smo po njegovem »daleč od tega, da bi tako postali sužnji teh fantazem in se torej spremenili v desubjektivizirane slepe lutke, omogoči nam, da jih obravnavamo igrivo in s tem do njih zavzamemo minimalno distanco« (Žižek 1997, 38)⁵⁵.

Christine Hine (2003) poudarja, da imamo priložnost za igranje z identiteto na internetu samo pod pogojem, da obstajajo meje med 'online' in 'offline' svetom (ibid., 118-120). Donathova (1999) izpostavi, da je koristno razlikovati med uporabo psevdonimov in popolno anonimnostjo. V virtualnem svetu obstaja veliko različnih načinov identifikacije. Popolna

⁵⁵ Žižek (1999) opozarja tudi na lažno iluzijo osvoboditve, ki jo ustvarja kiberprostor ob igranju z mnogoterimi identitetami. Poudarja, da »tako slavljeno igranje z mnogoterimi premeščujočimi se osebnostmi (svobodno konstituiranimi identitetami) kaj rado zamegli omejitve družbenega prostora, v katere je ujeta naša eksistenca (in nas tako lažno osvobodi pred njimi)« (ibid., 16).

anonimnost je eden od ekstermov kontinuuma, ki teče na drugi strani do uporabe imena, ki ga imamo tudi v 'offline' svetu (ibid., 53).

Nekatere skupnosti omogočajo večjo stopnjo anonimnosti in ločenosti od posameznikove »realne« identitete kot druge. V skupnostih, kjer uporaba pravega imena in izpostavljanje 'offline' identitete ni nujno, nekateri posamezniki nastopajo s svojimi pravimi imeni, drugi s psevdonimi, oboje pa je sprejemljivo. Kitchin (1998, 80) poudari, da je prav v anonimnosti privlačnost interneta, saj ustvarja priložnosti za eskapizem. Anonimnost ponuja možnosti za izumljanje alternativnih identitet in vključevanje v nepoznane načine interakcije (ibid.). Užitek anonimnosti na spletu primerjamo z zapeljivimi lastnostmi mesta, kjer lahko vsak izkuša njegove »možnosti«, ne da bi bila njegova identiteta v popolnosti razkrita (Burnett in Marshall 2003, 78). Po drugi strani pa v nasprotju s tem anonimnost spletnega uporabnika dopušča možnosti, da njegove sledi razkrijemo in ga na podlagi tega identificiramo (ibid.). Rheingold (2000) postavlja avtentičnost odnosov med ljudmi v kibernetičnem prostoru pod vprašaj, ker so po njegovem maske in upravljanje s razkrivanjem samega sebe del »slovnice« kibernetičnega prostora (ibid., 152). Ta vključuje nove identitete, lažne identitete, multiple identitete, raziskovalne identitete, ki so odvisne od različnih manifestacij medija (ibid.). Po Reidovi (1994; 1999) je učinek večje anonimnosti večji občutek svobode, ki spodbuja nekonformno obnašanje. V primeru anonimnosti je malo možnosti, da imajo virtualna dejanja kakršen koli učinek v realnem življenju, ta občutek varnosti pa spodbuja člane skupnosti k bolj odprtemu izražanju čustev in mnenj ter k večji intimnosti, lahko pa tudi k večji nasilnosti, kot bi bila sprejemljiva za vsakodnevno življenje (ibid.). Fuchs (2008) pa predpostavi, da pri večini ljudi njihove 'online' persone vseeno delijo veliko karakteristik z njihovimi 'offline' identitetami, ker želijo 'online' vzpostavljati odnose, ki lahko funkcionirajo tudi v 'offline' svetu (ibid., 323). To pa ne bi bilo mogoče, če bi drugi ljudje odkrili, da se

posameznikovo 'online' vedenje razlikuje od njihovega 'offline' vedenja (ibid.).

3.6.3 Vrednote, norme in simbolni sistemi

Internet so že od samih začetkov povezovali s svobodo – po eni strani je prinesel s sabo nove možnosti za svobodo govora in informiranja, po drugi strani pa je postal tudi simbol za različne druge potencialne oblike svobode (Miller in Slater 2000, 16). Termin »normativna svoboda«, ki se pogosto povezuje z internetom, vsebuje paradoks, saj svoboda v nobenem primeru ni absolutna, ampak nujno zavzema določeno obliko normativne strukture in je zavezana družbenemu redu (ibid.). »Kljub temu, da imajo anonimni posamezniki, ki so delovali ali delujejo v skupnostih, kot so MUD ali IRC, skrajno liberalne in celo anarhistične težnje, se v trenutku, ko so sami žrtve zlorabe te svobode, obrnejo k rekonstituiranju moralnega in normativnega reda.« (ibid., 18). Virtualne skupnosti lahko leta živijo brez občutka, da potrebujejo kakršno koli upravljanje. Norme za primerno vedenje⁵⁶ postanejo predmet pogovorov šele v trenutku, ko se prekršijo sprejemljive oblike vedenja (Rheingold 2000, 339-340).

Kadar ni povezave z 'offline' družbenim kontekstom, formalna družbena kontrola sicer ne obstaja, socialne sankcije pa so kljub temu prisotne (Reid 1994). Oblikujejo se fluidno, preko vedenja posameznikov (ibid.). V skupnostih, ki temeljijo na pogovoru, člani delijo iste komunikacijske prakse, imajo ista prepričanja in sprejemajo iste norme vedenja, ker bi bila komunikacija sicer omejena (Wilson in Peterson 2002, 459). Pravila in norme vedenja v virtualni skupnosti opisujemo tudi s skupnim imenom

⁵⁶ Norme za primerno vedenje so popolnoma odvisne od značilnosti samih skupnosti (Ryan 2008, 130). Na Facebooku je normalno, da imamo za prijatelje ljudi, ki jih poznamo iz 'offline' življenja, medtem ko imamo v skupnosti MySpace za prijatelje velikokrat popolne neznance. Če nekdo na Facebooku doda za prijatelja neznanca, je to po prevladujočih Facebook normah precej »čudaško« (ibid., 131).

»netiquette« (LeValley 1997, 118). Po drugi strani pa naj bi 'online' vedenje oblikovale tudi vedenjske forme in konvencije, ki obstajajo 'offline'. Kultura vpliva na vedenje, ki oblikuje 'online' prostor (Jones in Ortlieb 2006, 222).

Ti aspekti vedenja v 'online' skupnostih spominjajo na več karakteristik kulture, kot jo definira Clifford Geertz (1973). Po njegovem je kultura »set mehanizmov kontrole – načrtov, receptov, pravil in navodil (kar računalniški programerji pojmujejo 'programi') - za vodenje vedenja« (ibid., 46). Pravila in navodila za vedenje so javna, kontinuirano so predmet reprodukcije skozi proces interakcije in izmenjave. Kot medij kulturne izmenjave pa Geertz poudarja simbole (ibid., 45). Kultura po njegovem obstaja in se ohranja kot izmenjava simbolov, ki dajejo izkušnjam pomen (ibid.). V 'online' skupnosti, kjer fizična bližina in neposredna interakcija ne obstajata, je skupno simbolno polje bistvenega pomena. Do nastopa obdobja elektronskih medijev so bile vse kontekstualne informacije pri komuniciranju bolj fizične kot verbalne (Rheingold 2000, 186). V tehnološko posredovanem komuniciranju pa člani skupnosti razvijejo svoj nadomestni jezik, ki služi tudi za reprezentacijo fizičnih akcij in stanj (Reid 1994). Eden od takšnih primerov so »emotikoni«⁵⁷ - pikogrami, ki jih lahko ustvarimo preko simbolov na tipkovnici (ibid.). Hkrati so zelo preprosti in zelo kompleksni – s preprosto kombinacijo znakov lahko izrazimo kompleksna čustvena stanja in akcije. »Izrazi socialnega konteksta in emocionalnih stanj so inkorporirani v čisto tekstovno formo.« (ibid.). Hitrost je na spletu pomemben element komuniciranja, zato so uporabniki poskrbeli, da konverzacija teče nepretrgoma in tekoče tudi preko uporabe akronimov⁵⁸ (Burnett in

⁵⁷ Emotikoni so piktogrami, ki jih ustvarimo z uporabo računalniške tipkovnice in opisujejo fizično in emocionalno stanje uporabnika. Hkrati so ekstremno preprosti in ekstremno kompleksni (Reid 1994). Kot primer navajamo nekaj emotikonov: :) ali :-) - nasmejan obraz; :(- žalosten obraz; 8) - nekdo, ki nosi očala; itd. (ibid.).

⁵⁸ Akronimi so simboli za skrajšane besede, ki skupaj z emotikoni služijo hitrim odzivom v komunikaciji. Z njimi lahko hitro izrazimo svoje počutje ali akcijo (Burnett in Marshall 2003, 55).

Marshall 2003, 55). Podobno kot uporaba emotikonov je tudi uporaba akronimov način, preko katerega se ločijo »veterani spleta od novih prišlekov« (ibid.).

V 'online' skupnostih si posamezniki pogosto pomagajo in izmenjajo veliko informacij. Rheingold (2000) je opisal interakcijo v skupnosti The WELL kot primer ekonomije daru, kjer uporabniki nudijo svoje informacije in podporo, ne da bi pričakovali neposredno in takojšnje povračilo (ibid., 12). Posamezniki v 'online' skupnostih ustvarjajo »kolektive dobrine« (»collective goods«), ki povezujejo izolirane posameznike v skupnost (ibid.). Dar v obliki informacije ali nasveta uporabnik prispeva v skupnost kot celoto, načeloma ga ne naslovi na posameznega udeleženca (Kollock 1999, 222). Darovi v 'online' sferi nosijo poteze »javnih dobrin«, ki jih lahko koristi kdorkoli, ne glede na to, če je prispeval k njihovi produkciji ali ne (ibid., 223). V spletnih skupnostih izmenjave temeljijo na informacijah, ne na objektih (ibid.). Kljub temu pa obstaja kar nekaj vidikov motivacije, ki spodbujajo uporabnike k prispevanju: prva je »anticipirana reciprociteta«⁵⁹ (ibid., 227), druga je »pozitiven vpliv na lasten ugled v skupnosti«⁶⁰ (ibid., 228), tretja pa je »viden učinek k spremembam v skupnosti«⁶¹ (ibid.), na katere lahko vpliva tudi posameznik. Za nobenega od naštetih vidikov motivacije ni potrebno predvidevati, da so posamezniki altruistični. Lahko jih vodi tudi lasten interes (ibid.).

Populariziranje 'online' komuniciranja pa je povezano tudi z znano moralno paniko, ki se nanaša na ukinjanje meja med zasebnim in javnim (Ryan

Kot primer navajamo nekaj akronimov: LOL - glasen smeh (»laughing out loud«); FAQ - pogosta vprašanja (»frequently asked questions«); FYI - za tvojo informacijo (»for your information«); itd.

⁵⁹ Anticipirana reciprociteta pomeni pričakovanje posameznika, da bo v zameno za informacije in pomoč, ki jih prispeva v skupnosti, prejel nekaj tudi v zameno (Kollock 1999, 227).

⁶⁰ Visoka kakovost informacij, pripravljenost na pomoč ali eleganten način pisanja lahko prispeva k povečanju ugleda posameznika v skupnosti (Kollock 1999, 228).

⁶¹ Če posamezniki verjamejo, da prispevajo nekaj pozitivnega k skupnim prizadevanjem, sebe dojemajo kot bolj učinkovitega člana skupnosti in si s tem dvigujejo samopodobo (Kollock 1999, 228).

2008, 190). Transparentnost in propustnost virtualnega medija omogoča dostop javne sfere v zasebnost doma in kar je bolj problematično - zasebno sfero odpira javnemu pogledu (ibid.). Ljudje shranjujejo svoje lastne digitalne predstavitve in aktivnosti, ki jih lahko sami ali drugi uporabniki popravljajo, duplicirajo ali drugače uporabijo (Papacharissi in Gibson 2011, 76). »Obstojnost, replikabilnost, skalabilnost in najdljivost osebnih podatkov so glavni izzivi zasebnosti na družbenih omrežjih.« (ibid., 77). Lastno avtonomijo in zasebnost podredimo prizadevanjem za večji priljubljenost in publiciteto v družbenem omrežju (ibid., 78). »Družbena omrežja so servisi, ki transformirajo osebne informacije zasebne narave v valuto.« (ibid., 84). Informacija postane ekonomska dobrina (ibid.). Ljudje, ki želijo deliti informacije, se vedno soočajo z dilemo vdora v zasebnost in željo po izpostavljanju (Borneo in Barkhuus 2011, 1-4). Raziskovanje 'online' zasebnosti je kompleksno in predstavlja mešanico vprašanj, ki poleg družbenih norm vključujejo tudi tehnološka vprašanja in pravne vidike (ibid., 2-4).

Anderson in Stajano (2008) pa vidita vidik zasebnosti in varnosti na internetu predvsem kot »človeški« problem in ne kot tehnološko vprašanje, in to kljub temu, da gre za tehnološko posredovane interakcije. Po njunem mnenju 'online' povezovanje ni fundamentalno drugačno od 'offline' vzpostavljanja družbenih vezi, zato bi virtualni sistemi morali delovati na podoben način kot deluje realni svet (ibid.). Rešitev za vprašanje zasebnosti vidita v »družbeni pogodbi« in razumevanju tega, da bo bližnji prijatelj bolj gotovo ohranil skrivnost, ki mu jo zaupamo, kot znanec, ne glede na to, ali govorimo o 'online' ali 'offline' interakciji (ibid.). Upravljanje z zasebnostjo na družbenem omrežju pa je v vsakem primeru odvisno od nastavitve za vidnost osebnih informacij, na kar lahko vpliva posameznik sam, in od prakse uporabe sistema samega (Borneo in Barkhuus 2011, 4).

3.7 Družbeno omrežje Facebook

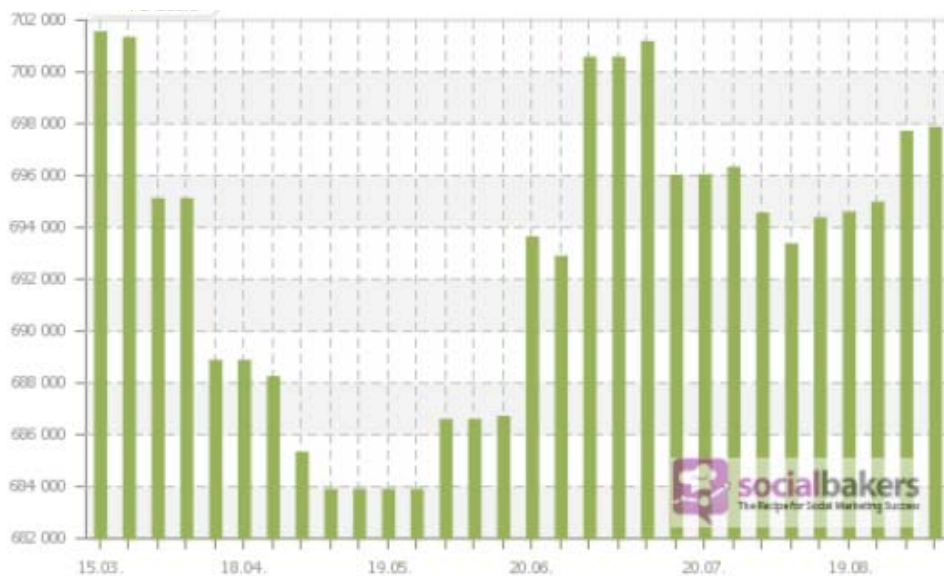
Facebook je ustvaril Mark Zuckerberg leta 2004, takrat še študent na univerzi Harvard (Lewis in drugi 2008, 331). V začetku je bilo omrežje zaprto samo za študente te univerze, septembra leta 2006 se je omrežje odprlo tudi za ostale študente in dijake, leto kasneje pa so omrežje odprli še splošni javnosti (ibid.). Kot pravijo statistični podatki na Facebooku, je imel Facebook v mesecu decembru 2011 več kot 800 milijonov aktivnih uporabnikov (Facebook Fact Sheet 2012). Več kot 50 odstotkov aktivnih uporabnikov naj bi se v Facebook prijavilo vsak dan, povprečen uporabnik naj bi imel 130 prijateljev, v povprečju naj bi uporabniki vsak dan objavili 250 milijonov fotografij, več kot 75 odstotkov uporabnikov živi zunaj ZDA in več kot 350 milijonov aktivnih uporabnikov trenutno uporablja Facebook preko svojih mobilnih telefonov (ibid.).

Facebook omogoča uporabnikom, da ustvarijo svoje osebne profilne strani, kjer se predstavijo, potem pa se povezujejo z ostalimi uporabniki, ki so poimenovani kot »prijatelji« (West in drugi 2009, 618). Če želimo nekoga za Facebook prijatelja, mu moramo naprej poslati prošnjo za prijateljstvo. Ko prošnjo potrdi, se uvrsti na našo listo prijateljev in obratno (ibid.). »Zid« je najbolj opazen del uporabnikovega profila, kjer poteka vsa njegova tekoča komunikacija in aktivnosti (ibid.). »Novice« pa so tisti del, kjer se zbirajo vse novosti o aktivnostih uporabnikovih prijateljev (ibid.). Ustvarjanje vsebine in vzdrževanje uporabniškega profila na Facebooku je preprosto, saj vsebina v glavnem temelji na komunikaciji med posamezniki. Interakcija med uporabniki Facebooka poteka na različne načine: javna objava na »zidu« osebnega profila uporabnika (oz. t.i. »status« uporabnika); komentiranje objav drugih; izražanje strinjanja ali všečnosti objav drugih preko gumba »Všeč mi je« na objavah; obstajajo pa tudi načini, ki omogočajo bolj zasebno komunikacijo med prijatelji – klepet in zasebna sporočila (ibid.).

3.7.1 Facebook v Sloveniji

V septembru 2012 je bilo v Sloveniji 698.400 uporabnikov Facebooka (Slovenia Facebook Statistics). Od tega naj bi bilo 51 odstotkov moških in 49 odstotkov žensk. V celotni populaciji je penetracija 34,87-odstotna⁶², med internetnimi uporabniki pa 53,79-odstotna. Konec leta 2008 je bilo na Facebooku v Sloveniji približno 165.000 uporabnikov, medtem ko v januarju 2010 že okoli 467.000 ljudi (Na Facebooku je že skoraj že vsak drugi slovenski uporabnik interneta 2010). Po tem podatkih lahko sklepamo, da smo zabeležili največjo rast uporabnikov v letu 2009, potem pa se je postopoma umirila. V letu 2012 je bila v določenih mesecih rast celo negativna (Slovenia Facebook Statistics).

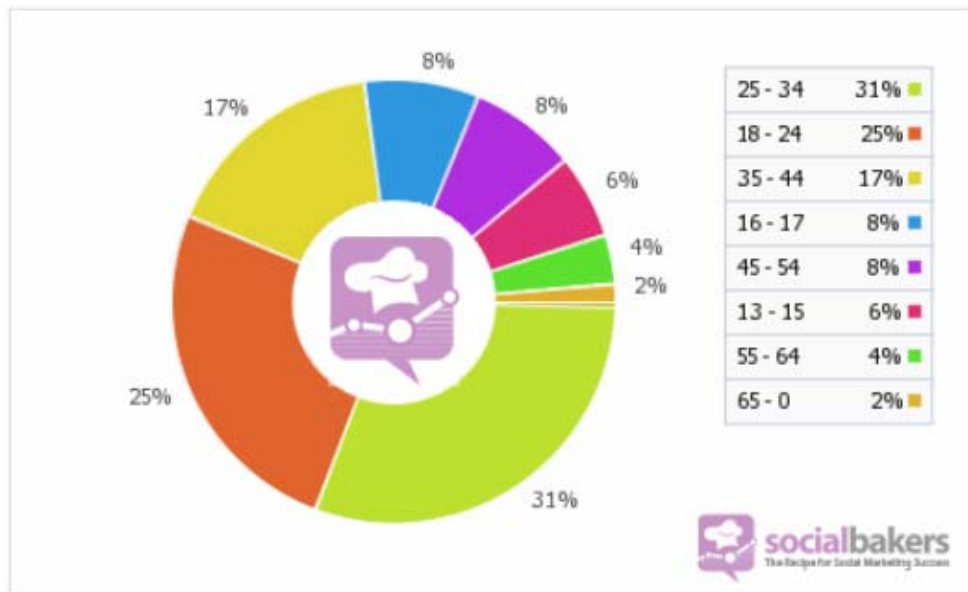
Graf 3.1: Rast uporabnikov Facebooka v Sloveniji (marec – september 2012)



Vir: Slovenia Facebook statistics

⁶² To pomeni, da ima 34,87 odstotkov vseh Slovencev svoj račun na Facebooku.

Graf 3.2: Starostna distribucija uporabnikov (september 2012)



Vir: Slovenia Facebook statistics

Iz starostne distribucije ugotavljamo, da je na Facebooku v Sloveniji največ uporabnikov iz starostne skupine 25 do 34 let (31 odstotkov) (Slovenia Facebook statistics). Tej skupini sledijo uporabniki, stari od 18 do 24 let (25 odstotkov). S starostjo nad 35 let število uporabnikov pada: od 35 do 45 let jih je 17 odstotkov, od 45 do 54 let 8 odstotkov, starejših od 55 let je na Facebooku 6 odstotkov. Mlajših od 18 let pa je na Facebooku 14 odstotkov (ibid.).

3.7.2 Zaključki obstoječih raziskav

Facebook je bil in še vedno je predmet akademskih razprav in raziskav, ki se ukvarjajo z različnimi vidiki povezovanja v spletnih omrežjih, kot so samoprezentacija, zasebnost, socialni kapital, prijateljski odnosi, avtentičnost in podobno.

Raziskovalci ugotavljajo, da udeležba na Facebooku deluje predvsem na način zabavne interakcije s prijatelji in v oblikah komuniciranja ena-na-ena, eden z mnogimi ali mnogi z mnogimi (McClard in Anderson 2008, 10). Facebook omogoča posameznikom, da na enostaven način

vzpostavljajo in vzdržujejo povezave z zelo malo napora⁶³ (ibid.). Že sam Facebook kot platforma vključuje mehanizme, ki podpirajo vzpostavljanje in ohranjanje odnosov (Ellison in drugi 2010, 890). Kot prvo, Facebook omogoča posameznikom, da najdejo tiste, s katerimi delijo skupne interese (ibid.). Kot drugo omogoča tudi izražanje samega sebe preko lastnega uporabniškega profila, ki ponuja več različnih možnosti za deljenje informacij v družbenem omrežju (ibid.). In kot tretje, Facebook ponuja tudi različne možnosti komuniciranja: javne in zasebne, širokega dosega ter tiste, ki omogočajo targetiranje, lahkotne in bolj resne (ibid.). Na Facebooku lahko porabimo čas na tri načine: komuniciramo z drugimi uporabniki; igramo igre; ali urejamo svoj uporabniški profil (Miller 2011, 80).

Postavitev osebnega profila na Facebooku omogoča uporabnikom dvoje: da se sami strateško predstavijo skupnosti ostalih članov; in da dobijo občutek za to, s kom so v interakciji (Lampe in drugi 2007, 9). Značilno za Facebook je, da uporabniška baza temelji na avtentičnosti, na ljudeh, ki jih lahko identificiramo (Bornoe in Barkhuus 2011, 2). Posameznikova identiteta na Facebooku pa se ne odraža toliko skozi demografske informacije in druge podatke, ki jih posameznik vpiše ob prijavi na Facebook, ampak preko interakcije s Facebook prijatelji, s katerimi se povezuje (McClard in Anderson 2008, 12). Eden od pomembnih aspektov samoprezentacije na Facebooku so tudi fotografije, ki so običajno serija

⁶³ Vsebine, ki jih kreirajo omrežene javnosti, so sestavljene iz bitov (Boyd 2010, 46). Nicholas Negroponte je izpostavil nekaj ključnih razlik med svetom bitov in svetom atomov, s čimer je želel ponazoriti, kako bo digitalizacija korenito spremenila informacijsko in medijsko pokrajino (Negroponte v Boyd 2010, 46). Poudaril je, da lahko bite preprosto dupliciramo, stisnemo in pošljemo preko žic; posledično vsebine, ki jih tvorijo biti, lažje širimo kot vsebine, ki jih sestavljajo atomi (ibid.). Tako samoizražanje v družbenih omrežjih, kot tudi interakcija med posamezniki generira vsebino, ki temelji na bitih (Boyd 2010, 46). Štiri značilnosti te vsebine, ki izvirajo iz sposobnosti bitov, igrajo pomembno vlogo v formiranju omreženih javnosti: trajnost ('online' vsebine se avtomatično shranjujejo in arhivirajo); možnost repliciranja (vsebino je mogoče množiti); skalabilnost (potencialna vidnost vsebin je zelo velika); in najdljivost (vsebino lahko najdemo preko iskanja) (ibid.).

podob, strateško izbranih s strani uporabnika (Mendelson in Papacharissi 2010, 255). Ljudje na Facebooku pri samopredstavljanju poudarjajo svoje lastnosti, ki so družbeno zaželene, niso pa same po sebi razvidne iz 'online' interakcije (Zhao in drugi 2008, 1821). Istočasno pa želijo prikriti oz. umakniti v drugi plan lastnosti, ki niso družbeno zaželene (ibid.). Dodatno možnost upravljanja s svojo podobo na Facebooku in dostop do svoje zasebnosti omogoča tudi Facebook sam, ki uporabnikom dovoljuje nadzor nad informacijami, ki jih delijo z družbenim omrežjem (Bulgurcu in drugi 2010). Vidnost in dostop do svojega profila lahko upravljajo z nastavitvami zasebnosti v svojem Facebook računu, delno tudi na posameznih vsebinah (ibid.). Uporabnik lahko na primer označi, da je njegov profil viden samo njegovim Facebook prijateljem, lahko pa tudi prijateljem svojih prijateljev, ali vsem. Uporabnik lahko tudi skrije samo določene dele vsebine pred določenimi ljudmi, ali pa v celoti blokira določene ljudi, da vidijo le določen tip vsebine. Uporabnik lahko naredi tudi svoje skupine, v katere lahko vključi določene prijatelje, s katerimi deli izbrane vsebine. Teh možnosti je še več in se neprestano dopolnjujejo (ibid.). Zhao in sodelavci (2008) ugotavljajo, da nadzor nad zasebnostjo uporabnikom Facebooka omogoča upravljanje z lastno podobo v skupnosti do te mere, da se različnim ljudjem predstavljajo na različne načine, podobno kot to lahko delamo v 'offline' kontekstih (ibid., 1823). Pri tem se lahko naslonimo tudi na Ervinga Goffmana (1959), ki pravi, da ljudje vedno poskušamo ohraniti najboljšo podobo o sebi v dani situaciji in se prilagajamo glede na okoliščine, da bi to lahko dosegli.

Uporabniki se med seboj povezujejo v Facebook prijateljstva bolj ali manj naključno in nenačrtovano (Lewis in drugi 2008, 332). Facebook kot večina družbenih omrežij omogoča tvorjenje binarnega odnosa prijateljstva (Viswanath in drugi 2009, 1). Vsi ti odnosi pa niso enaki. Moč vezi v odnosu lahko zelo variira, od dveh posameznikov, ki sta res prava prijatelja, do dveh posameznikov, ki bi rajši videla, da nista prijatelja

(ibid.). Uporabniki imajo na Facebooku »prijatelje«, s katerimi jih povezujejo šibke vezi (znanci, s katerimi ima uporabnik nima bližnjega odnosa) in tiste, s katerimi jih povezujejo močne vezi (prijatelji, s katerimi ima tesen odnos) (Ellison in drugi 2007; Lewis in drugi 2008, 332; Mod 2010, 63). Pri tem pa je razvoj šibkih vezi na Facebooku v prednosti pred vzdrževanjem močnih vezi (ibid.). Prijateljski odnosi na Facebooku niso globoki, vendar pa Facebook omogoča uporabnikom, da ohranjajo druge v mislih, medtem ko periodično objavljajo svoje novice in drugim sporočajo nekaj o sebi (Cordeiro 2010, 8). Iz analize moči vezi med Facebook prijatelji, ki so jo izvedli Viswanath in sodelavci (2009, 6), pa so zaključili, da manjši del parov prijateljev generira večino aktivnosti.

Facebook ni substitut za 'offline' interakcijo, ampak jo olajša. Pomaga lahko pri komunikaciji o temah, o katerih se je lažje pogovarjati 'offline' kot 'online' (Miller 2011, 183). Posameznikova osebna skupnost na Facebooku se v glavnem ujema z uporabnikovim družbenim omrežjem v 'offline' življenju (Lampe in drugi 2007, 1). Facebook se primarno uporablja za vzdrževanje in krepitev obstoječih odnosov in ne toliko za spoznavanje novih ljudi (Ellison in drugi 2007). Zelo majhen delež, samo 0,4% vseh Facebook prijateljstev, temelji samo na 'online' vzpostavitvi in ohranjanju odnosa (Lewis in drugi 2008, 332). Glede na raziskavo med ameriškimi srednješolci ima spletno omrežje Facebook tudi potencial za »premostitev« 'online' in 'offline' povezave in ohranjanje vezi s skupnostjo, ko posamezniki končajo srednjo šolo, se preselijo v drugo okolje in podobno (Ellison in drugi 2007). Kljub temu, da ima povezovanje na Facebooku temelje v 'offline' družbenem omrežju posameznika, pa lahko zelo hitro omrežje prijateljev na Facebooku postane večje od tradicionalnih 'offline' družbenih omrežij (Tom Tong 2008, 538). Razloga za to sta dva: po eni strani tehnologija omogoča povezovanje z večjim krogom ljudi; po drugi strani pa obstajajo tudi nenapisane norme, ki v veliki meri preprečujejo zavračanje prošnje za prijateljstvo na Facebooku

(ibid.). Če zavrtnemo prošnjo za prijateljstvo s strani »tujca«, nekoga, ki ga ne poznamo, je družbeni »strošek« za to majhen (Horst 2010, 97). Zavračanje ljudi, ki jih poznamo, pa je bolj zapleteno. Splošno družbena konvencija je, da sprejemamo prošnje za Facebook prijateljstvo s strani poznanih vrstnikov, ki vključujejo vse prijatelje, znance in sošolce, ne glede na kakovost odnosa (ibid.). Tudi Miller v svoji knjigi *Tales from Facebook* (2011) poudarja vidik nenapisanih pravil rabe in vedenja na Facebooku (»netiquette«), ki si jih vsi uporabniki ne razlagajo enako. Predstavlja izkušnjo respondentke v svoji raziskavi, ki ima težave s tem, da si vsi njeni Facebook prijatelji ne razlagajo bližine in s tem povezane interakcije enako kot ona sama. Razumljivo se ji zdi, da se na njene objave odzivajo njeni bližnji prijatelji, ne razume pa, ko se v pogovor vključijo ljudje, ki jih na ulici skoraj ne bi spoznala, po nekem naključju pa so se znašli med njenimi Facebook prijatelji. Po njenem naj bi ljudje imeli občutek za to, kaj je primerno in kaj je neprimerno vedenje na Facebooku, podobno kot imamo občutek za proksemiko v realnem življenju (Miller 2011, 74).

Miller (2011, 191) pa izpostavi tudi pozitivne vidike sodelovanja na Facebooku, ki po njegovem učinkovito izniči časovni zamik v komunikaciji. Večkrat na dan nam posreduje trenutne novice velikega števila ljudi. Pred tem ni bilo mogoče dostopati do takšne količine vsakodnevnih informacij s strani posameznikov, ki jih sicer v živo nismo srečali (ibid., 191-192). Kot drug pozitiven učinek Facebooka pa vidi »smrt razdalje« (»death of distance«), saj je interakcija na Facebooku enako učinkovita ne glede na to, ali posameznik, s katerim komuniciramo, živi v ulici poleg nas ali na drugem kontinentu (ibid., 194).

4 Empirični del: Analiza prijateljskih odnosov na Facebooku v Sloveniji

4.1 Raziskovalno vprašanje

Raziskovalno vprašanje, ki ga postavljamo v nalogi, se glasi: kakšni odnosi prijateljstva se formirajo in razvijajo na Facebooku in kakšna je narava teh odnosov med slovenskimi uporabniki?

Izhajajoč iz opredeljenega raziskovalnega vprašanja smo postavili pet delovnih hipotez.

4.1.1 Hipoteza 1

H1: Večina prijateljstev na Facebooku je »enostavnih«, če odnose med prijatelji razvrščamo na kontinuumu od enostavnih do kompleksnih.

Spencerjeva in Pahl sta najbolj tipične odnose prijateljstva razvrstila v t.i. »repertoar prijateljstva«, ki ga podrobneje predstavljamo v poglavju 2.6 tega dela (glej 2.6 Kategoriziranje prijateljskih odnosov). Na eni strani imamo »znanec«, s katerimi delimo določene skupne aktivnosti, na drugi strani pa »sorodne duše«, ki predstavljajo najbolj zaupen in emocionalen prijateljski odnos. Avtorja sta vsako od skupin opredelila tudi bolj natančno (Spencer in Pahl 2006, 58-76):

- znanec, s katerim smo bili ali smo še v vpletni v neko skupno aktivnost;
- uporaben kontakt, s katerim si izmenjujemo informacije in nasvete;
- prijatelj za usluge, s katerim si delimo navadno praktično pomoč;
- prijatelj za zabavo, s katerim se radi družimo in se skupaj zabavamo;
- prijatelj za pomoč, ki je zanesljiv prijatelj in lahko nanj vedno računamo za pomoč;

- prijatelj za tolažbo, s katerim se družimo in si pomagamo, hkrati pa nam nudi tudi emocionalno podporo in razumevanje;
- zaupni prijatelj, s katerim delimo zaupne informacije in hkrati uživamo v družbi drug drugega;
- sorodna duša je prijatelj, s katerim imamo najbolj kompleksen odnos, z njim delimo podoben pogled na svet, se razumemo in zaupamo, nudimo si tudi emocionalno podporo.

Omenjena klasifikacija prijateljskih odnosov nam služi kot teoretska podlaga za preverjanje veljavnosti hipoteze 1.

4.1.2 Hipoteza 2

H2: Za prijateljstvo na Facebooku je značilna nizka stopnja zavezanosti odnosu in visoka svoboda pri odločitvi za odnos, posledično pa tudi velika fluidnost odnosov.

Za teoretski okvir pri hipotezi 2 smo vzeli matriko, ki sta jo zasnovala Spencerjeva in Pahl (Spencer in Pahl 2006, 41-43) in jo bolj podrobno predstavljamo v poglavju 2.6 tega dela (glej 2.6 Kategoriziranje prijateljskih odnosov). V matriki sta razgradila vezi med posamezniki skozi dve osnovni dimenziji: prva dimenzija se nanaša na to, ali so vezi vnaprej določene ali so izbrane oz. so tako percipirane; druga dimenzija pa se nanaša na stopnjo zavezanosti odnosu, ki je lahko visoka ali nizka. Odnosi na Facebooku naj bi bili v skladu s hipotezo tipično izbrani in ne določeni, nivo zavezanosti odnosu pa nizek. Posledično naj bi bil te vrste odnos šibek in prehodne narave.

4.1.3 Hipoteza 3

H3: Facebook povečuje frekvenco in redne stike med prijatelji ter vzpostavlja psihološki občutek bližine med njimi.

Pri postavitivi hipoteze 3 izhajamo iz že obstoječih raziskav, ki poudarjajo značilnosti povezovanja na Facebooku:

- Na Facebooku imajo posamezniki zelo širok repertoar prijateljev – od tistih, ki jih komaj poznajo, do tistih, s katerimi so najboljši prijatelji (Viswanath in drugi 2009, 1).
- Za Facebook je značilna visoka frekvenca uporabe – približno 50 odstotkov uporabnikov ga uporablja dnevno (Facebook Fact Sheet 2012).

Glede na to, da se ljudje na Facebooku povezujejo z zelo širokim krogom ljudi, s katerimi sicer ne bi bili v stiku, in je participacija v skupnosti dnevna, lahko sklepamo, da se zaradi Facebooka počutijo posamezniki splošno gledano bolj povezani s svojim socialnim omrežjem, kot bi se brez povezave na Facebooku.

4.1.4 Hipoteza 4

H4: Prijateljstvo na Facebooku v večini primerov izhaja iz vezi v »realnem« življenju in se odnos na Facebooku prepleta s tistim 'offline', včasih pa se odnos na Facebooku tudi okrepi.

V hipotezi 4 želimo preveriti ugotovitev, do katere so prišli tudi že nekateri drugi raziskovalci: Facebook se v glavnem uporablja za vzdrževanje vezi med posamezniki, ki so primarno vzpostavljene v 'offline' kontekstu (Lampe in drugi 2007, Elison in drugi 2007). To ugotovitev dopolnjujemo še s predpostavko, da se ti odnosi tudi vzporedno razvijajo 'offline' in se prepletajo z odnosi na Facebooku. Hkrati pa predpostavljamo tudi, da se s komunikacijo na Facebooku vezi lahko okrepijo bolj, kot če bi odnos ostal samo na temeljih iz 'offline' poznanstva.

4.1.5 Hipoteza 5

H5: Tisti prijatelji, ki jih uvrščamo v kategorijo »sorodnih duš« in »najboljših prijateljev«, so lahko del našega omrežja prijateljev na Facebooku, vendar so na Facebooku odnosi z njimi površinski. Glavni del interakcije z njimi poteka v 'offline' kontekstu.

»Sorodne duše« in »najboljši prijatelji« so tisti, s katerim vzpostavljamo najbolj večplasten prijateljski odnos (Spencer in Pahl 2006, 69). Najboljši prijatelj je še posebna kategorija, ki je lahko tudi sorodna duša, ampak je še nekaj več. Gre za prijateljski odnos, ki je najmočnejši, najbolj emocionalen in najbolj zaupen (ibid., 76). V hipotezi 5 predpostavljamo, da se interakcija s to vrsto prijateljev na Facebooku odvija na specifičen način in drugače, kot z ostalimi skupinami Facebook prijateljev, hkrati pa je to prijateljstvo najbolj povezano z vzporednim vzdrževanjem odnosa v 'offline' kontekstu.

4.2 Metodologija raziskovanja

Empirični del temelji na dveh temeljnih kvalitativnih metodah antropološkega raziskovanja in dodatni kvantitativni metodi, to so:

- opazovanje z udeležbo, ki sem ga izvedla v spletnem omrežju Facebook (trajalo je od 25. februarja 2011 do 16. maja 2011 in od 30. septembra 2011 do 31. oktobra 2011);
- poglobljeni intervjuji s posamezniki, ki so člani spletnega omrežja Facebook (izvedla sem jih med 15. septemberom 2011 in 20. novembrom 2011); in
- anketa v spletnem omrežju Facebook (spletni uporabniki so jo imeli na voljo za reševanje od 17. oktobra do 20. novembra 2011).

Pri terenskem delu se zavedamo omejitev raziskovalnega dosega:

- opazovanje z udeležbo je omejeno na polje mojih Facebook prijateljev in aktivnosti njihovih prijateljev (do slednjih imam samo omejen dostop zaradi njihovih nastavitvev zasebnosti in omejevanja dostopa do vsebin);
- rezultati in izsledki mojega dela na terenu so omejeni tudi zaradi mojega delnega vnaprejšnjega poznavanja kroga posameznikov, s katerimi sem kot raziskovalka v interakciji.

Zaradi naštetih razlogov omejitve terenskega dela dopolnjujemo in korigiramo z drugo temeljno metodo – s poglobljenimi intervjuji z reprezentativnim vzorcem članov spletnega omrežja Facebook, ki niso moji Facebook prijatelji.

Kot dodatna orientacija pri zavračanju in potrjevanju postavljenih hipotez pa služi še anketa med člani omrežja Facebook.

4.2.1 Opazovanje z udeležbo v 'online' skupnosti

Opazovanje z udeležbo v okviru terenskega dela je glavna metoda v socialni in kulturni antropologiji (Bernard 2006, 342). Pri izvajanju se raziskovalec po eni strani poglubi v kulturo, po drugi strani pa se vsak dan znova distancira od te poglobitve, da lahko vse, kar vidi in sliši, postavi v določeno perspektivo (ibid., 343). Če se opazovanje z udeležbo izvaja na pravi način, postanejo raziskovalci instrument za zbiranje in analizo podatkov (ibid., 344). V primerjavi z izvajanjem terenskega dela v 'offline' kontekstih naredimo v 'online' raziskovanju premik iz geografskega prostora na prostor, ki posredovan preko računalnikov (Clifford in Marcus 1986; Hine 2003; Markham 2004b). Hkrati se zgodi premik iz fokusa na geografski prostor na osredotočenost na interakcije, iz lokacije na gibanje (ibid.). V virtualni etnografiji je potovanje na teren samo po sebi virtualno in je zanj značilen bolj »izkustven kot fizičen premik« (Hine 2003, 45).

Glavna dilema, s katero se sooča raziskovalec pri opazovanju z udeležbo v 'online' okolju, je ustrezen kompromis med tem, da smo ali popolni udeleženec ali popolni opazovalec v skupnosti⁶⁴ (Hine 2008, 261). Udeležba je za raziskovalca do neke mere pomembna, saj omogoča razvoj konceptualizacije skozi izkušnjo in njeno testiranje s člani kulture, ki jo preučuje (ibid.). Raziskovalec lahko že vstopi v skupnost tako, da svojo osnovno vlogo razkrije že na začetku, s tem da je v tem primeru običajno največ opazovalec, ki ga člani skupnosti sprejmejo in tolerirajo. Po drugi strani pa lahko raziskovalec začne kot aktiven član skupnosti in kasneje naredi korak nazaj, da vključi element reflektivnega opazovanja (ibid.). Pri vprašanih prezenca in vloge raziskovalca pa se v resnici dileme pri 'online' opazovanju z udeležbo ne razlikujejo veliko od bolj tradicionalnega raziskovanja v neposrednih kontekstih (ibid.). Tradicionalne vloge raziskovalca in subjekta, ki ga preučuje, pa se lahko v 'online' kontekstu zlahka zamenjajo, saj lahko vsak pregleduje raziskovalčev profil – bodisi iz splošne radovednosti ali zabave (Lohmeier 2009). Lohmeierjeva (2009) podrobno opisuje svojo skrb za predstavitev »stabilnega sebe« raziskovalke« (»stable researcher self«), ko je izvajala opazovanje z udeležbo na Facebooku. Ves čas je poskušala držati mejo, da ni razkrivala preveč osebnih vidkov svoje identitete, saj je želela ohranjati svojo koherentno podobo raziskovalke, drugih vidikov identitete pa ne pretirano predstavljati (ibid.).

Anne Beaulieu (2004) poudarja prednost interneta za etnografsko delo v tem, da lahko v tehnološko posredovanem okolju raziskovalec deluje tudi ne da bi se razkril kot individuum (ibid., 146). »Nevsiljivo raziskovanje« po njenem mnenju omogoča zbiranje etnografskega gradiva »brez

⁶⁴ Pri opazovanju z udeležbo razlikujemo štiri tipične vloge, ki jih lahko zavzame raziskovalec: popolni udeleženec (prikrito opazovanje s sodelovanjem); udeleženec kot opazovalec (raziskovalec hkrati sodeluje in opazuje, njegova vloga ni prikrita); opazovalec kot udeleženec (raziskovalec je primarno v vlogi opazovalca, interakcija je kratka in formalne narave); in popolni opazovalec (raziskovalec samo opazuje, ni v interakciji z opazovanimi subjekti) (Gold v Burgess 1984, 80).

vsiljivosti snemalnika in moteče prisotnosti opazovalca« (ibid.). Opazovanje brez sodelovanja je na spletu koristno za lažje spoznavanje, preden se raziskovalec odloči aktivno vstopiti v skupnost (Hine 2008, 262). V vsakem primeru pa je določena aktivna participacija za raziskovalca nujna, če želi sodelovati v pravi izkušnji 'online' skupinskih interakcij (ibid.). Raziskovalec sam pri sebi razvije stanje, ki ga Schaap (2001) poimenuje »razdeljeno sebstvo« (»divided self«), ko je hkrati aktiven član skupnosti in opazovalec izkušnje člana v realnem času (ibid., 16).

4.2.2 Poglobljeni intervjuji

Poglobljeni intervjuji so ena glavnih metod pri zbiranju podatkov s kvalitativnim raziskovanjem. Avtorji jih pogosto opisujejo kot obliko pogovora (Burgess 1984, 101; Legard in drugi 2003, 138). Bistvene poteze poglobljenih intervjujev so sledeče (Legard in drugi 2003): namenjeni so združevanju strukture s fleksibilnostjo (ibid., 141); intervju je po svoji naravi interaktiven (ibid.); za doseganje globine odgovorov uporablja raziskovalec več poskusov in druge tehnike (ibid.); intervju je generativen, saj sproža porajanje novih misli in znanj (ibid., 142); intervjuje skoraj vedno izvajamo v živo (ibid.).

Obstajata dve alternativni poziciji pri obravnavanju globinskih intervjujev: metafora »rudarja« in metafora »popotnika« (Kvale v Legard in drugi 2003, 139). Prva se sklada z modernim razumevanjem znanja kot »danega«, raziskovalec ga mora samo odkriti (ibid.). V drugem primeru pa je znanje percipirano po konstruktivističnem modelu kot nekaj, kar je ustvarjeno in povrženo spremembam; raziskovalec vodi intervjuvanca do novih spoznaj (ibid.).

Večino intervjujev, ki se dogajajo v okviru etnografskega raziskovanja, je nestrukturiranih (Bernard 2006, 210). Temeljijo sicer na jasnem

raziskovalnem načrtu, ki ga ima raziskovalec konstantno v mislih, vendar obstaja le minimalna kontrola nad odgovori. Njihov glavni namen je, da se intervjuvanci odprejo in odgovarjajo v lastnih terminih in v lastnem tempu. Uporablja se v primeru dolgotrajnejšega terenskega dela, ko imamo veliko časa in lahko iste ljudi srečamo večkrat (ibid.). V primeru, ko nimamo več priložnosti za intervjuje z istimi posamezniki, pa izvajamo polstrukturirane intervjuje. Raziskovalec pripravi napisana vprašanja in teme, ki jih želi v intervjuju pokriti. Navodila za izvajanje intervjujev so nujna, ko želimo podatke zbirati z več respondenti (ibid., 211-212).

4.2.3 Spletna anketa

Anketa je način zbiranja podatkov, ki temelji na standardiziranem vprašalniku. Rešuje jo lahko določen vzorec ali celota raziskovane populacije (Vehovar in Lozar Manfreda 2008, 177). Od pisnih in telefonskih anket je šel tehnološki napredek naprej do anketiranja, ki je podprto z računalniško tehnologijo, in še naprej do anket, ki se izvajajo preko interneta. V tem primeru poteka anketiranje brez prisotnosti raziskovalca, kar pomeni večjo svobodo za respondente, saj lahko odgovarjajo v izbranem času in na izbranem mestu, hkrati pa imajo večji občutek zasebnosti (ibid., 178). Internetne ankete imajo tudi nekaj drugih prednosti: odgovori, ki se zbirajo, se v realnem času shranjujejo v bazo podatkov in so pripravljeni za nadaljno obdelavo (ibid.). Za ustvarjanje spletnih anket je na voljo več orodij, ki omogočajo preprosto ustvarjanje vprašalnikov (Web Survey Methodology Site 2011). Prednost izvajanja 'online' anket je tudi hitrost, saj lahko zelo hitro zberemo veliko množico odzivov. Hkrati na anketo lahko odgovarjajo tudi respondenti, ki so geografsko dislocirani (Sue in Ritter 2007, 12). Pomembna prednost 'online' anketiranja pa je tudi ta, da lahko vprašalnik zastavimo bolj kompleksno. Vključuje lahko različne tipe vprašanj in ga lahko oblikujemo tako, da uporabnik določena vprašanja preskoči, če zanj niso relevantna (ibid.).

V povezavi z internetnimi anketami pa obstaja tudi več metodoloških dilem, saj naj bi bile inherentno povezane z vprašanjem verjetnostnega vzorca (Sue in Ritter 2007, 27). Pri 'online' anketah je možnih več različnih načinov vzorčenja:

1. saturacijsko vzorčenje, ki je način zbiranja podatkov za vsakega člana izbrane populacije; v ta namen moramo naprej zbrati vse e-naslove članov raziskovane populacije (ibid., 27-30);
2. verjetnostno vzorčenje, kjer ima vsak član raziskovane populacije enako možnost, da je vključen v anketo (ibid., 31-33); in
3. neverjetnostno vzorčenje, pri katerem ne uporabljamo naključnih tehnik izbiranja vzorca, zato lahko ne predstavlja populacije kot celote (ibid., 33-35).

Internetne ankete so objavljene na določenem URL naslovu, pri čemer povabilo za reševanje pošiljamo po e-pošti ali objavimo na spletnih straneh in medijih (Vehovar in Lozar Manfreda 2008, 181). Na ta način pa težko v popolnosti zagotavljamo in nadzorujemo verjetnostni vzorec. Ta težava se pojavlja predvsem, kadar raziskujemo celotno populacijo, v primeru specifičnih skupin pa je ta težava manjša (Bethlehem in Biffignandi 2012, 48).

Pri izvajanju internetnih anket so tipične tudi težave z neodgovarjanjem. Povabljeni respondenti se lahko odločijo, da na anketo sploh ne odgovarjajo, lahko pa zaključijo anketo, preden pridejo do konca z odgovarjanjem na vsa vprašanja ali odgovarjajo na vprašanja selektivno (Vehovar in Lozar Manfreda 2008, 182). V primeru, da je bila odločitev za (ne)sodelovanje v anketah naključna in ni bolj izrazita pri določenem segmentu populacije ali pri določenem vprašanju, neodgovarjanje ne predstavlja tako velike težave pri izvajanju ankete oz. pri analizi podatkov (Sue in Ritter 2007, 35-37).

Ključ do kakovostnih podatkov je dobro pripravljen vprašalnik, ki je glavni kanal komuniciranja med raziskovalcem in respondenti (Vehovar in Lozar Manfreda 2008, 184). Pravilno zastavljen vprašalnik lahko pomaga zmanjšati napake pri merjenju, dviguje motivacijo respondentov za reševanje in zagotavlja bolj natančne odgovore (ibid., 185). Za reševanje naštetih težav je najbolj priporočljiva uporaba več različnih vrst anket ali različnih metod raziskovanja, tako kvantitativnih, kot tudi kvalitativnih (ibid., 187).

4.3 Predstavitev podatkov

4.3.1 Opazovanje z udeležbo

Opazovanje z udeležbo temelji na participaciji v spletnem omrežju Facebook in je v raziskovalne namene trajalo nekaj manj kot 4 mesece. Prvi del opazovanja z udeležbo je potekal od 25. februarja 2011 do 16. maja 2011, drugi del pa sem izvedla od 30. septembra 2011 do 31. oktobra 2011. Rezultati opazovanja so zapisani v terenskem dnevniku.

Osnova za pisanje terenskega dnevnika je bila redna vsakodnevna interakcija z mojimi Facebook prijatelji, vpogled v njihove aktivnosti in v aktivnosti njihovih prijateljev, ki imajo neomejen dostop do svojih profilov tudi za prijatelje svojih prijateljev. Članica omrežja Facebook sem od leta 2008, s tem da sem prešla v letu 2010 iz opazovalke aktivnosti svojih prijateljev v bolj aktivno participacijo v omrežju. Facebook uporabljam vsak dan, večkrat na dan, tako v službi, doma za računalnikom, kot preko mobilnega telefona. Moja aktivnost trenutno obsega v povprečju nekaj objav na teden (včasih se zgodi, da ni tudi nobene) in redno pregledovanje ter komentiranje objav mojih prijateljev. Moje objave so vezane v glavnem na hobije in trenutno razmišljanje, nikoli pa ne delim čustvenih ali intimnih tem. Na Facebooku imam vsega skupaj 503 prijatelje (1. november 2011), od tega jih je večina bivših sošolcev in znancev iz časa šolanja, sodelavcev in znancev iz poslovnih krogov, med

Facebook prijatelji pa imam tudi večino svojega ožjega kroga prijateljev, kot tudi svoje najboljše prijatelje in nekaj sorodnikov. Med njimi je tudi kar nekaj naključnih znancev iz enkratnih srečanj, ki sem jih videla enkrat in so med kandidati, da jih iz liste Facebook prijateljev umaknem. Pri dodajanju ljudi za Facebook prijatelje sem relativno odprta in nimam posebnih kriterijev za izbiro, ne dodajam pa tistih, ki jih ne poznam.

Začetka opazovanja z udeležbo nisem posebej najavila, sem pa svojo aktivnost kot raziskovalka najavila preko objav na mojem zidu kot del ostalega dogajanja v mojem življenju. Na zidu sem objavila tudi prošnjo za reševanje anketnega vprašalnika in poziv, naj ga moji prijatelji delijo s svojimi Facebook prijatelji. Nisem pa svojega Facebook profila prilagodila na način, da bi me predstavljal prvenstveno kot raziskovalko, kot lahko vidimo v primeru Lohmeierjeve (2009). Moja vloga raziskovalke je prehajala med »udeleženko kot opazovalko« in »opazovalko kot udeleženko« (Gold v Burgess 1984, 80). S svojimi Facebook prijatelji sem bila v interakciji tudi v raziskovalne namene, še posebej preko zasebnih načinov komuniciranja (klepet in zasebna sporočila), ko sem jih prosila za dodatna pojasnila in razlage njihovih aktivnosti. S prijatelji mojih Facebook prijateljev pa nisem bila v neposrednem stiku, ampak sem samo opazovala njihove aktivnosti.

Med mojimi Facebook prijatelji je glede na porazdelitev v populaciji proporcionalno manj zastopana starostna skupina med 13 in 24 leti. Poleg opazovanja in interakcije z mojimi Facebook prijatelji iz te starostne skupine sem izvajala opazovanje tudi na profilih njihovih Facebook prijateljev iz iste starostne skupine, bolj kot to velja za uporabnike drugih starosti, ki jih imam med Facebook prijatelji več.

4.3.2 Poglobljeni intervjuji

Polstrukturirane poglobljene intervjuje sem izvedla v času od 15. septembra 2011 do 20. novembra 2011. Trajali so od 30 do 45 minut, so v celoti posneti in iz posnetkov so pripravljene tudi transkripti. Delno strukturiran vprašalnik, ki mi je služil kot podlaga za izvajanje intervjujev, sem pripravila na podlagi hipotez, ki jih želim v nalogi preveriti (glej Prilogo A: Delno strukturiran vprašalnik).

Vzorec sem določila na podlagi vpogleda v demografske podatke Slovencev, ki sodelujejo v omrežju Facebook. Ta vpogled je možen skozi posebno orodje na Facebooku (Oglašujte na Facebooku), ki se sicer uporablja za oglaševalske namene ocene dosega oglasov.

V nadaljevanju so za zagotavljanje njihove anonimnosti imena intervjuvancev spremenjena.

Tabela 4.1: Izbor intervjuvancev (15.september 2011)

Starost (leta)	Ocena št. uporabnikov	Odstotek od vseh (%)	Seznam intervjuvancev
13 - 18	132.460	19,91	Nika, 16 let; Miha, 17 let
19 - 24	151.740	22,81	Mojca, 21 let; Drejc 22 let; Tjaša, 24 let
25 - 30	132.060	19,85	Andrej, 27 let; Polona, 30 let
31 - 34	88.320	13,27	Peter, 31 let; Sandra, 32 let
35 - 40	56.380	8,47	Aleš, 36 let; Mateja, 37 let
41 - 50	61.280	9,21	Matjaž, 42 let; Veronika, 45 let
51 - 60	26.640	4,00	Miro, 59 let
nad 60	16.500	2,48	Alenka, 68 let
Skupaj	665.380	100	Skupaj: 15

Tabela 4.2: Predstavitev intervjuvancev

1-Nika, datum intervjuja: 22.10.2011

- Spol: Ženski
- Starost: 16 let
- Izobrazba: Osnovna šola

2-Miha, datum intervjuja: 10.10.2011

- Spol: Moški
- Starost: 17 let
- Izobrazba: Osnovna šola

- Naprava za dostop do Facebooka: Osebni računalnik doma in mobilni telefon
- Število prijateljev na Facebooku: Približno 640
- Čas uporabe Facebooka: 2 leti
- Pogostost uporabe Facebooka: Vsak dan, večkrat na dan

3-Mojca, datum intervjuja: 12.10.2011

- Spol: Ženski
- Starost: 21 let
- Izobrazba: Srednja šola
- Naprava za dostop do Facebooka: Osebni računalnik doma in mobilni telefon
- Število prijateljev na Facebooku: 372
- Čas uporabe Facebooka: 3 leta
- Pogostost uporabe Facebooka: Vsak dan, večkrat na dan

5-Tjaša, datum intervjuja: 14.10.2011

- Spol: Ženski
- Starost: 24 let
- Izobrazba: Univerzitetna izobrazba
- Naprava za dostop do Facebooka: Računalnik doma in v službi
- Število prijateljev na Facebooku: 160
- Čas uporabe Facebooka: 4 leta
- Pogostost uporabe Facebooka: Vsak dan, večkrat na dan

7-Polona, datum intervjuja: 25.10.2011

- Spol: Ženski
- Starost: 30 let
- Izobrazba: Univerzitetna izobrazba
- Naprava za dostop do Facebooka: Osebni računalnik doma in v službi
- Število prijateljev na Facebooku: 220
- Koliko časa že uporabljaš Facebook? 3 leta
- Pogostost uporabe Facebooka: Vsak dan, večkrat na dan

9-Sandra, datum intervjuja: 19.10.2011

- Spol: Ženski
- Starost: 32 let
- Izobrazba: Visoka šola
- Naprava za dostop do Facebooka: Računalnik doma
- Število prijateljev na Facebooku: 303
- Čas uporabe Facebooka: 4 leta

- Naprava za dostop do Facebooka: Osebni računalnik doma
- Število prijateljev na Facebooku: 920
- Čas uporabe Facebooka: 2 leti
- Pogostost uporabe Facebooka: Vsak dan, večkrat na dan

4-Drejc, datum intervjuja: 26.10.2011

- Spol: Moški
- Starost: 22 let
- Izobrazba: Srednja šola
- Naprava za dostop do Facebooka: Računalnik v službi in doma
- Število prijateljev na Facebooku: Okoli 200
- Čas uporabe Facebooka: Približno 3 leta in pol
- Pogostost uporabe Facebooka: Vsak dan, večkrat na dan

6-Andrej, datum intervjuja: 27.9.2011

- Spol: Moški
- Starost: 27 let
- Izobrazba: Univerzitetna izobrazba
- Naprava za dostop do Facebooka: Osebni računalnik v službi in mobilni telefon
- Število prijateljev na Facebooku: 350
- Čas uporabe Facebooka: 3 leta
- Pogostost uporabe Facebooka: Vsak dan, večkrat na dan

8-Peter, datum intervjuja: 28.9.2011

- Spol: Moški
- Starost: 31 let
- Izobrazba: Univerzitetna izobrazba
- Naprava za dostop do Facebooka: Osebni računalnik v službi in mobilni telefon
- Število prijateljev na Facebooku: Okoli 1.500
- Čas uporabe Facebooka: 4 leta
- Pogostost uporabe Facebooka: Vsak dan, večkrat na dan

10-Aleš, datum intervjuja: 13.10.2011

- Spol: Moški
- Starost: 36
- Izobrazba: Univerzitetna izobrazba
- Naprava za dostop do Facebooka: Mobilni telefon
- Število prijateljev na Facebooku: 410
- Čas uporabe Facebooka: 3 leta
- Pogostost uporabe Facebooka: Vsak dan, večkrat na dan

- Pogostost uporabe Facebooka: Vsak dan, večkrat na dan

11-Mateja, datum intervjuja: 16.11.2011

- Spol: Ženski
- Starost: 37
- Izobrazba: Univerzitetna izobrazba
- Naprava za dostop do Facebooka: Osebni računalnik doma
- Število prijateljev na Facebooku: 393
- Čas uporabe Facebooka: Več kot 3 leta
- Pogostost uporabe Facebooka: Vsak dan, večkrat na dan

12-Matjaž, datum intervjuja: 15.9.2011

- Spol: Moški
- Starost: 42 let
- Izobrazba: Univerzitetna izobrazba
- Naprava za dostop do Facebooka: Osebni računalnik v službi in mobilni telefon
- Število prijateljev na Facebooku: Okoli 550
- Čas uporabe Facebooka: Več kot 2 leti
- Pogostost uporabe Facebooka: Vsak dan, večkrat na dan

13-Veronika, datum intervjuja: 2.10.2011

- Spol: Ženski
- Starost: 45
- Izobrazba: Univerzitetna izobrazba
- Naprava za dostop do Facebooka: Osebni računalnik doma
- Število prijateljev na Facebooku: 132
- Čas uporabe Facebooka: Nekaj več kot 1 leto
- Pogostost uporabe Facebooka: Večkrat na teden

14-Miro, datum intervjuja: 17.10.2011

- Spol: Moški
- Starost: 59 let
- Izobrazba: Srednja šola
- Naprava za dostop do Facebooka: Računalnik doma
- Število prijateljev na Facebooku: 52
- Čas uporabe Facebooka: 1 leto
- Pogostost uporabe Facebooka: Večkrat na teden

15-Alenka, datum intervjuja: 30.9.2011

- Spol: Ženski
- Starost: 68 let
- Izobrazba: Srednja šola
- Naprava za dostop do Facebooka: Osebni računalnik doma
- Število prijateljev na Facebooku: 38
- Čas uporabe Facebooka: 1 leto
- Pogostost uporabe Facebooka: Večkrat na teden

Vsakega od intervjuvancev predstavljamo bolj podrobno še z njegovo značilno rabo Facebooka in njegovim življenjskim stilom (glej Priloga B: Podrobna predstavitev intervjuvancev).

4.3.3 Anketa

Anketa je bila izvedena z orodjem Survey Monkey preko spletnega vprašalnika s 37 vprašanji zaprtega in kombiniranega tipa, dve vprašanji

pa sta bili odprtega tipa (glej Prilogo B: Anketni vprašalnik). Spletni uporabniki so jo imeli na voljo za reševanje od 17. oktobra do 20. novembra 2011. Anketo sem distribuirala preko preko Facebooka in preko e-pošte ter preko objave na izbranih forumih (Cosmopolitan in Siol.net).

V anketi je sodelovalo skupaj 179 respondentov, starih od 13 do 70 let, in eden nad 70 let. Največ respondentov je bilo iz starostne skupine 25-30 let in iz starostne skupine 31-34 let, ki sta statistično gledano v anketi zastopani bolj številčno kot pri raziskovani populaciji. Občutno odstopanje v nasprotno smer opazimo predvsem med respondenti iz starostnih skupin 13-18 in 19-24, ki jih je v vzorcu manj kot pri dejanskih uporabnikih Facebooka.

Tabela 4.3: Primerjava starostne zastopanosti v populaciji in vzorcu (15.september 2011)

Starost (leta)	Število Facebook uporabnikov	Odstotek od vseh (%)	Zastopanost med respondenti (%)
13 - 18	132.460	19,91	10,80
19 - 24	151.740	22,81	14,40
25 - 30	132.060	19,85	28,10
31 - 35	88.320	13,27	25,90
36 - 40	56.380	8,47	13,70
41 - 50	61.280	9,21	5,00
51 - 60	26.640	4,00	0,70
nad 60	16.500	2,48	1,40
Skupaj	665.380	100,00	100,00

Med respondenti prevladujejo ženske (76,3 odstotkov), kar ni popolnoma v skladu z razdelitvijo uporabnikov po spolu v raziskovani populaciji, ki je približno 50-odstotna za oba spola.

Bolj podrobna analiza ostalih demografskih podatkov nam pove, da ima največ respondentov univerzitetno izobrazbo ali strokovni magisterij (38,1 odstotek) ali pa srednjo šolo (36,7 odstotkov). Sledijo tisti z višjo ali visoko strokovno šolo ali 1. bolonjsko stopnjo (15,1 odstotek). Osnovno

šolo ali nižjo izobrazbo ima 2,1 odstotek respondentov, magisterij znanosti/umetnosti, doktorat ali 3. bolonjsko stopnjo izobrazbe pa ima 7,9 odstotkov respondentov. Večina respondentov je samskih (40,3 odstotki) ali živijo v zunajzakonski zvezi brez otrok (36 odstotkov). Tretja najbolj pogosta skupina v anketi so poročeni z otroci, ki živijo doma (10,1 odstotek). Večina respondenov živi v najemiškem stanovanju (39,9 odstotkov), nekaj manj pa je tisti, ki živijo pri starših (23,2 odstotka) ali v (so)lastniški nepremičnini (21 odstotkov). Največji delež respondentov živi manj kot 300 km stran od kraja, kjer živijo njihovi mladostni prijatelji in sorodniki (52,9 odstotkov) ali pa v istem kraju z njimi (37,7 odstotkov).

Pri anketi smo se soočili z obema najpogostejšima težavama, s katerima se soočajo raziskovalci pri raziskovanju s pomočjo spletnih anket, in sicer: vprašanje zagotavljanja verjetnostnega vzorca; in preskakovanje vprašanj oz. nepopolno reševanje anketnih vprašanj. Raziskava se usmerja na celotno populacijo Facebook uporabnikov v Sloveniji, iz rezultatov ankete pa smo ugotovili, da smo zajeli manj mlajših, kot jih je dejansko v raziskovani populaciji, in tudi manj moških, kot je odstotek med vsemi uporabniki v Sloveniji.

Zanesljivost podatkov, ki smo jih pridobili z anketo, smo v nalogi preverili in utežili z dvema že predstavljenima raziskovalnima metodama. Anketa nam služi kot kvantitativni okvir, ki ga preverjamo in razdelamo s podatki, zbranimi preko kvalitativnih metod.

4.4 Analiza podatkov

Podatke, ki smo jih zbrali s predstavljenimi metodami raziskovanja, analiziramo v sklopu vsake od postavljenih hipotez.

4.4.1 Kvantitativno prevladujoči tip Facebook prijatelja

V hipotezi 1 predpostavljamo, da je večina prijateljstev na Facebooku »enostavnih«, če odnose med prijatelji razvrščamo na kontinuumu od enostavnih do kompleksnih.

Za merjenje prevladujočega tipa prijateljstva na Facebooku smo izbrali sledeče indikatorje:

- Če bi morali razvrstiti vse svoje Facebook prijatelje v nekaj skupin, katere skupine so to?
- Katerih prijateljev iz naštetih skupin imate največ na Facebooku?
 - Znance ali uporabne kontakte, ki jih samo bežno poznam
 - Prijatelje za usluge ali prijatelje za zabavo, ki sodijo v širši krog prijateljev
 - Prijatelje za pomoč ali prijatelje za tolažbo, ki sodijo v ožji krog prijateljev
 - Zaupne prijatelje ali sorodne duše, ki sodijo v krog najboljših prijateljev

Izhajajoč iz rezultatov ankete ugotavljamo, da imajo Facebook uporabniki kvantitativno v povprečju največ »prijateljev za usluge ali prijatelje za zabavo« (46,2 odstotka) ter »znancev ali uporabnih kontaktov« (21,5 odstotkov). Našteti skupini prijateljev sodita v kategorijo »enostavnih« prijateljskih odnosov. Med svojimi Facebook prijatelji ima 23,3 odstotke uporabnikov največ tistih, ki jih uvrščamo med »prijatelje za pomoč ali prijateljev za tolažbo« (ožji krog prijateljev) in »zaupne prijatelje ali sorodne duše« (krog najboljših prijateljev), ki sta na kontinuumu prijateljskih odnosov v kategoriji »kompleksnih« prijateljskih odnosov. Ta zaključek potrjujejo tudi rezultati opazovanja z udeležbo. Moji Facebook prijatelji imajo v povprečju več kot 200 prijateljev na Facebooku (terenski dnevnik, 21. oktober 2011). Tudi če bi definicijo dobrega ali najboljšega

prijatelja zastavili zelo široko, ta številka vseeno pomeni, da imamo med svojimi Facebook prijatelji bolj verjetno več ljudi iz širšega prijateljskega kroga.

Ko rezultate ankete primerjamo s številom prijateljev, ki jih ima uporabnik na Facebooku, in s prevladujočim tipom njegovih prijateljev, to bistveno ne spremeni predstavljenih zaključkov. Tisti, ki imajo manj kot 100 prijateljev na Facebooku, (kar je pod (svetovnim) povprečjem), v anketi še vedno odgovarjajo, da imajo na Facebooku večino »prijateljev za usluge ali prijatelje za zabavo, ki sodijo v širši krog prijateljev« (50 odstotkov), kljub temu, da bi pri njih najprej pričakovali rezultat v prid ožjemu krogu prijateljev.

Tudi skozi rezultate intervjujev ugotavljamo, da imajo posamezniki kvantitativno gledano med svojimi Facebook prijatelji največ tistih, ki jih uvrščajo v širši krog prijateljev:

»Ma vse živo. Sošolci, pa frendi, ko smo bili mlajši. Pa iz športanja jih ful poznam. Pol pa kakšne punce, te pridejo včasih kar v paketu – ena frendica, pa druga frendica. Ful velikokrat pol sploh več ne vem, kdo je ta folk.« (Miha, 17 let)

»Najbližji frendi, s katerimi se veliko tudi v živo videvam, potem bivši sošolci iz faksa, pa vse od osnovne šole ... sodelavci, družina, pa mogoče kakšni taki, ki jih poznam iz kakih x krogov, malo mešano.« (Tjaša, 24 let)

»Ful mi je všeč analogija Facebooka z vasjo. To so ljudje, ki jih poznam, skupen imenovalec vsem je, da so vsi znanci. Nimam recimo človeka, ki ga ne poznam. Za vse vem vsaj, kako jim je ime, kako izgledajo, pa enkrat do dvakrat sem z njimi vsaj govoril. To recimo da velja za čisto vse. Potem druga kategorija so ljudje, ki so mi bližje, recimo delam z njimi, ne bi pa jim rekel čisti prijatelj.

Potem je pa tretja kategorija, ta je pa najmanjša, to so pa čisti prijatelji. Potem je pa še četrta, pa je pa sploh najmanjša, to so pa najboljši prijatelji.« (Aleš, 36 let)

»Vse sorte ... vse te variante in na nek način je ta community že tak, da mi je žal, da ni nekih mojih najbližjih ljudi na Facebooku oz. da ti niso bolj aktivni.« (Matjaž, 42 let)

Pri tem so izjema edino starejši, ki imajo tipično zelo malo Facebook prijateljev in vse dobro poznajo, tudi iz realnega življenja. Ena od starejših intervjuvank odgovarja, kdo so njeni Facebook prijatelji:

»No, saj lahko skoraj naštejem vse po imenu. Moji otroci, hčerka in sin, moja sestra, nečaki in nečakinje, še malo bolj daljno sorodstvo, moje prijateljice in bivše sodelavke, ki imajo tudi profil, samo te so bolj redke. Potem so še prijatelji mojih otrok, ki jih malo manj dobro poznam.« (Alenka, 68 let)

4.4.2 Trdnost prijateljskih odnosov na Facebooku

V hipotezi 2 predpostavljamo, da je za prijateljstvo na Facebooku značilna nizka stopnja zavezanosti odnosu in visoka svoboda pri odločitvi za odnos, posledično pa tudi velika fluidnost odnosov.

V nadaljevanju bomo podrobno analizirali rezultate raziskovanja, ki potrjujejo določenost oz. izbranost odnosa na Facebooku in opredelijo nivo zavezanosti odnosu.

4.4.2.1 Določen ali izbran odnos

Pred podrobno analizo pogledjmo, kaj so indikatorji za določenost oz. izbranost odnosa na Facebooku:

- Kaj je vaš kriterij, da povabite nekoga za prijatelja na Facebooku?

- Ali uporabljate nastavitve zasebnosti na Facebooku?
- Ali ste kdaj umaknili koga iz liste prijateljev na Facebooku?
- Ali ste se kdaj odzvali na povabilo za prijateljstvo na Facebooku, ker ste čutili, da morate, ali vedno dodate prijatelja na Facebooku samo zato, ker to želite sami?
- Ali ste kdaj ignorirali povabilo za prijateljstvo na Facebooku?

Za »določene« vezi smo že ugotovili, da so v osnovi »pripisane« - zaradi recipročnih povezav preko krvnih ali sorodstvenih vezi ali preko vzajemno povezanih družbenih vlog (Spencer in Pahl 2006, 41). V primeru »izbranih« vezi pa posamezniki odnos ustvarijo in ga razvijajo (ibid.). Kot sledi iz utemeljitve prve hipoteze, se na Facebooku v glavnem povezujemo s svojim najširšim krogom prijateljev ali s svojimi znanci, ožji krog in najboljši prijatelji pa so v manjšini. Vse te odnose lahko uvrstimo v krog izbranih vezi. Iz kroga »določenih« vezi pa imamo sorodnikov med Facebook prijatelji v povprečju malo, pa tudi po kakovosti in frekventnosti odnosov z njimi nismo izrazito povezani. Podobno velja tudi za sodelavce in naše naveze iz poslovnih krogov. To sledi tako iz rezultatov ankete, kot tudi iz rezultatov intervjujev in opazovanja z udeležbo. Ena mojih prijateljic na Facebooku sodelavcev in ljudi, ki jih spozna preko poslovnih stikov, ne doda za prijatelje na Facebooku. Takšno pravilo si je postavila in tega se drži. Kot mi je pojasnila sama, ljudje v večini razumejo, ko jim pojasni svojo odločitev: »Facebook uporabljam samo za svoje zasebne kontakte, nočem mešati svojih privat stvari s poslom. Preveč različnih ljudi bi imela na kupu in nočem se it samocenzure. Pa saj ko ljudem to razložiš, sploh ni problema, v glavnem razumejo.« (terenski dnevnik, 17. marec 2011).

Poleg tega, da iz tipov prijateljskih vezi, ki jih imamo na Facebooku, sklepamo na večji pomen izbranih vezi, pa nam to nakazuje še nekaj drugih vidikov povezovanja na Facebooku. Po prvotni skokoviti rasti števila Facebook prijateljev je pri uporabnikih trenutno opazen celo

obraten trend, da redno pregledujejo sezname svojih prijateljev in tudi zmanjšujejo njihovo število. Kot izhaja iz odgovorov ankete, kar 35,2 odstotka uporabnikov umika prijatelje iz liste takrat, ko se zavestno odločijo, da zmanjšajo listo prijateljev na določen krog. Hkrati pa uporabniki profile čedalje bolj zapirajo z nastavitvami zasebnosti. Že iz ankete sledi, da večino vsebin lahko vidijo samo Facebook prijatelji posameznika (57,7 odstotkov), ali da dostop do večine objavljenih vsebin uporabniki omejujejo na določene izbrane ljudi (27 odstotkov). To je razvidno tudi iz opazovanja z udeležbo – v začetku rabe Facebooka je bilo navadno tako, da smo lahko dostopali do večine vsebin, ki so jih imeli uporabniki na svojih profilih, tudi če nismo bili njihovi prijatelji, danes pa je to prej izjema. Ta trend strateškega upravljanja s krogom prijateljev je po izsledkih iz intervjujev izrazit predvsem pri skupini od 18 do 40 let, pa tudi pri nekaterih starejših bolj aktivnih uporabnikih do 50 let:

»... ko prideš na Facebook, dodaš vse, ki jih poznaš. Samo zdaj je pa drugače, tega ne delam več. Zdaj sem si nekako bolj izoblikoval, koga hočem imet za frenda na Facebooku.« (Drejc, 22 let)

»To se mi zdi pri enih osebah, ki smo se čisto po službeni dolžnosti povezali ... in sem si rekel, lej, ne sodelujem več z njim ali z njo, pa ni več razloga, da smo frendi, zato sem jih odrendal.« (Andrej, 27 let)

»...samo ravno včeraj sem prišla do tega, da bi morala vse skupaj spet malo počistit. Če se nekdo ne oglasi 1 leto recimo, potem ga ne rabim. Mogoče za rojstni dan še ... no, ampak če z nekom res nisem na vezi toliko časa, potem bom to rajši brisala.« (Sandra, 32 let)

»... imam pa določene posameznike na listi, da jih bom umaknil, ker ne želim več, da imajo dostop do moje intime oz. ... koraka bližje, da vidijo, kaj delam, s kom kaj delam.« (Matjaž, 42 let)

Med intervjuvanci so tudi uporabniki, ki novih prijateljev sploh ne dodajajo več in pustijo, da drugi dodajo njih:

»... drugače pa jaz ne dodajam velikokrat novih prijateljev, v glavnem drugi dodajajo mene. Ali pa pač točno vem, koga iščem, pa ga poiščem ali pa najdem pri komu drugemu. Glede na ta ozek krog, ki ga imam, je to normalno.« (Tjaša, 24 let)

»... rajši počakam, da oni mene dodajo. Ne zaupam toliko neki osebi, če je ne poznam dovolj, da bi z njo delila vse.« (Sandra, 32 let)

Malo manj je trend preverjanja in »čiščenja« baze prijateljev opazen pri mlajših od 18 let in pri starejših od 50 let. Pri najstnikih je opazno, da imajo sicer na Facebooku nadpovprečno veliko prijateljev, s katerimi ne upravljajo tako strateško, ampak so to bolj njihovi odzivi na tekoče dogajanje in odnose s prijatelji. Pri tem so njihovi razlogi bolj čustvene narave, kot pa strateško preiščeni, kot pojasnjujejo v dodatnih odgovorih na vprašanje v anketi, kdaj nekoga umaknejo iz liste prijateljev na Facebooku (respondenti, stari od 13 do 18 let):

»Kadar so preveč sitni in se neprestano vtikajo v moje zasebno življenje, kar se jih niti najmanj ne tiče.« (dekle, 16 let)

»Kadar zvem nekaj, s čemer me je prizadel in ne želim več, da bi sledil mojim objavam na Facebooku.« (dekle, 13 let)

»Kadar mi pošilja neprimerna zasebna sporočila, ali prevečkrat daje všeč mi je na mojih fotografijah, objavah in ko mi neprimerno komentira objave, fotografije.« (fant, 18 let)

Nekaterim pa se z upravljanjem liste svojih Facebook prijateljev preprosto ne da ukvarjati, kot pravijo intervjuvanci sami:

»se mi ne da s tem ukvarjat. Sej tiste, ki jih zanimam in ki mene zanimajo, smo v stiku, drugi so pa pač tam. Mi je vseeno, če me ignorirajo. 900 ljudi itak ne moreš imet v glavi kar tako.« (Miha, 17 let)

»ma saj po eni strani jih nimam zares veliko Facebook frendov, če primerjam z drugimi ... nisem jih nikoli sama veliko dodajala, pa je ratal en tak krog, da imam gor vse svoje pomembe ljudi, pa še kakšnega zraven, ki ga ne vidim in ne slišim, pa me to ne moti. Ne da se mi s tem hecat, da bi nekaj umikala.« (Polona, 30 let)

Starejši, ki so na Facebooku relativno malo časa, pa imajo v povprečju zelo malo prijateljev, ki jih dobro poznajo. Zato se prej veselijo vsakega novega, ne pa da bi želeli koga umakniti iz seznama. Kot sledi iz zaključkov opazovanja z udeležbo, imam med svojimi Facebook prijatelji tudi nekaj staršev svojih prijateljev, ki so me dodali za prijateljico. Eden mojih prijateljev se mi je celo zahvalil preko klepeta, ko sem dodala njegovo mamo med svoje Facebook prijatelje, in se je hkrati opravičil, ker me je mama dodala za prijateljico kljub temu, da se dobro ne poznavata: »Saj vem, da ti je malo brez veze, samo vseeno, hvala. Zdaj dodaja vse moje frende, ki jih pozna, pa to njej ni nič čudno ... Za nekatere je samo slišala, se niti ne poznajo.« (terenski dnevnik, 20. oktober 2011). Na te trende pa kažejo tudi rezultati opravljenih intervjujev:

»Ja, naprej sem šel kar čez seznam od žene in dodal vse, ki sem jih poznal. Potem sem še malo poiskal, samo itak ni veliko moje generacije gor. Jaz veliko izbire nimam. Nekaj mlajših tukaj iz naše vasi imam, pa vse tamale od sestre, pa od žene nečake, pa prijatelje od mojih tamalih, ki so včasih hodili na obisk, pa se poznamo. Pa se nekaj nabere.« (Miro, 59 let)

»Saj v začetku so v glavnem drugi mene dodajali, pa sploh nisem opazila. Potem mi je pokazala hčerka, na kaj moram biti pozorna. V glavnem še vedno kar drugi mene dodajo, sem pa tudi jaz že koga, ki sem ga poznala, pa je recimo komentiral kakšno sliko ali drugo objavo.« (Alenka, 68 let)

Večina uporabnikov, ki so sodelovali v anketi ali intervjuju, je poudarilo, da so se sicer že kdaj odzvali na povabilo za prijateljstvo, ker so se čutili obvezane k temu, in ne zato, ker bi to zares želeli. V anketi je več kot polovica takih, ki pravijo, da so to že storili, ampak redko (54,7 odstotkov), veliko pa je tudi takih, ki tega niso storili nikoli (35,8 odstotkov). Po drugi strani pa so anketiranci pod dodatne možnosti odgovorov napisali tudi, da koga včasih potrdijo ne iz vljudnosti, ampak iz radovednosti, čeprav ga sicer po svojih merilih ne bi imeli v seznamu Facebook prijateljev. V intervjujih respondenti izpostavljajo podobno vedenje. Na vprašanje, ali so kdaj koga potrdili, ne da bi to zares hoteli, odgovarjajo:

»Včasih sem, ja. Zdaj imam pa že hrbtenico, kar se tega tiče in sem striktna.« (Tjaša, 24 let)

»Ja, to se včasih zgodi pri nadrejenih ... zato pa, to je ena stvar, ki jo imam, določeno funkcijo, osnovno nastavitev, ki določene stvari zaklene nekaterim.« (Andrej, 27 let)

»Ja, sem, pa če vidim, da ne nič ne razvije, potem ga izbrišem. Pa to se dogaja ful redko. Ker če nekoga ne poznam, se mi zdi res brez veze.« (Sandra, 32 let)

»Ja, recimo v prve pol leta je bilo nekaj takih, ki jih danes ne bi več, ampak načeloma ne. Sicer tudi ne potrjujem tistih, ki jih ne poznam. In nikoli ne potrjujem brendov. Nikoli ne potrjujem nekim

imaginarnim osebam, nekomu, ki se skriva za nekom.« (Aleš, 36 let)

Kot glavni razlog, da povabila za prijateljstvo ne sprejemejo, pa respondenti v anketi navajajo, da je to takrat, kadar nekoga sploh ne poznajo (58,5 odstotkov), kadar nekoga ne poznajo dobro (18,2 odstotka) ali kadar ne želijo, da nekdo sledi dogajanju v njihovem življenju (13,8 odstotkov). Podobno sledi tudi iz rezultatov intervjujev. Na vprašanje, v katerem primeru ignorirajo prošnjo za prijateljstvo, respondenti odgovarjajo:

»če res nisem mel pojma, od kje se je vzela. Velikokrat kar vprašam, od kje se poznamo. Pa včasih kdo tut kar ne odgovori.« (Miha, 17 let)

»ene 15 jih je, ki še čakajo na confirmation, pa jih ne bom dodal. Par je takih, ki jih ne poznam, par je takih, ki jih nočem met. V bistvu to, da ne bi poznal osebe, to sem samo na začetku dodajal.« (Drejc, 22 let)

»Če nekoga ne poznam ali mi ni prijeten ... v osnovi je moj kriterij tak, da če se z nekom lahko usedem na kavo, potem je moj Facebook prijatelj.« (Tjaša, 24 let)

»Ja, ja ... predvsem osebe, s katerimi se ne poznamo, niti se nismo pogovarjali ... oni vejo, da jaz obstajam ... nekateri ljudje povabijo zelo širok krog ljudi in sem se pač delal, da tega nisem videl. Trenutno imam nekih 5 requestov, ki tam malo visijo.« (Andrej, 27 let)

»Ogromno prošenj za prijateljstvo ignoriram, to so predvsem ljudje ki jih sploh ne poznam, ali pa osnovnošolci, ki me najverjetneje

zaprosijo zgolj zaradi povečanja števila prijateljev na Facebooku. Take prošnje zavrnem.« (Mateja, 37 let)

Tudi starejši nad 50 let v intervjujih poudarjajo, da prav tako ne potrdijo prošenj za prijateljstvo samo tistim, ki jih ne poznajo, pa še to pri njih redko zgodi. Pri tem pa so malo netipični še najstniki ali mlajši samski, ker je Facebook pri njih še delno tudi orodje za spoznavanje novih ljudi in sklepanje ne samo prijateljskih, ampak tudi ljubezenskih zvez. Med svoje Facebook prijatelje tako spustijo tipično več ljudi, tudi tiste, ki jih ne poznajo dobro, ali jih sploh še ne poznajo. Tako mi je zaupala ena mojih Facebook prijateljic v opazovanju z udeležbo, da se je odzvala na povabilo za Facebook prijateljstvo, ker ji je bil fant na pogled všeč. Začela sta s klepetom in v pol ure ji je zaupal tudi svoje najbolj zaupne misli. To je utemeljil s tem, da se je včasih lažje pogovarjati s popolnim tujcem (terenski dnevnik, 12. april 2011). Dodajanje popolnih tujcev za prijatelje komentirajo tudi intervjuvanci iz omenjenih skupin mlajših in samskih:

»Ja, velikokrat me doda kdo, ki ga ne poznam. No, mogoče ga poznam na videz, pa še nisem z njim govorila ... pa to so več fantje, ko punce, tako iz šole. Včasih potrdim, včasih ne, čisto odvisno.« (Nika, 16 let)

»V 90% primerih je to, da osebo poznam, ali pa vem, da je neka poslovna priložnost, ali mi je pa oseba samo zanimiva ali mi je znana, pa želim preveriti, če je to to, kar mislim, da je. Od srednje šole je zdaj že dobrih 10 let, 11 in se mi zdi, da nekoga poznam, pa nisem siguren ... včasih koga povabim tudi samo zaradi firbca, ampak to je redko.« (Peter, 31 let)

4.4.2.2 Stopnja zavezanosti odnosu

Zavezo k odnosu raziskujemo s sledečimi indikatorji:

- Kaj je vsebina vaših javnih objav na Facebooku?
- Kaj zaupate svojim prijateljem na Facebooku s svojimi objavami – tudi svoje globoke občutke ali samo površinska razmišljanja?
- Kako odkrito poveste s svojimi objavami na Facebooku, kar mislite?
- Koliko prijateljev imate na Facebooku?
- Koliko Facebook prijateljev ste redno spremljali preko Facebooka v zadnjem mesecu dni in s koliko prijatelji ste komunicirali v zadnjem mesecu dni preko Facebooka?

Kot smo poudarili že v izhodišču, je odnos, ki temelji na visoki zavezanosti, zaupen, poglobljen in dolgoročen (Spencer in Pahl 2006, 41). Tega navadno ne moremo vzdrževati z večjo množico posameznikov. Po drugi strani pa odnosi, za katere je značilna nizka zaveza, izhajajo iz sproščene zabave ali so naravnani bolj na skupne interese, hkrati pa lahko zajemajo širši krog družbenega omrežja posameznika (ibid.).

Pri analizi podatkov v okviru hipoteze 1 smo že prišli do sklepa, da med Facebook prijatelji posameznika prevladujejo tisti, ki jih uvrščamo v širši krog prijateljev (4.4.1 Kvantitativno prevladujoči tip Facebook prijatelja). Po drugi strani pa iz izsledkov raziskave ugotavljamo tudi, da posamezniki na Facebooku redno mesečno sledijo relativno malo prijateljem (89,3 odstotke respondentov v anketi sledi redno mesečno 20 ali manj prijateljem) in tudi komunicirajo z relativno majhnim krogom (91,8 odstotkov respondentov v anketi redno mesečno komunicira z 20 ali manj prijatelji).

Tudi rezultati opazovanja z udeležbo kažejo podobno sliko. Večinoma recimo klikamo »Všeč mi je« tistim Facebook prijateljem, s katerimi smo si bolj blizu. Tistim, s katerimi smo le bežni znanci, skoraj nikoli. Določeno vlogo pa igra tukaj tudi recipročnost, saj se praviloma bolj odzivamo na objave tistih Facebook prijateljev, ki se odzivajo na naše objave. Kot mi je zaupala prijateljica v Facebook klepetu, se je v primeru velikega odziva na

svojo objavo s strani svojih Facebook prijateljev »počutila kar na nek način dolžna, da sem nanje bolj pozorna v prihodnje« (terenski dnevnik, 16. oktober 2011).

Iz rezultatov ankete sodeč lahko sklepamo tudi, da so ljudje v svojih objavah na Facebooku v glavnem manj zaupni in ne poglobljeni. Na neposredno vprašanje, koliko zaupajo svojim prijateljem na Facebooku, je največ anketirancev odgovorilo, da jim zaupajo samo površinska razmišljanja (42,2 odstotka), nekaj manj je takih, ki razmišljanjem dodajo tudi osebne teme (39,5 odstotkov). Tistih, ki govorijo samo o osebnih stvareh, je zelo malo (5,4 odstotke). Pri vprašanju, ali dobro razmislijo, preden kaj javno objavijo na Facebooku, večina respondentov odgovarja, da to »zelo drži« (39,7 odstotkov). Glede na rezultate ankete pa respondenti v svojih javnih objavah večinoma sporočajo jasno in razumljivo vsem, včasih pa tudi tako, da njihove objave razumejo samo izbrani.

Pretežno neosebni vidik izražanja na Facebooku nakazujejo tudi odgovori na anketno vprašanje, kaj uporabniki po večini objavljajo na Facebooku. Največ respondentov objavlja novice in povezave na internetne vire, nekaj manj je tistih, ki objavljajo lastna razmišljanja in opažanja, sledijo zabavni komentarji, najmanj pa je tistih, ki delijo s Facebook prijatelji svoje razpoloženje in svoja opažanja javno.

Z bolj podrobno kvalitativno analizo zavezanosti odnosu pa se pokaže raznolikost, ki kaže na nekaj tipičnih skupin Facebook uporabnikov: prvi so ekspresivni najstniki; drugi so tisti, ki jih Facebook služi za samopromocijo; tretji so tisti, ki so v svojih objavah na Facebooku zaupni in komunicirajo z ozkim krogom ljudi; in četrti so tisti, ki na Facebooku skoraj nič ne objavljajo in v glavnem samo sledijo objavam svojih prijateljev.

Najstniki intenzivno objavljajo in komunicirajo preko Facebooka in v veliki meri tudi javno, hkrati pa nimajo pretirane samocenzure pri objavljanju bolj zaupnih tem. Ta sklep sledi iz interakcije z mojo 15-letno Facebook prijateljico in opazovanja aktivnosti njenih Facebook prijateljev, kot lahko citiramo tudi iz terenskega dnevnika:

»Njeni statusi so poleg menjave profilnih slik, na katerih se trudi izgledati vsaj 5 let starejša in v stilu zadnjih MTV videospotov, sestavljeni tudi iz objav najljubših glasbenih komadov in statusov v stilu 'jaz imeti skype' in 'važn, da je apple naredu iKondome'. Vsak status pa vsebuje vsaj en emotikon '<3', večkrat več njih. S strani svojih prijateljev pa prejema objave na svoj 'zid' na način 'pa kje si mi ti??>.<' ali 'Teja oboževati tebe.!!<3<3 ;*'. Veliko izražanja naklonjenosti, ki je sama sebi namen in veliko upravljanja z lastno podobo.« (terenski dnevnik, 27. februar 2011).

Podobno lahko ugotovimo tudi iz odgovorov v intervjujih, ki smo ju izvedli z najstnikoma:

»Ja, itak da postam vsak dan ... skoz, ful. Pa kul je, ko se usuje debata. Včasih že jaz več ne vem, zakaj se je na začetku sploh šlo, he he.« (Nika, 16 let)

»Pa v glavnem dajem gor kakšne poste, to, kaj dogaja. Pa kakšno fotko. Komentiramo si itak, pa lajkamo tut skoz. Ja, pa pokanje, to takrat, ko mi je kaka bejba fajn, pa jo tako popingaš, sploh če je ne poznaš dobro. Če kaj naredi nazaj, je pol kul, se zmenimo, da se vidimo, slišimo ... na Facebooku pa samo startamo.« (Miha, 17 let)

Intervjuvanci, ki jim Facebook v večji ali manjši meri tipično služi za osebno promocijo, izpostavljajo svojo preišljenost tudi v svojih odgovorih, kaj objavljajo na Facebooku in kako dobro razmislijo pred objavljanjem:

»Ja, ja, se mi zdi, da na začetku, ko sem imel manj ljudi, sem bil bolj sproščen. In tudi dokler ga nisem uporabljal v profesionalne namene, so bili tudi statusi manj resni, je bila tudi kakšna totalna neumnost zraven. Zdaj pa pazim, da je ta moj digital footprint čim bolj profesionalen. Nočem izpast neprofesionalen, otročji, nekredibilen.« (Peter, 31 let)

»Vsebina je zmeri neke vrste ... kako bi rekel ... to je vedno dejanje ekstrovertiranosti, vedno hočeš povedati nekaj o sebi, bodisi kolk si kul, bodisi hočeš samo joke naredit, pa povedat, da si zabaven ... zdaj če greš na psihologijo človeka, to zmeri delaš z namenom.« (Aleš, 36 let)

»Saj če smo čisto pošteni, je pojavljanje na Facebooku en nekak bolj ali manj preračunljiv osebni piar ... ponavadi je kar premišljeno. Razen če gre za kakšno inteligentno domisljico, trenuten navdih, kar niti ni vezano name osebno. Ali pa citat iz kakega komada. Če ne, pa kar pomislim, ja. Ni čisto tako, da mislim, da so vsi, ki to vidijo, moji frendi.«. (Matjaž, 42 let)

Tisti, ki imajo na Facebooku relativno malo prijateljev in z njimi delijo bolj zaupne teme, hkrati pa zelo natančno skrbijo za svoje nastavitve zasebnosti, pa v intervjujih poudarjajo, da imajo med svojimi prijatelji samo tiste, s katerimi lahko delijo večino stvari – tudi to, kaj čutijo in kaj razmišljajo:

»Jaz imam na Facebooku v glavnem prijatelje in lahko delim z njimi vse, kar se mi dogaja, tako da kakšne pretirane selekcije ne delam. Objavljam tudi zelo osebne stvari. Imam pa ločeno, kadar so take zelo ženske stvari, debate o kakšnih ženskih zadevah, izločim fante ... sicer pa se trudim, da imam zelo prečiščene prijatelje, tako da lahko objavim praktično vse«. (Tjaša, 24 let)

»Saj jaz ne objavljam veliko, ampak ko pa kaj dam gor, je to bolj namenjeno komu, kot da hočem zdaj vsem razlagat o tem, kako se počutim, kaj mislim, kaj delam.«. (Polona, 30 let)

»... zdaj imam recimo zablokirano tako, da lahko samo prijatelji vidijo moje objave. V glavnem objavljam, kar čutim trenutno, ampak ne tako, da vidijo direktno, ampak da še malo razmišljajo, kaj zares čutim.«. (Sandra, 32 let)

Med intervjuvanci, ki zelo malo ali sploh nič ne objavljajo, pa so vsi trije najstarejši in tudi eden mlajših:

»Do vsega imajo dostop samo frendi, pa tudi vsi frendi ne vidijo vsega. Včasih, ko sem gor dal kakšen status, pa je bil omejen samo na določene.«. (Drejc, 22 let)

»Jaz skoraj nič ne objavljam, zares bolj berem objave drugih. Redko tudi pokomentiram. Res nisem aktivna, ne vem, na Facebooku se ne počutim zares doma.« (Veronika, 45 let)

»Bolj malo sam objavljam, bolj berem, gledam, komentiram ... Kaj pa vem, se mi ne zdi, da imam ravno kaj veliko povedati na ta način. Za novo leto sem recimo čestital vsem, pa smešne videe iz YouTube kdaj objavim. To je pa bolj vse. Eno dajejo gor slike, jaz pa ne slikam in ne objavljam.« (Miro, 59 let)

»V glavnem sama zelo malo objavljam, bolj spremljam, kaj delajo drugi. To je bil tudi moj razlog, da sem sploh prišla na Facebook, da lahko gledam slike od družine, otrok, vnuka. Vsi so govorili o slikah iz Facebooka, pa sem si rekla, da bi bila tudi jaz rada del tega. Danes nobeden ne nosi več s sabo albumov, na Facebooku je pa vse objavljeno takoj.« (Alenka, 68 let)

4.4.3 Percepcija bližine z družbenim omrežjem

V hipotezi 3 predpostavljamo, da Facebook povečuje frekvenco in redne stike med prijatelji ter vzpostavlja občutek večje povezanosti med njimi.

Kot izhodišče za postavitev hipoteze 3 smo v točki 4.1.3 tega dela (glej 4.1.3 Hipoteza 3) postavili izsledke obstoječih raziskav, ki potrjujejo, da se ljudje na Facebooku povezujejo s širokim krogom ljudi in da večina Facebook uporablja dnevno, zato naj bi se posamezniki nasploh počutili bolj povezani s svojim socialnim omrežjem. Obe izhodišči potrjujemo tudi z izvedeno raziskavo. Po rezultatih ankete ima 38,8 odstotkov uporabnikov na Facebooku med 200 in 500 prijateljev, kar je nadpovprečno veliko, če primerjamo s (svetovnim) povprečjem. Samo 15 odstotkov uporabnikov, ki so odgovarjali na anketna vprašanja, ima manj kot 100 prijateljev na Facebooku, kar lahko dokazuje, da se ljudje povezujejo na Facebooku s širokim družbenim omrežjem. Hkrati pa 61,9 odstotka uporabnikov uporablja Facebook večkrat dnevno, 23,1 odstotek uporabnikov pa vsaj enkrat dnevno, kar je skupaj velika večina Facebook uporabnikov, ki so odgovarjali na anketni vprašalnik. Tudi to potrjuje predpostavko, da ljudje uporabljajo Facebook zelo frekventno. Iz sledečega bi torej lahko logično sledilo, da se posamezniki čutijo bolj blizu in bolj povezani z ljudmi iz svojega socialnega omrežja. Z namenom, da to predpostavko potrdimo ali ovržemo, smo za merjenje percepcije bližine postavili sledeče indikatorje:

- Ali se vam zdi, da ste si s prijatelji zaradi komunikacije na Facebooku bolj blizu?
- Ste zaradi Facebooka bolj seznanjeni, kaj se dogaja v življenju vaših prijateljev?
- Ali zaradi Facebooka več komunicirate s svojimi prijatelji, kot ste nekoč?

- Ali se vam zdi, da bi bili s katerim od vaših prijateljev bolj povezani, če bi bil na Facebooku, pa ni?
- Ali se vam zdi, da se zaradi Facebooka bolj družabni, kot se bili brez tega družbenega omrežja?

Na neposredno vprašanje v anketi, ali se uporabnikom zdi, da so si s prijatelji zaradi komunikacije na Facebooku bolj blizu, je 46,5 odstotkov uporabnikov odgovorilo, da to velja predvsem za tiste, s katerimi sicer nimajo pogostih stikov. Po drugi strani pa je veliko takih (43,9 odstotkov), ki se zaradi Facebooka ne počutijo nič bolj blizu s prijatelji.

Tudi na vprašanji, ali zaradi Facebooka več komunicirajo s svojimi prijatelji, kot so nekoč, in ali so zaradi Facebooka bolj seznanjeni, kaj se dogaja v življenju njihovih prijateljev, je bil prevladujoč odgovor, da več komunicirajo predvsem s tistimi, s katerimi se sicer ne slišijo pogosto (54,5 odstotkov respondentov) in da so bolj seznanjeni z življenjem tistih, s katerimi sicer nimajo pogostih stikov (64,7 odstotkov respondentov). Manj pa je tistih, ki pravijo, da zaradi Facebooka niso nič bolj seznanjeni s tem, kaj se dogaja v življenju njihovih prijateljev (10,3 odstotke), in tistih, ki trdijo, da zaradi Facebooka nič več ne komunicirajo s svojimi prijatelji (20,5 odstotkov).

V odgovorih iz intervjujev je mogoče zaslediti podobno polarizacijo. Nekateri se počutijo bolj blizu tistim, s katerimi brez Facebooka sicer ne bi imeli stikov. Drugi pa poudarjajo, da se zaradi Facebooka ne počutijo ljudem bolj blizu, če bližino ali povezanost interpretiramo kot zaupnost in čustveno bližino. Hkrati pa poudarjajo, da so bolj seznanjeni s tem, kaj se prijateljem v življenju dogaja in se jim zato zdi, da so z njimi na nek način bolj povezani. Na konkretno vprašanje, ali se čutijo svojim prijateljem zaradi Facebooka bolj blizu, so intervjuvanci odgovarjali:

»Bolj blizu ... ma, kaj vem. S frendicami s faksa se res ne bi tolk slišala, če ne bi bilo Facebooka. To mogoče res.« (Mojca, 21 let)

»Na čustveni ravni ne, bolj gre za to, da veš, da se z nekom nekaj dogaja, je nekdo rodil ali nekdo kupil nov avto. To pa nima veze s čustveno povezanostjo. So mi pa bližje, ker vem, kaj se z njimi dogaja. Ne vem, če bi rekel, da je to čustvena povezanost ali občutek, da nekoga bolj poznaš, ker veš, kaj se z njim dogaja.« (Peter, 31 let)

»Nekaj malega ja.« (Sandra, 32 let)

»Ja, z ožjim krogom prijateljev ja, ker vem, kaj se dogaja z njimi. Za najboljše prijatelje pa tega ne bi trdil.« (Aleš, 36 let)

»Niti ne. No, mogoče z nečaki, ki živijo v tujini in se drugače ne bi klicali. Niti nisem vedla točno, kako so, kaj se jim dogaja. Prišli so enkrat na leto, za praznike na obisk, pa kar je povedala njihova mama. Zdaj pa vidim preko fotografij in objav vse, kaj se dogaja v njihovem življenju. To je lepo, ker ko so bili majhni, smo bili veliko skupaj.« (Alenka, 68 let)

Večina sodelujočih v intervjujih potrjuje, da so bolj seznanjeni s tem, kaj se dogaja v življenju njihovih prijateljev:

»Ma ja in ne. Ker ful njih posta kar nekej, pa ful velikrat dajejo gor kaj, kar sploh ne štekam, pa se niti ne trudim. Bejbe se kar med seboj nekaj pogovarjajo, tega sploh res ne štekam.« (Miha, 17 let)

»Ja, moja pretežna vloga na Facebooku je vloga enega takega informacijskega parazita, kaj se dogaja z ljudmi, ki jih ne poznam tako dobro, ali za ljudi, s katerimi sicer nisem tako v stiku, kaj se jim dogaja. Ne da bi gledal prav pozorno, čisto po slučaju.« (Andrej, 27 let)

»Ja, valda. Jaz sem tako navezal s sošolci iz osnovne šole. To smo bili še tista generacija, ko je bil Facebook bolj v povojih in smo se oddaljili. Že tako ali tako smo izgubili stike, potem ko so se začeli ljudje poročat in zaposlovat, pa sploh nismo imeli več stikov. Zdaj sem pa kar nekaj ljudi nazaj dobil v ta krog in mi je zanimivo brati, kaj se z njimi dogaja.« (Peter, 31 let)

»Ja, sem bolj seznanjen, samo s stvarmi, za katere sami želijo, da sem bolj seznanjen ... Večkrat se ne srečamo, je pa res, da se lažje pogovarjamo. Ta feeling odtujenosti je manjši. Saj je logično. Oz. druga stvar se mi dogaja – s prijatelji, ki niso na Facebooku, prej izgubim stike, kar je na nek način zaskrbljujoče.« (Matjaž, 42 let)

»Ja, mogoče res. Zdaj vem za nekatere stvari, za katere brez Facebooka ne bi. Tudi bolj jasno mi je, kaj ljudje mislijo, pa kaj se v svetu dogaja na sploh, kaj jim je pomembno.« (Veronika, 45 let)

»Ja, to pa ja. No, s Facebook prijatelji. Kot sem rekel, čisto pravih prijateljev na Facebooku niti nimam. Najbolj mi je pomembna tukaj družina, otroci, vnuki, bolj to no.« (Miro, 59 let)

Na vprašanje v anketi, ali se jim zdi, da bi bili s kom od prijateljev, ki ga ni na Facebooku, bolj povezani, če bi bil, pa so mnenja deljena – točno 50 odstotkov jih pravi, da takega prijatelja oz. take prijateljke imajo, druga polovica pa jih pravi, da jih nimajo. Prvi utemeljujejo svoj odgovor s tem, da bi bili preko Facebooka lahko s svojimi prijatelji večkrat v stiku in bi več komunicirali z njimi, z nekaterimi so izgubili vse stike in bi jih Facebook lahko spet povezal, za nekatere pa verjamejo, da se lažje izražajo preko 'online' komuniciranja in bi se na Facebooku zato lahko bolje povezali. Druga skupina anketirancev, ki ne verjame v to, da bi Facebook lahko prispeval k večji povezanosti, pa poudarja, da obstajajo drugi načini komuniciranja, preko katerih je stik prav tako mogoč in še

bolj oseben. Izpostavljajo pa tudi to, da se po njihovem mnenju pristen odnos lahko ustvarja samo preko druženja v živo in ne preko Facebooka.

Posredno pa smo povezanost s prijatelji na Facebooku v intervjujih preverjali tudi z vprašanjem, ali se zaradi Facebooka počutijo bolj družabni. To nakazuje na povečano količino stikov z družbenim omrežjem posameznika, ki pa so bolj zabavne narave, ne toliko poglobljeni. To dokazujejo tudi odgovori:

»Ja, na nek način ja. Se spomnim včasih, smo hodil na igrišče, pa na ulico, samo tam nas je blo nekej. Pa po telefonu smo se slišal ... no, pa maili, pa chat, samo to je drugač. Tam si zmer bolj 1-na-1. Tukaj je pa zdaj kar ko en žur vse skup. Ful folka na kupu, pa zmer kaj novega. Ja, nekak sem bolj družaben, valda. Mislim, da zdaj tut drugač več smem, samo imam pa ful ljudi naenkrat na kupu.« (Miha, 17 let)

»Jaz bi rekla, da ja. Lažje ostaneš v stiku z ljudmi. Tudi tiste dneve, ki nimaš prav nič časa, greš za 15 min na Facebooku, malo pogledat, kaj se dogaja, komentirat in lajkat ... Meni se to zdi ful koristno.« (Tjaša, 24 let)

»Ja, se mi zdi, da ja ... saj tudi zdaj ni ne vem kaj, čau čau, napišeš, kaj se dogaja ... ampak več ja, več tega je, je več stikov.« (Sandra, 32 let)

»Ja, definitivno. Rekel bi, da odnos s prijatelji, pravimi prijatelji in ožjim krogom prijateljev ostane na istem nivoju. So pa družbena omrežja povečala moje polje ljudi, s katerimi sem v kontaktu. To so bivši sošolci, bivši sodelavci. Gre za hipno komunikacijo, za katero ti nihče ne zameri, da je hipna. Gre za to, da smo bili v 'offline' svetu nepovezani toliko časa in smo se preko Facebooka spet povezali.« (Aleš, 36 let)

»Pred 'Facebook obdobjem' sem bila totalno izolirana od zunanjega sveta. Služba, otroci, služba, otroci ... odkar sem se prijavila na FB, sem spoznala ogromno prijateljev, vrnila sem se v 'življenje' izven domačega okolja.« (Mateja, 37 let)

»Ne bi tega rekel. Več komuniciram preko računalnika, kot sem včasih, samo zato se ne počutim bolj družabno. Prava družabnost je v živo. Bolj vem, kaj se dogaja, pa sem v stikih s kakšnimi ljudmi, s katerimi sicer ne bi bil, ampak zdaj pa sem.« (Miro, 59 let)

O tem, ali se počutijo svojim prijateljem bolj blizu, sem preko klepeta na Facebooku vprašala tudi štiri od svojih Facebook prijateljev. Najstnica, stara 15 let, pojasnjuje: »Z najboljšimi prijatelji sem si itak blizu in od njih pričakujem, da mi tudi postajo in lakajo. Za ostale mi je pa bolj vseeno ... No, mogoče sem si bolj blizu s frendico iz Ljubljane, z njo se ne vidim, razen na kakih žurih, pa je Facebook ok, da vidim, kaj dogaja.« (terenski dnevnik, 17. oktober 2011).

Prijatelj, ki je moškega spola, star 36 let in aktivno uporablja Facebook, pojasnjuje, da po njegovem mnenju »Facebook nima veze s pravo bližino. Ta se gradi drugače, tako da se s frendi vidimo, pa slišimo, pa gremo skupaj ven.« (terenski dnevnik, 17. oktober 2011).

Predstavnica ženskega spola, stara 27 let in z majhim številom Facebook prijateljev, se malo bolj nagiba k mnenju, da Facebook vseeno doprinese k psihološki bližini, ko pravi, da »ja, pa saj meni ful pomeni, ko vidim, da ljudem ni vseeno, kaj mislim in kako se v tistem trenutku počutim. Na nek način mi s svojimi odzivi tudi pokažejo, da smo si blizu in da smo tam. Kaj pa vem, nekaj malega pa naredi Facebook.« (terenski dnevnik, 17. oktober 2011).

Moški, star 41 let, ki na Facebooku skoraj ne objavlja, pa pravi, da je zanj Facebook »v glavnem bolj neoseben kanal. Sicer vidim, kaj se z ljudmi

dogaja, ampak da bi bil zato z njimi bolj blizu, to pa zares ne. Je pa res, da sem že kdaj koga poklical, ko sem na Facebooku videl, da je recimo kupil psa ali je imel rojstni dan.« (terenski dnevnik, 17. oktober 2011).

Po analizi njihovih odgovorov lahko najdemo podobnosti z ugotovitvami iz analize ankete in intervjujev, ki kažejo na dvojnost v percepciji bližine s Facebook prijatelji.

4.4.4 Povezava z 'offline' kontekstom

V hipotezi 4 trdimo, da prijateljstvo na Facebooku v večini primerov izhaja iz vezi v realnem življenju in se odnos na Facebooku prepleta s tistim 'offline', včasih pa se odnos na Facebooku tudi okrepi.

V namen merjenja povezav Facebook odnosov z 'offline' kontekstom smo postavili sledeče indikatorje:

- Ali sledenje prijateljem na Facebooku in komunikacija z njimi pomaga tudi pri krepitvi vaših odnosov sicer v življenju?
- Ali se teme in vsebine pogovorov iz Facebooka prenašajo tudi na vašo 'offline' srečanja?
- Ali ste koga spoznali preko Facebooka?
- Ali se s prijatelji, ki jih spoznate preko Facebooka, srečujete tudi v živo?
 - Ne, ker nimam takšnih prijateljev
 - Ne, ker ohranjamo odnos samo preko Facebooka
 - Da, se je že zgodilo
 - Da, se pogosto dogaja

Identiteta posameznika na Facebooku je tesno povezana z identiteto v realnem življenju. Že pri analizi podatkov v okviru hipoteze 2, ko smo ugotavljali, kaj je največkrat razlog, da uporabniki ignorirajo prošnje za prijateljstvo, smo prišli do sklepa, da je najpogostejši razlog to, da ljudi ne

poznajo (glej 4.4.2 Trdnost prijateljskih odnosov na Facebooku). Hkrati pa kar 39,1 odstotek posameznikov v anketi odgovarja, da med svojimi Facebook prijatelji nimajo nikogar, ki bi ga spoznali prek Facebooka, ampak vsi njihovi Facebook prijatelji izvirajo iz poznanstva v realnem svetu. Samo manjšina (4 odstotki) pa odnos z ljudmi, ki jih spoznajo preko Facebooka, ohranjajo samo v virtualnem svetu, brez srečanja v živo.

Tudi sklep iz opazovanja z udeležbo v skupnosti Facebook potrди to predvidevanje – življenje na Facebooku je tesno povezano z realnim življenjem. Tipična ilustracija za to je recimo anekdota, ki jo opisujemo tudi v terenskem dnevniku (25. februar 2011). Pri Facebook prijatelju, ki je igral v gledališki predstavi, sem videla najavo, kdaj bo naslednja ponovitev. Preko Facebook klepeta sem se takoj povezala s prijateljico in se z njo dogovorila za skupni obisk. Iz poznanstva, ki izvira iz 'offline' življenja, sem na Facebooku prišla do informacije o predstavi ter se prav tako na Facebooku dogovorila s prijateljico za srečanje v živo. Krog poznanstev in dogovarjanja v 'offline' in 'online' se je tako sklenil. To pa je samo eden od številnih primerov.

Na vprašanje, ali so že koga spoznali preko Facebooka, ki ga prej v realnem življenju niso poznali, tudi intervjuvanci odgovarjajo, da je to prej izjema, kot pravilo. Facebook dojemajo kot omrežje, preko katerega se povezuješ z ljudmi, ki jih poznaš. Na vprašanje, ali so koga spoznali preko Facebooka, odgovarjajo:

»Ne prav na Facebooku, ampak 'online' pa ja. Pa sva odnos prenesli tudi v živo.« (Tjaša, 24 let)

»Ne, to nikoli. Preko Facebooka ne, preko Twittra pa ja. Čeprav gre na nek način v obeh primerih za družbeno omrežje, ju dojemam precej drugače, gre za razliko v konceptu. Na Facebooku gre za

kontakte, ki jih potrjuješ, gre za navezave iz realnega življenja. Na Twitteru pa se povezuješ z ljudmi, ki so poznani ali samo zanimivi, velja drug bonton komunikacije.« (Aleš, 36 let)

Tisti, ki imajo manj prijateljev na Facebooku – to so praviloma starejši – se z večino svojih prijateljev vidijo tudi v živo:

»Ja, z večino njih se vidimo kar redno. Z družino sploh, s prijateljicami pa tudi. Je pa včasih bolj zabavno, ko komentiramo in imamo več materiala, kot smo ga imele včasih. Je pa tudi zanimivo, da tiste, ki niso na Facebooku, znajo kar vihati nos, ko me govorimo o kakšnih slikah. Kot da jim ni prav, da so izključene.« (Alenka, 68 let)

Mlajši in samski so izjeme in so tipično bolj nagnjeni k temu, da spoznavajo preko Facebooka nove ljudi. Te vezi pa so običajno bolj romantično in ljubezensko obarvane, kot zares samo prijateljsko, to pa navajajo tudi intervjuvanci:

»Včasih sem res koga spoznala preko Facebooka ... oziroma, no smo vedeli drug za drugega, pa smo se potem dodali za frende, pa chatali ... z enimi smo se potem še v živo dobili. Zdaj pa tega ne delam več, se mi zdi brez veze.« (Mojca, 21 let)

»Ja, enkrat me je ena dodala, pa sem vprašal, kako to, ker niti nobenega mutual frienda nisva imela. In takrat sva potem chatala 2 uri, to je bilo pa to.« (Drejc, 22 let)

V intervjujih pa smo izvedeli, da so razlogi za spoznavanje novih ljudi preko Facebooka lahko tudi profesionalne narave:

»Ja, je par ljudi, ki so me dodali za frienda in se mi je tudi zdelo, da jih od nekod poznam in sem jih sprejel. Pa so me ti ljudje začeli počasi kontaktirati in so me začeli spraševati kakšna vprašanja z

vidika mojega dela. Samo nisem kaj posebej oseben v tej komunikaciji.« (Andrej, 27 let)

»Spoznal sem se s podobnimi ljudmi iz stroke, spoznal sem se z drugimi fotografi, vizažisti, stilisti, režiserji ... skratka z ljudmi, ki se ukvarjajo s podobnimi stvarmi, kot se ukvarjava midva. Brez Facebooka bi šlo to težje. Sicer bi se moral v pravih krogih gibati, da bi prišel do pravih ljudi. V živo. Ne vem, kakšen bi bil lahko drugačen način.« (Peter, 31 let)

Facebook pa lahko utrdi tudi vezi, ki so se sicer vzpostavile 'offline' in so bile prej na nivoju poznanstva. Preko Facebooka pa se je odnos okrepil in prerastel v zaupnega. Kot navaja ena od mlajših intervjuvank svoj primer:

»Z eno prijateljico se pozna še od osnovne šole, pa si niti nisva bili kaj posebej blizu ... no, in sva šele potem, ko sva se dobili na Facebooku in se dodali, se začeli pogovarjati bolj osebne stvari ... in imava čisto 'online' odnos.« (Tjaša, 24 let)

Včasih dobimo povabilo za prijateljstvo na Facebooku od ljudi, ki smo jih nekoč bežno poznali, vendar se na ulici, ko se srečamo, komaj pozdravimo. Podoben primer sem doživela tudi v času pisanja terenskega dnevnika, ko me je dodala za prijateljico gospa, s katero sva sicer poslovno sodelovali, vendar že pred časom in bi jo v živo komaj spoznala (terenski dnevnik, 21. marec 2011).

V intervjujih pa smo dobili tudi potrditev, da se Facebook komuniciranje in izmenjava informacij prenaša tudi na srečanja v živo:

»Ja, velikokrat komentiramo, u, a ste videli, kaj je napisala na Facebook ... ali pa, u, smo videli, da sta bila tam in tam, ful lepe slike.« (Tjaša, 24 let)

»Ja, to sigurno, sem pa opazila tudi, da nekateri več povejo na Facebooku, kot bi v živo povedali. Mogoče so kakšne okoliščine, da si v živo ne upajo povedati, pa tako povejo. Facebook je tudi nekaj, kar odpira vezi za naprej.« (Sandra, 32 let)

»Če jaz prijateljice nisem videl od leta 97 in se bova zdaj dobila v Zagrebu na kavi, zdaj na to gledam čisto drugače, ker zdaj njene slike gledam in včasih dopolniva to komunikacijo tudi s privat messages. To sigurno ima neko svojo težo.« (Matjaž, 42 let)

Močno referenco na 'offline' življenje pa ima tudi storitev Facebook Places, ki omogoča objavo točne lokacije, na kateri se tisti trenutek nahajaš, preko Facebook aplikacije na mobilnem telefonu. Družbena funkcija te storitve je, kot opazamo tudi v času opazovanja z udeležbo, da omogoča nenačrtovana srečanja in tekoče upravljanje s srečanji v živo ter je mehanizem za utrjevanje odnosov v realnem življenju. Primarno je to zanimivo za tiste, ki so tudi sicer bolj družabni s širšim krogom ljudi, med katerimi so tipično mlajši in samski (terenski dnevnik, 19. marec 2011).

Mlajši pa so specifični še v tem, da javna komunikacija na Facebooku pogosto nima nobene neposredne zveze z realnim življenjem in ima pogosto čisto ekspresivno funkcijo, namenjena je ustvarjanju zanimivega »šova« za udeležence in opazovalce:

»Zanimivo je to, da se preko Facebooka pogovarjamo kar nekaj ... nekdo nekaj objavi, pa rata iz tega cel žur.« (Nika, 16 let)

»Ja, čeprav tisti čas, ko smo komunicirali preko Facebooka, potem v živo o tem niti nismo preveč govorili. Naša debata preko Facebooka je bila precej ločena, v glavnem zafrkancija, na nek drugačen način.« (Drejc, 22 let)

4.4.5 Najboljši prijatelji na Facebooku

V hipotezi 5 predpostavljamo, da so tisti prijatelji, ki jih uvrščamo v kategorijo »sorodnih duš« in »najboljših prijateljev«, lahko del našega omrežja prijateljev na Facebooku, vendar so na Facebooku odnosi z njimi površinski. Glavni del interakcije z njimi poteka v v 'offline' kontekstu.

Indikatorji odnosov z najboljšimi prijatelji na Facebooku so v raziskavi sledeči:

- S svojimi najboljšimi prijatelji delite preko Facebooka tudi intimne in čustvene teme?
 - Da, tudi preko javnih objav (statusi, komentarji ...)
 - Da, samo preko ena-na-ena komuniciranja (klepet, zasebna sporočila ...)
 - Ne, o teh stvareh se ne pogovarjamo preko Facebooka
- Kako pogosto ste v zadnjem mesecu komunicirali preko Facebooka z najboljšimi prijatelji?
- Ali svojim najboljšim prijateljem voščite za rojstni dan preko Facebooka?

Tako anketiranci, kot tudi intervjuvanci so odgovarjali na odprto vprašanje, kako bi definirali svojega najboljšega prijatelja oz. najboljše prijatelje. V naslednjem vprašanju pa so razložili tudi, kdo so njihovi ožji oz. bližnji prijatelji. Namen teh vprašanj je zagotoviti jasno sliko, iz kakšne definicije najboljših oz. bližnjih prijateljev izhajajo.

Definicijo najboljšega prijatelja oz. najboljših prijateljev, ki sledi iz odgovorov respondentov, lahko povzamemo v nekaj ključnih točkah. Najboljši prijatelji so tisti, ki jim zaupamo in se nanje lahko popolnoma zanesemo, z njimi si delimo tudi intimne stvari, z njimi se največ družimo, enako razmišljamo in se enostavno razmemo. Najboljši prijatelj te zna poslušati, zna deliti s tabo tako dobre kot tudi slabe trenutke, je iskren,

pomaga ti v težkih trenutkih. Najboljši prijatelj je (lahko tudi) sorodna duša. V besedah intervjuvancev pa:

»Ja tisti, s katerimi se najbolj štekamo. Pa veš, da ti ne bo neki za hrbtom delal. Pa večino jih tut že dlje časa poznam. So sicer bolj tipi, ko punce, ampak se najde tut kaka punca. S frendico pa recimo ne bi nikol nič imel.« (Miha, 17 let)

»Tisti, s katerimi se veliko vidim, gremo skupaj ven ... to so tisti, s katerimi se največ družim. Vem, da če bom nekaj povedal, ne bodo šli takoj govorit naprej. Jim zaupam.« (Drejc, 22 let)

»Tisti, s katerimi se z veseljem družim vsak dan, ker nisem lih tako najbolj družaben človek, da bi se z vsemi družila ves čas. Tisti, s katerimi se lahko čist sproščena, v trenirki, lahko ležim in pletem zraven. Pa ko si lahko vse povemo, pa se poštekamo. Težko je sploh opisat. Z nekaterimi se preprosto ujameš, z drugimi se pa ne.« (Tjaša, 24 let)

»Tisti, ki jim zaupam tudi bolj intimne teme, stvari in se vidimo, slišimo vsaj 3 so 4-krat na teden.« (Peter, 31 let)

»To je kar težko ... tako, da me pokliče, ne samo, ko kaj rabi ... kako sem, pa če bi kam šla. V tem trenutku so to tudi tisti, ki jih več videvam.« (Sandra, 32 let)

»Najboljši prijatelj je definitivno človek, ki mu neobremenjeno poveš vse. Pri meni je to tako, da je to človek, ali so to ljudje, s katerimi se najmanj enkrat na teden vidiš ... da se dosti družiš tudi v realnem življenju.« (Aleš, 36 let)

»Uf, to je pa težko tako z besedami opisat. Tisti, na katere se lahko zaneseš, pa so že dolgo s tabo. No, pa ni nujno sploh, da se ves čas videvate, to je bolj stvar srca.« (Alenka, 68 let)

Za ožji oz. bližnji krog prijateljev so v anketnih odgovorih kot tudi v intervjujih definicije podobne, kot za najboljše prijatelje, nekateri od respondentov celo pravijo, da ni razlike v teh dveh skupinah. Za večino odgovorov pa velja, da gre za malo širši krog ljudi, s katerimi nas družijo predvsem enaki interesi, z njimi radi skupaj kaj počnemo in tudi pogosto komuniciramo. So pa ti odnosi malo manj zaupni in intimni, bolj so povezani z življenjskim stilom.

Že iz analize podatkov v hipotezi 1 smo ugotovili, da imamo na Facebooku največ tistih, ki jih uvrščamo v kategorijo znancev, prijateljev iz ožjega kroga in najboljših prijateljev pa imamo med njimi kvantitativno v povprečju manj (glej 4.4.1 Kvantitativno prevladujoči tip Facebook prijatelja). Za ocenjevanje intenzivnosti komuniciranja s krogom bližnjih prijateljev preko Facebooka se lahko naslonimo na anketo, v kateri je večina respondentov odgovorila, da so v zadnjem mesecu preko Facebooka največ komunicirali s svojimi najbližjimi prijatelji. Tudi respondenti v intervjujih potrjujejo, da s svojimi bližnjimi prijatelji na Facebooku pogosto komunicirajo, tudi z javnimi objavami in odzivi. Nekateri pravijo, da z ožjim krogom prijateljev na Facebooku celo največ komunicirajo:

»Odzovem se na kakšno pomembno stvar, če je nekdo diplomiral, se poročil, dobil otroka ... sem pa definitivno bolj odzoven na stvari frendov, kot znancev.« (Andrej, 27 let)

»V glavnem bolj komentiram pa lajkam tistim, s katerimi smo tudi sicer na vezi, se pogovarjamo, vidimo ... tako vem, za kaj se gre.« (Polona, 30 let)

»Jaz lajkam, komentiram, objavljam, samo v ozkem krogu. V glavnem. To velja tudi kontra, tudi meni lajkajo in komentirajo samo ljudje, ki so mi res blizu.« (Matjaž, 42 let)

Ko pa gremo z anketnim vprašanjem bolj ozko na najboljše prijatelje, 45,8 odstotkov respondentov pravi, da z najboljšimi prijatelji preko Facebooka o intimnih in čustvenih temah komunicirajo samo ena-na-ena (uporabljajo klepet in zasebna sporočila), 46,4 odstotkov pa jih pravi, da se o teh temah preko Facebooka sploh ne pogovarjajo. Do podobnega sklepa pridemo tudi z intervjuji, ko respondente vprašamo, kako pogosto in kako intenzivno komunicirajo preko Facebooka s svojimi najboljšimi prijatelji:

»Z najboljšo frendico sicer chatava, sam kaj dosti drugega pa na Facebooku ne počneva ... ne vem, se drugač ful slišiva vsak dan.«
(Mojca, 21 let)

»V bistvu tako opažam, da je z najboljšimi prijatelji najmanj interakcije preko Facebooka. Moj najboljši prijatelj je recimo zelo malo na Facebooku, tako da že zaradi tega nisva nekaj v stikih ... ampak recimo banalen primer – svojemu najboljšemu prijatelju nikoli ne boš čestital za rojstni dan preko Facebooka.« (Aleš, 36 let)

Po drugi strani pa je veliko takih, ki z najboljšimi prijatelji zelo intenzivno komunicirajo preko zasebnih kanalov na Facebooku in jih v ta namen uporabljajo tudi zelo kreativno. Kot sledi iz zapisa v terenskem dnevniku, je moj Facebook prijatelj uporabil Facebook dogodek zato, da je štiri prijatelje povabil na palačinke. Zaprl ga je samo za ozek krog povabljenih, čeprav se ti dogodki načeloma uporabljajo za širši doseg uporabnikov (terenski dnevnik, 18. oktober 2011). Kreativnost rabe zasebnih kanalov za komuniciranje z najboljšimi prijatelji na Facebooku pa se omenja tudi v odgovorih v intervjujih:

»Midva komunicirava bolj preko Gtalka, veliko komunicirava po telefonu, v živo se vidiva tudi skoraj vsak dan ... postava si včasih kakšne stvari zanimive na wall. Imava pa skupino, ki je skrita, privat

group, v kateri sva midva in še en najin kolega fotograf. Tako da takšne stvari, ki so malo bolj profesionalne, tam komuniciramo.«
(Peter, 31 let)

Pogosto je mogoče zaslediti tudi, da se razvije v krogu najboljših prijateljev javen pogovor, ki pa je omejen na razumevanje ozkega kroga prijateljev. Uporabljajo šale ali reference, ki jih razume samo omejen krog ljudi, ki v pogovoru sodelujejo. V terenskem dnevniku navajamo primer, ko sva s prijateljem čakala na kavi tretjega prijatelja in je ta zamujal. Nisva ga poklicala, ali mu poslala SMS-sporočila, ampak sva objavila na Facebooku javno sporočilo zanj: »Zamuuuujaaaaš!« (terenski dnevnik, 6. marec 2011).

Facebook pa je po izsledkih opazovanja z udeležbo lahko pomemben kanal za ohranjanje stikov z najboljšimi prijatelji, ko ti živijo v tujini. Povezuje nas na več načinov. Sledimo dogajanju v njihovem življenju, komuniciramo preko zasebnih sporočil in klepeta, čeprav se poskušamo čim večkrat slišati tudi preko telefona in videti v živo, kolikor to dopušča čas in razdalje. Kot v primeru zapisa v terenskem dnevniku za prijateljico, ki živi v Londonu: »Izmenjava nekaj hitrih besed, ker sva obe sredi službenih obveznosti. Se bova morali drugič posvetiti bolj resni debati.« (terenski dnevnik, 6. april 2011).

Za analizo odnosov z najboljšimi prijatelji pa so pomembne tudi čestitke za rojstni dan, ker so eden najpogostejših načinov interakcije tudi s tistimi Facebook prijatelji, s katerimi na Facebooku sploh ne komuniciramo oz. vsaj ne veliko in ne besedno. Svojim najboljšim prijateljem pa redko ali nikoli ne voščimo za rojstni dan preko Facebooka, ker je tudi to način izražanja bližine v odnosu z njim, saj se gotovo vidimo na ta dan, če ne, se pa vsaj slišimo z njimi. Facebook pa nas na njihov rojstni dan kdaj opomni, kot to opažamo v opazovanju z udeležbo (26. marec 2011). To

pa potrjujejo tudi rezultati intervjujev, ko respondente vprašamo, če svojim najboljšim prijateljem preko Facebooka voščijo za rojstni dan:

»Ne, to se mi ne zdi ... njim bolj v živo. Mogoče za štos, sicer pa ne.« (Tjaša, 24 let)

»Ja, si, samo potem pa tudi pokličem. Meni je recimo ful bedno, da mi res dobra prijateljica vošči samo preko Facebooka.« (Sandra, 32 let)

Starejši in najstniki pa tudi v odnosu do najboljših prijateljev na Facebooku delno odstopajo. Za starejše velja predvsem to, da svojih najboljših prijateljev tipično sploh nimajo na Facebooku. Za najstnike pa je značilno, da kot so tudi sicer bolj odprti in bolj frekventni v javni komunikaciji preko Facebooka s svojim krogom prijateljev, so tudi v primeru najboljših prijateljev bolj pogosti v javni komunikaciji, hkrati pa je tudi zasebni del komunikacije preko Facebooka z najboljšimi prijatelji zelo intenziven:

»Ja valda si postamo z najboljšimi frendicami, z njimi največ.« (Nika, 16 let)

»Ja, chatamo na veliko, včasih sploh ne vem več, s kom se pogovarjam.« (Miha, 17 let)

4.5 Sklep

V nadaljevanju bomo bolj podrobno pogledali sklepe, ki jih lahko navežemo na izsledke analize v okviru vsake od postavljenih hipotez.

Hipotezo 1, da imamo na Facebooku več enostavnih prijateljskih vezi, kot kompleksnih, lahko z rezultati raziskave potrdimo. Hkrati lahko tudi zaključimo, da več ko ima uporabnik Facebook prijateljev, tem bolj se skupina nagiba v smer širšega kroga prijateljev. K interpretaciji tega

sklepa pa je potrebno dodati še opombo, da s tem kažemo samo na kvantitativni vidik odnosov na Facebooku, nismo pa še s tem povedali nič bistvenega o kakovosti odnosov. K bolj podrobni vsebinski debati pa prehajajmo z diskusijo, ki sledi v nadaljevanju.

Iz izsledkov raziskave, ki smo jih predstavili, lahko trditve iz hipoteze 2 le delno potrdimo. Predpostavili smo, da je za prijateljstvo na Facebooku značilna nizka stopnja zavezanosti odnosu in visoka svoboda pri odločitvi za odnos, posledično pa tudi velika fluidnost odnosov. Glede na lastnosti, ki so značilne za večjo zavezanost odnosu, lahko sklepamo, da bolj ko se bližamo področju zaupnih tem in bolj ozko ko komuniciramo na Facebooku, večji je nivo zavezanosti odnosu. Splošno gledano so odnosi na Facebooku res tipično izbrani in zavezanost odnosu je nizka. Ko pa pogledamo bolj podrobno in s kvalitativnimi pristopi k raziskovanju, ugotovimo, da je vzorec rabe in bolj intimnega razkrivanja na Facebooku v resnici veliko bolj strateški in raznolik. Pri interpretaciji moramo upoštevati nekaj pomembnih aspektov: z vsemi prijatelji na Facebooku nimamo enakega odnosa in ne komuniciramo na enak način, hkrati pa smo čedalje bolj pozorni tudi na nastavitve zasebnosti in zapiranje določenih vsebin samo za določene prijatelje oz. skupine prijateljev, s katerimi nas družijo določeni interesi, ali so nam bližji. Iz tega pa sledi, da tudi na Facebooku nismo z vsemi enako poglobljeni in zaupni. V odnosih na Facebooku obstaja velika kvalitativna raznolikost.

Odnose na Facebooku lahko označimo kot potencialno prehodnega značaja, saj so manevri za pridobivanje in umikanje Facebook prijateljev enostavni. Po drugi strani pa ugotavljamo, da se je število prijateljev pri posameznikih na Facebooku relativno ustalilo. Kljub bolj ali manj frekventnemu »čiščenju« baze prijateljev na Facebooku se osnovna baza še vedno ohrani. Njena velikost in doseg je sicer odvisna od strategije rabe Facebooka vsakega posameznika, vendar se jedro prijateljev kljub možni in tudi dejanski fluktuaciji navadno ohranja.

Hipoteza 3 pravi, da Facebook povečuje frekvenco in redne stike med prijatelji ter vzpostavlja psihološki občutek bližine med njimi. Izhajajoč iz ankete bi lahko to predpostavko glede na prevladujoče odgovore potrdili, vendar se je hkrati izkazalo tudi, da je zelo veliko tudi tistih, ki se svojim prijateljem zaradi Facebooka ne čutijo nič bolj blizu. Odgovor na to na prvi pogled nerazumljivo dvojnost v odgovorih nam pomagajo pojasniti vsebinsko bolj poglobljeni rezultati intervjujev in opazovanja z udeležbo. Bližino ali povezanost si lahko interpretiramo na dva načina: s prijatelji se lahko čutimo bolj povezane na intimnem in zaupnem področju, lahko pa se čutimo bolj blizu, ker vemo drug za drugega, kaj se nam v življenju dogaja. Prva vrsta povezanosti je rezervirana bolj za najožji krog prijateljev, ki jih na Facebooku nimamo v večini. Če pa si bližino interpretiramo na način, da smo v življenju drug drugega bolj prisotni, Facebook na tej točki po rezultatih raziskave sodeč veliko doprinese, sploh ko govorimo o širšem krogu prijateljev, in v tem primeru povečuje psihološki občutek bližine.

Z izsledki raziskave lahko potrdimo tudi predpostavke iz hipoteze 4, namreč da je za Facebook značilna močna povezanost z 'offline' življenjem in družbenim omrežjem posameznika. Prijateljski odnosi na Facebooku so v glavnem podaljšek vezi, ki so se prej vzpostavile v resničnem življenju, le redko se ljudje spoznavajo na Facebooku. Slednje je bolj tipično za mlajše in samske, ki jih način življenja in odprtost za nove stike vodi k iniciranju novih poznanstev na Facebooku. Ta so velikokrat tudi romantične narave. Za nova poznanstva preko Facebooka pri malo starejših pa je značilno, da izvirajo velikokrat tudi iz profesionalnih motivov in imajo namen večanja koristnih kontaktov na profesionalnem področju.

Odnosi na Facebooku se prepletajo z odnosi in komunikacijo 'offline', v določenih primerih jo tudi olajšajo in celo poglobijo. Nekateri posamezniki recimo zaupne teme rajši delijo v posredovani komunikaciji, z drugimi se

ne moremo srečati v živo, ker živijo v tujini in je Facebook koristno orodje za ohranjanje bolj ali manj tesnega stika. Odnos, ki se je sicer vzpostavil 'offline', pa se lahko 'online' okrepi tudi do te mere, da se od znancev premaknemo k zaupnim prijateljem. Komuniciranje preko Facebooka se prepleta z ohranjanjem odnosa 'offline', lahko pa poteka tudi samo 'online', vendar bolj redko.

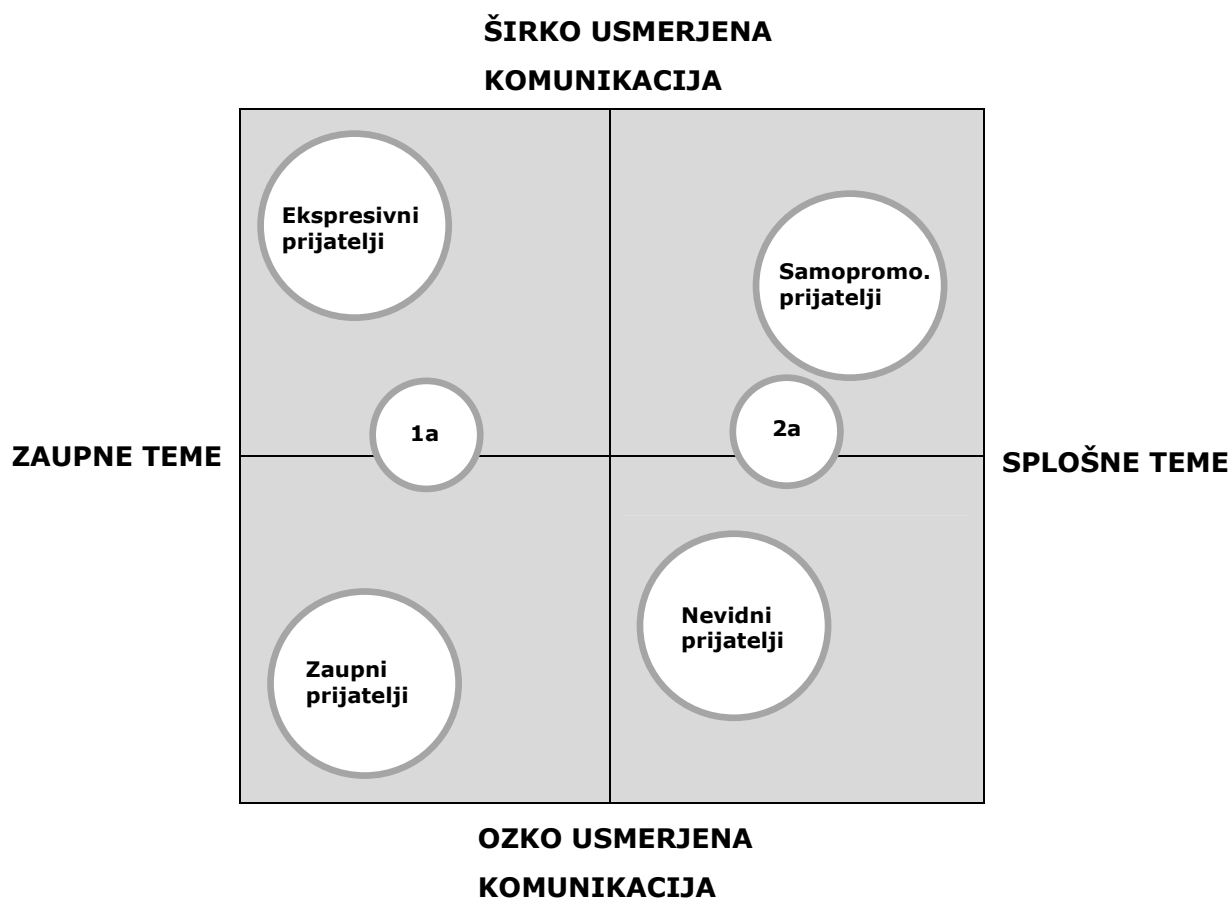
Tudi hipotezo 5 lahko z izsledki naše raziskave potrdimo. Z najboljšimi prijatelji ohranjamo najbolj tesne in najbolj pogoste stike v 'offline' življenju, Facebook pa je lahko bolj ali manj pomemben komunikacijski dodatek na siceršnje druženje in komuniciranje. Facebook je pri komuniciranju z najboljšimi prijatelji manj pomemben, kot je za komuniciranje in ohranjanje stika s širšim krogom znancev, saj se z najboljšimi prijatelji vidimo pogosto v živo in smo na vezi z njimi tudi preko ostalih komunikacijskih kanalov. Kot splošno opažanje pa lahko dodamo, da bolj ko se premikamo od znancev k najboljšim prijateljem, več komunikacije se na Facebooku umika iz javne komunikacije (statusi, komentarji, »Všeč mi je«) na bolj zasebne kanale (klepet, zasebna sporočila, zaprte skupine).

Facebook pa v primeru ohranjanja odnosa z najboljšimi prijatelji uporabljamo tudi kreativno – predvsem zasebne kanale komuniciranja - včasih pa tudi javno komunikacijo obrnemo v napol zasebno, saj je referenčno polje omejeno na razumevanje vpletenega kroga ljudi, in ne ostalih.

Kot smo že omenili v predstavitvi podatkov raziskave, je narava prijateljskih odnosov na Facebooku zelo raznolika. K sklepom, ki smo jih predstavili v okviru vsake od hipotez, dodajamo še splošni sklep. Iz rezultatov raziskovanja smo prepoznali nekaj tipičnih načinov vedenja, ko gre za nivo zaupnosti in širine javnega komuniciranja na Facebooku. Facebook uporabnike smo razvrstili v štiri tipične skupine (Slika 4.1), ki

izhajajo iz dveh kriterijev: prvi kriterij – kako zaupne teme uporabniki delijo s svojimi Facebook prijatelji; in drugi kriterij – kako intenzivno komunicirajo javno. Ta dva kriterija postavljamo kot ključna za opredelitev kategorij prijateljev na Facebooku, ki izhajajo iz rezultatov našega raziskovanja.

Slika 4.1: Kategorije prijateljev na Facebooku



Štiri predstavljene skupine so tipične kategorije, ki se jim posamezni uporabniki bolj ali manj približajo, dejansko pa se lahko nahajajo kjerkoli v katerem od štirih kvadrantov matrike.

Prva skupina so »ekspresivni prijatelji«. Zanje je značilna zelo široko usmerjena in tipično bolj pogosta javna komunikacija, večinoma relativno spontana in praviloma dokaj zaupna. Facebook prijateljev imajo

nadpovprečno veliko. Preko Facebooka so v stikih z nadpovprečno veliko ljudmi, na ta način vzpostavljajo tudi nova poznanstva oz. poglobljajo in odpirajo tista iz 'offline' srečanj. Objavljajo manj premišljeno, objave so pogoste in so ekspresivne narave, odsevajo trenutno razmišljanje, čutenje, dogajanje, itd. Tem uporabnikom je pomembno, kakšen vtis in kakšno osebno podobo gradijo na Facebooku.

V to skupino uporabnikov spadajo tipično mlajši uporabniki, predvsem najstniki, mlajši od 18 let, in tudi nekateri v starostni skupini 19-24 let. Njihova komunikacija na Facebooku je zelo pogosta, intenzivna, osebna in navidez zelo čustvena. Zelo veliko sami objavljajo in imajo nadpovprečen odziv na svoje objave, hkrati je pa format tega odziva zelo kratek in nima poglobljenega sporočila, ima značaj klepeta in je velikokrat njegov namen samo ta, da pogovor teče. Pogoste so tudi objave »zid-na-zid«. Ni nenavadno, da je pod eno objavo tudi od 50-100 komentarjev v zelo kratkem času. Uporabljajo tudi veliko emotikonov in simbolov za komuniciranje. Tipične objave in komentarji pa se glasijo:

»My heart's a stereo, it beats for u so listen close. ♥«

»Še enkat delim zto d se bote mal nasmejal ta večer :) haha«

»muaaaaaaaaaaa♥ rrrrrrr riba:*«

»Za lepoto se ne splaca trpet.«

Druga skupina so »samopromocijski prijatelji«. Zanje je značilna široko targetirana komunikacija, usmerjena bolj na grajenje določene osebne podobe, ni zaupne narave. Facebook prijateljev imajo povprečno veliko, za večino njih vedo, zakaj so jih izbrali, razmišljajo o tem, da bi morda prečistili svojo listo prijateljev, ali so to že kdaj naredili. Facebook uporabljajo kot svoj kanal za osebno promocijo, v objavah so bolj

informativni in zabavni, kot osebni, večinoma komunicirajo preko javnih objav, ki so pogoste in namenjene večini Facebook prijateljev.

Objave se tematsko po večini nanašajo na njihovo dogajanje v življenju (uspehi na profesionalnem področju, zanimive prostočasne aktivnosti, druženje s prijatelji), delijo zanimive povezave, ki kažejo na njihovo poznavanje in interese. Običajno komunicirajo v svojih javnih objavah precej dobesedno, včasih pa kakšno sporočilo zavijejo tudi malo manj neposredno, predvsem zato, da pritegnejo pozornost, manj zato, da bi res želeli samo komunicirati z ozkim krogom ljudi. Primeri objav Facebook prijateljev raziskovalke, ki spadajo tipično v to skupino:

»Plezanje prek meje za ogrevanje, potem nazaj v Slo, pa 50 min teka v klanc in po 5 min pristanek 1000 višincev niže :)«

»in petek. Ni slabo, ce pride ze na sredo. Kaj sele, ce dodas tudi ponedeljek in torek vikendu :)«

»I have waaaaaay too much stuff. #selitev«

V intervjujih so respondenti, ki spadajo v to skupino, sami priznali, da je njihov namen samopromocija in s svojimi objavami nikoli ne sporočajo zares globoko osebnih tem.

Tretjo skupino predstavljajo »zasebni prijatelji«. Zanje je značilna zelo ozko targerirana komunikacija, ki je tipično bolj zaupna in poglobljena. Facebook prijateljev imajo relativno malo, skrbno izbrane, za vse točno vedo, zakaj so jih potrdili ali povabili za prijatelje. Listo svojih Facebook prijateljev pogosto pregledujejo in jo tudi brišejo. Nastavitve zasebnosti imajo skrbno nastavljene in imajo tudi ustvarjene skupine za komuniciranje samo z določenim krogom svojih prijateljev. Nekateri med njimi pa že v izhodišču niso potrjevali vseh prijateljev in jih imajo že od začetka malo, samo tiste, s katerimi želijo biti bolj zaupni. Z javnimi

objavami komunicirajo dokaj pogosto. Včasih pa so v svojih objavah tudi posredni, ne povedo vsega naravnost. Večinoma je to zato, ker želijo na ta način dodatno zbuditi pozornost. Primeri objav mojih Facebook prijateljev, ki spadajo v to skupino:

»V času bolniške je Iki pobasal moje slušalke in jo zbrisal pod strop.
I smell revenge...«

»snegec pegec :)«

»Juhuhu, počitnice so tu!!!!!!!!!!!!!!«

Četrta skupina so »nevidni prijatelji«. Zanje je značilna ozko targetirana, redka ali neobstoječa javna komunikacija, »pasivna« uporaba Facebooka bolj v namen opazovanja. V glavnem imajo relativno malo prijateljev, zelo malo so v interakciji in sami zelo malo ali nič ne objavljajo. Najbolj pogoste so čestitke za rojstni dan, komuniciranje preko gumba »Všeč mi je« in komentarjev, kar objavijo, je običajno čisto neosebno, pogosto povedano tudi zelo posredno.

Ta skupina je sicer tudi najbolj raznolika. Med njimi so starejši, ki niso redni uporabniki Facebooka, sami pa redko objavljajo, čeprav včasih tudi bolj zaupne stvari, povezane z družino. Med njimi pa so tudi tisti mlajši, ki sicer so redni uporabniki, sami pa zelo redko objavljajo in imajo povprečno malo prijateljev. Lahko bi rekli, da so v tej skupini v večini tudi tisti, ki so manj časa na Facebooku in še niso oblikovali svoje tipične rabe Facebooka, ter tisti, ki so se odločili, da ne bodo več sodelovali z javnimi objavami (ali morda tudi nikoli niso), na Facebooku pa ostajajo. To so tisti »nevidni« uporabniki Facebooka, ki se redko pojavijo v »novicah« svojih prijateljev, ker je njihova aktivnost redka. Na takšne Facebook prijatelje včasih pozabimo.

Kot smo že omenili, so štiri predstavljene skupine samo tipične kategorije, ki se jim posamezni uporabniki bolj ali manj približajo in se lahko nahajajo kjerkoli v katerem od štirih kvadrantov matrike. Pri tem obstajajo tudi številne druge skupine, ki so bolj ali manj blizu tipičnim, ali pa so presek med njimi. Za ilustracijo navajamo dva primera skupin, ki se delno odmikajo od tipičnih skupin. Primer za uporabnike iz skupine, ki smo jih v matriki (Slika 4.1) označili z 1a, so recimo tipično mlade mame, ki komunicirajo na Facebooku dokaj intimne teme, povezane z otroki, in to z relativno širokim krogom ljudi. V prvi plan postavljajo svoje otroke, tako v statusih kot tudi v fotogalerijah slik, ki so zelo pogoste. Njihova Facebook identiteta se v veliki meri prekrije z njihovo vlogo mame. To pa delijo z večino svojih Facebook prijateljev. Tipični statusi mladih mamic se glasijo:

»Naš bo pa pilot, hehe <3«

»Pikica ima 1 leto in je takooo zrastlaaaa, iz slik sodeč ☺ ☺ ☺«

»Celo noč smo po konci, kuhamo, kašljamo, jokamo ... jej, kdaj bomo spet spali? ☹«

Primer za skupino 2a pa so recimo tisti, ki jim je Facebook sicer v prvi vrsti kanal za promocijo, delajo pa to na način, ki je zelo svojevrsten in jih, čeprav imajo na Facebook relativno veliko prijateljev, razume samo del njih. Tipičen za to skupino je recimo eden od intervjuvancev, vključenih v raziskavo, ki v glavnem komunicira preko videov, objavljenih na YouTube, preko tega pa predstavlja tako svoj glasbeni okus, kot tudi sebe kot glasbenega poznavalca, posredno pa včasih sporoča, kaj misli tisti trenutek:

»V svojih objavah na Fb največkrat delim povezave, in to je glasba. Pri meni sta zelo povezana Facebook in YouTube in to je tudi edini osebni vidik, ki ga komuniciram preko Facebooka. Načeloma ne pišem nekih osebnih dogodkih, kaj se mi je zgodilo, ker se mi zdi,

da je to čisto preveč osebna zadeva, zanimiva za nekoga, ki mu to lahko povem nekemu v živo«. (Andrej, 27 let)

Poleg obeh navedenih podskupin obstaja seveda še veliko drugih, ki so bolj ali manj številčno zastopane.

5 Zaključek

V zaključni razpravi bomo najprej povzeli sklepe, ki sledijo iz analitičnega dela pričujoče naloge. Izpostavili bomo tudi nekaj drugih vprašanj in tem, ki se jih v nalogi zaradi osredotočenosti na raziskovalno vprašanje nismo podrobno dotaknili, so pa povezana s temo raziskovanja in ponujajo pa priložnosti za nadaljnje raziskovanje.

V analitičnem delu naloge smo prišli do sklepa, da na Facebooku vzdržujemo več »enostavnih« in manj »kompleksnih prijateljskih vezi« (glej 4.4.1 *Kvantitativno prevladujoči tip Facebook prijatelja*). Vrednost Facebooka je glede na rezultate raziskave v tem, da nam omogoča povezovanje s »širšim krogom prijateljev« oz. znancev, s katerimi sicer sploh ne bi bili v stikih, ali pa bi se z njimi slišali zelo redko. Kljub temu, da ti odnosi niso zelo poglobljeni in preko Facebooka v glavnem ohranjamo »šibke vezi«, nam to daje občutek psihološke bližine z našim družbenim omrežjem, saj lahko neprestano sledimo dogajanju v življenju naših Facebook prijateljev (glej 4.4.1 *Kvantitativno prevladujoči tip Facebook prijatelja*). V nekaterih primerih lahko naredimo preko Facebooka tudi kvalitativen preskok v odnosih in svoje vezi preko Facebooka poglobimo, v večini primerov pa ostanejo ti na nivoju poznanstev. Do podobnih zaključkov so prišle tudi druge opravljene raziskave (Ellison in drugi 2007; Lewis in drugi 2008, 332; Bowe 2010, 63). Ugotovili smo tudi, da se ljudje preko Facebooka čutijo bližje svojemu družbenemu okolju, če govorimo o širšem krogu prijateljev, saj so preko Facebooka v njihovem življenju bolj prisotni (glej 4.4.3 *Percepcija bližine z družbenim omrežjem*).

Ugotovili smo tudi, da so odnosi na Facebooku tipično izbrani (glej 4.4.2.1 *Določen ali izbran odnos*) in da je zavezanost odnosu prijateljstva na Facebooku nizka (glej 4.4.2.2 *Stopnja zavezanosti odnosu*). Hkrati so ti odnosi prehodnega značaja, saj Facebook prijatelje na enostaven način

dodajamo in umikamo, če to želimo (glej *4.4.2.1 Določen ali izbran odnos*). Po drugi strani pa je zanimiva ugotovitev, da se je kljub temu število prijateljev pri posameznikih, ki so dlje časa na Facebooku, relativno ustalilo in svoje Facebook prijatelje le redko umikamo (ibid.).

Raziskave, ki so se osredotočale na spletne skupnosti in računalniško posredovano komuniciranje pred pojavom Facebooka, so se v glavnem ukvajale z odnosi, ki so se vzpostavljali in ohranjali 'online' (Ellison in drugi, 2007). Posebnost Facebooka in podobnih družbenih omrežij pa je v tem, da je identiteta njihovih članov jasna in izhaja iz 'offline' življenja (ibid.). V analitičnem delu naloge smo tako prišli do podobnega sklepa, kot druge že predhodno omenjene raziskave (Lampe in drugi 2007; Lewis in drugi 2008; Miller 2011), namreč da so prijateljski odnosi na Facebooku v glavnem podaljšek vezi, ki so se že prej vzpostavile v resničnem življenju (glej *4.4.4 Povezava z 'offline' kontekstom*). Ljudje se le redko spoznavajo na Facebooku. Pri tem so izjema mladi, ki Facebook uporabljajo bolj ekspresivno, njihovo socialno življenje v krogu vrstnikov je zelo intenzivno in za sklepanje novih poznanstev bolj pogosto uporabijo tudi Facebook.

Čeprav smo prišli do sklepa, da na Facebooku v glavnem ohranjamo »šibke vezi« iz 'offline' življenja, pa to ne pomeni, da na Facebooku nimamo svojih »bližnjih« oz. »najboljših prijateljev«. Ugotovili smo, da je Facebook v glavnem dodaten kanal za komuniciranje z najboljšimi prijatelji, sicer pa ohranjamo najbolj tesne in najbolj pogoste stike v 'offline' življenju (glej *4.4.5 Najboljši prijatelji na Facebooku*). Na to kažejo tudi posebnosti v vedenju na Facebooku, kot je recimo voščilo za rojstni dan – če je Facebook zelo priljubljen kanal, da voščimo za rojstni dan tistim svojim znancem, s katerimi sicer skoraj ali sploh ne komuniciramo, svojim najboljšim prijateljem preko Facebooka voščimo le redko ali sploh nikoli. Z najboljšimi prijatelji imamo na Facebooku netipično interakcijo, ki

se v glavnem odvija preko orodij komuniciranja na Facebooku, ki so bolj zasebne narave (klepet, zasebna sporočila, zaprte skupine).

Nekatere teme, ki smo jih obravnavali v nalogi, so zanimive tudi za bolj podrobno obravnavo. Prva izmed njih vprašanje zasebnosti v povezavi z 'online' identiteto. Definicija zasebnosti je pogosto reducirana na izgubo nadzora nad osebnimi informacijami in prav tehnološki napredek naj bi bil v jedru te problematike (Papacharissi in Gibson 2011, 79). Po drugi strani pa je prav Facebook razširil naše meje percepcije, ko govorimo o tem, kaj se nam zdi »normalno« deliti s svojim 'online' družbenim omrežjem. Ta paradoks dobro ilustrira kontroverzna situacija iz leta 2006, ko je Facebook uvedel »Novice« (»News Feed«). Funkcionalnost, ki izpisuje aktivnosti Facebook prijateljev kot skupek novic, je naprej naletela na splošne odpor javnosti, ker je bila percipirana kot kršenje nadzora nad osebnimi informacijami Facebook uporabnikov. Sprva kar množičen odpor se je razblinil v nekaj dneh, ko so uporabniki dojeli koristnost te funkcionalnosti za večji pregled in povezanost s Facebook prijatelji. V tem primeru so se naše norme prilagodile tehnološkemu napredku in to zelo hitro, ko smo kot uporabniki prepoznali njegove pozitivne vidike. Zanimiva smer za bolj podrobno analizo bi bila lahko primerjalna raziskava skozi čas, ki bi se ukvarjala z vprašanjem, koliko Facebook vpliva na premikanje meja percepcije našega zasebnega prostora. Zanimivo bi bilo tudi primerjati, koliko bolj ali manj so za to dojemljive različne generacije. Moja predpostavka bi vsekakor bila, da imajo mladi veliko bolj fleksibilno dožemanje meja zasebnosti, kot starejši.

Zasebnost in nadzor nad osebnimi informacijami sta glavni usmeritvi, ko se odločamo, kako se bomo predstavili v 'online' kontekstih. Facebook ponuja številne možnosti za izražanje in družbeno povezovanje, ta svoboda pa prihaja skupaj z odgovornostjo, da predstavimo sebe na način, ki bo koherenten za različne skupine naših Facebook prijateljev. To velja ne glede na to, ali so to naši najbližji prijatelji ali morda poslovni

partnerji ali samo bežni znanci. Marwickova in Boydova sta to raznolikost socialnih kontekstov, s katerim se soočamo v družbenih omrežjih (v njunem primeru je bil to Twitter), poimenovala kot »kolaps konteksta« (»context collapse«) (Marwick in Boyd 2011, 97). Posamezniki smo razvili številne strategije, da bi ohranili avtonomijo svoje 'online' identitete v množici različnih socialnih situacij, ki smo jim izpostavljeni na Facebooku. Nekateri se zatečejo k cenzuriraju lastnih predstavitev in objav in si pri tem predstavljajo najbolj »občutljiv« člen oz. »najmanjši skupni imenovalec« v svojem družbenem omrežju (Papacharissi in Gibson 2011, 81). Za svoje celotno družbeno omrežje oblikujejo eno samo »predstavo« (ibid.). Na drugi skrajnosti pa se uporabniki Facebooka zatekajo k »polisemičnim performansam« (»polisemic performances«), ko posredujejo različnim javnostim različne vtise o sebi in njihovo sestvo vsebuje različne pomenske plasti (ibid.). Na raznolikost strateške uporabe Facebooka smo opozorili tudi v sklepu pričujoče naloge v matriki *Kategorije prijateljev na Facebooku*, pri čemer smo sledili dvema kriterijema: kako zaupne teme uporabniki delijo s svojimi Facebook prijatelji in kako intenzivno komunicirajo javno (glej 4.5 Sklep). Pri tem smo definirali štiri tipične skupine uporabnikov in nakazali nekaj možnih podskupin. Strateška raba Facebooka se spreminja tudi s časom, tako da bi bilo zanimivo pogledati skozi časovni presek, kako so uporabniki spreminjali svoje načine rabe.

Pogosta tema raziskav, ki je povezana s samoprezentacijo na Facebooku oz. v ostalih družbenih omrežjih, je tudi koleracija med aktivnostjo uporabnikov na Facebooku in percepcijo njihovega narcisizma. Avtorji raziskav v večini primerov definirajo narcisizem kot »narcisistične poteze, ki jih izražajo uporabniki Facebooka« (McKinney in drugi 2012, 118) oz. »osebno potezo, ki se odraža v poveličevanju in napihovanju koncepta sebstva« (Buffardi in Campbell 2008, 1304). Narcisizem v tem primeru predvideva »(a) višje nivoje socialne aktivnosti v družbenih

omrežjih in (b) samopromocijsko vsebino v več vidikih predstavljanja v družbenih omrežjih« (Buffardi in Campbell 2008, 1303). Rezultati raziskav so različni. Laura Buffardi in W. Keith Campbell (2008) sta pokazala na pozitivne korelacije med uporabo Facebooka in narcisizmom in zaključila, da v družbenih omrežjih »vtis o narcisizmu posameznika temelji primarno na številu njegovih socialnih interakcij in občutku, koliko je njegova fotografija, s katero se predstavlja na Facebooku, samopromocijska in privlačna« (Buffardi in Campbell 2008, 1312). Do podobne korelacije je prišla tudi Mehdizadehjeva, ko je zaključila, da so posamezniki, ki so se izkazali za bolj »narcisistične«, bolj aktivni 'online' (Mehdizadeh 2010, 364). Nasprotno predstavljenima primeroma pa novejša raziskava, ki jo je izvedel McKinney s sodelavci, ne kaže nobenih korelacij med uporabo Facebooka in Twittra ter narcisističnimi potezami posameznika, ampak povezuje aktivno in samopromocijsko rabo družbenih omrežjih z večjo »odprtostjo« posameznika (McKinney in drugi 2012, 118). Zaključijo s tem, da je Facebook vseprisoten in bo tukaj ostal, hkrati pa opozarjajo tudi, da bi bilo danes potrebno redefinirati koncept narcisizma, saj je postalo popolnoma sprejemljivo reči 'Poglejte me!'. Takšno vedenje je po mnenju avtorjev raziskave postalo družbena norma, ne izjema (ibid.).

Vse obstoječe raziskave ostajajo na nivoju raziskovanja narcisističnega osebnostnega tipa in ne »patološkega narcisizma« kot družbenega ali kulturnega fenomena, kot ga je definiral Christopher Lasch. Patološki narcis je človek z »grandiozno percepcijo sebstva« (Lasch 1979, 39), človek z občutkom lastne večvrednosti, hkrati pa s šibko samopodobo, ki je odvisen od drugih, a se boji globljih emocionalnih vezi (ibid., 40). Patološki narcis na zunaj spoštuje pravila in predpise, hkrati pa prekrito verjame, da zanj ne veljajo (ibid., xvi). Facebook, za katerega smo odkrili, da sicer omogoča zelo raznolike rabe, v večji meri vseeno podpira ohranjanje instantnih šibkih vezi s širokim socialnim krogom in spodbuja komunikacijo, ki je površinska, usmerjena v upravljanje z vtisi in ne zares

čustveno poglobljena. Zanimivo raziskovalno smer za poglobljeno analizo bi predstavljalo vprašanje, v kakšni meri Facebook omogoča ohranjanje patološkega narcizma kot družbenega ali kulturnega fenomena. Analize te korelacije nisem odkrila še v nobeni od obstoječih raziskav.

Poleg vsega že naštetega pa je patološki narcis tudi idealen potrošnik, saj zahteva takojšnjo zadovoljitev potreb, hkrati pa živi neprestano v stanju nezadovoljenih želja (Lasch 1979, xvi). Oglaševanje je tisto, ki »'izobražuje' množice k nikoli zadovoljenemu apetitu, ne samo za dobrine, ampak tudi za nove izkušnje in osebno izpopolnitev« (ibid., 72). Facebookov poslovni model, ki posredno omogoča obstoj družbenega omrežja, temelji ravno na targetiranem oglaševanju izdelkov in storitev uporabnikom. Možnosti oglaševanja Facebook neprestano nadgrajuje in izboljšuje, da bi bile čim bolj konkurenčne ostalim digitalnim in 'offline' kanalom. Hkrati pa imajo podjetja, izdelki, storitve ali blagovne znamke na Facebooku svoje »produktne strani«, ki so zelo podobne profilnim stranem uporabnikov. Vse novice, ki jih podjetja in organizacije objavljajo na svojih straneh, se izpisujejo med novicami Facebook prijateljev, ki jih ima posameznik. Lahko bi rekli, da na ta način Facebook izenačuje status izdelkov in storitev s statusom »prijateljev« na Facebooku. Bolj podrobne analize odnosa uporabnikov Facebook do oglaševanja na tem družbenem omrežju v pričujoči nalogi nisem izvedla, sem pa vključila v anketni vprašalnik dve vprašanji na to temo. Respondenti so kot najpogostejši razlog, da uporabniki kliknejo »Všeč mi je« za Facebook stran podjetja, izdelka ali blagovne znamke, so respondenti navedli, da jim je »podjetje, izdelek ali blagovna znamka všeč« (52,7 odstotkov respondentov) ali da »hočejo biti o njem/njej informirani« (21,6 odstotkov respondentov). Hkrati pa odgovarjajo tudi, da jih večino sploh ne moti, da se novice s strani podjetij, izdelkov ali blagovnih znamk, za katere so kliknili »Všeč mi je«, kažejo skupaj z novicami njihovih prijateljev (tako odgovarja 46,9 odstotkov respondentov). Na to temo obstaja sicer veliko raziskav s

področja ekonomije in marketinga, veliko manj interesa pa kaže ta trenutek za to družboslovje. Zanimivo raziskovalno smer za poglobitev te teme bi predstavljalo vprašanje relacije uporabe Facebooka in načinov spodbujanja potrošniške kulture.

Doslej smo predstavili zaključke magistrske naloge in možne smeri nadaljnjega raziskovalnega dela, potrebno pa je omeniti tudi omejitve, s katerim sem se srečala pri pisanju te naloge. Kot največjo omejitev relevantnosti naloge in predstavljenih podatkov vidim časovno dimenzijo. Na internetu na sploh, pa tudi na Facebooku, se stvari odvijajo izredno hitro. Raziskavo sem izvajala v letu 2011 in če v tem trenutku pogledam dogajanje na Facebooku, bi z novo raziskavo gotovo zaznali določene premike v rabi. Kljub temu pa menim, da te spremembe niso tako korenite, da bi lahko omajale veljavnost pričujočega dela.

Facebook je v letu 2012 dosegel starost osem let. Počasi postaja samoumeven del našega vsakdanjega življenja. Vprašanje, »A si na Facebooku?«, danes pogosto zamenja vprašanje, »Kako, da te ni na Facebooku?«. Čisto za konec bi se bilo zanimivo zamisliti, kaj se bo dogajalo s Facebookom v prihodnje. Glede na pretekle izkušnje, kako so se razvijala in »dozorela« družbena omrežja, bi lahko predvidevali, da bo Facebook počasi postal »star«. Ohranil bo svojo obstoječo bazo uporabnikov, mladi pa bodo odkrili nove načini povezovanja v 'online' svetu. Pri tem pa bodo v ospredju »mobilna« družbena omrežja. Temu razmišljanju pa ta trenutek lahko rečemo samo eden mnogih možnih scenarijev.

6 Literatura

1. Abrahams, Ray. 1999. Friends and networks as survival strategies in North-East Europe. V: *The Anthropology of Friendship*, ur. Sandra Bell in Simon Coleman, 155-168. Oxford: Berg.
2. Adams, Rebecca G., Graham Allan, ur. 1998a. *Placing Friendship in Context*. Cambridge: Cambridge University Press.
3. --- 1998b. Contextualizing friendship. V: *Placing Friendship in Context*, ur. Rebecca G. Adams in Graham Allan, 1-18. Cambridge: Cambridge University Press.
4. Adams, Rebecca G. 1998. The Demise of territorial determinism: online friendships. V: *Placing Friendship in Context*, ur. Rebecca G. Adams in Graham Allan, 153-183. Cambridge: Cambridge University Press.
5. Agre, Philip E. 1999. *Life after cyberspace*. Dostopno prek: <http://www.easst.net/review/sept1999/agre> (25. december 2010).
6. Aguillar, Mario I. 1999. Localized Kin and Globalized Friends: Religious Modernity and the »Educated Self« in East Africa. V: *The Anthropology of Friendship*, ur. Sandra Bell in Simon Coleman, 169-184. Oxford: Berg.
7. Allan, Graham. 1989. *Friendship: Developing a Sociological Perspective*. London: Harvester Wheatsheaf.
8. --- 1996. *Kinship and Friendship in Modern Britain*. Oxford: Oxford University Press.
9. --- 1998. Friendship and the private sphere. V: *Placing Friendship in Context*, ur. Rebecca G. Adams in Graham Allan, 71-91. Cambridge: Cambridge University Press.
10. Allan, Graham in Rebecca G. Adams. 1998. Reflections on context. V: *Placing Friendship in Context*, ur. Rebecca G. Adams in Graham Allan, 183-194. Cambridge: Cambridge University Press.
11. Amit, Vered, ur. 1999. *Constructiong the Field: Etnographic Fieldwork in the Contemporary World*. London: Routledge.

12. Amit, Vered in Nigel Rapport. 2002. *The Trouble with Community: Anthropological Reflections on Movement, Identity and Collectivity*. London: Pluto Press.
13. Anderson, Johnatan in Frank Stajano. 2008. *Not That Kind of Friend: Misleading Divergences Between Online Social Networks and Real-World Social Protocols*. Dostopno prek: <http://www.cl.cam.ac.uk/~fms27/papers/2009-AndersonStajano-divergences.pdf> (15. november 2011).
14. Anderson, Benedict. 1983. *Imagined Communities*. London: Verso.
15. Ardevol, Elisenda. 2005. *Cyberculture: Anthropological perspectives of the Internet*. Dostopno na: http://www.media-anthropology.net/lboro_ardevol.pdf (27. november 2011).
16. Aristotel. 2002. *Nikomahova etika*. Ljubljana: Slovenska matica
17. Auge. M. 1995. *Non-Places: An Introduction to an Anthropology of Supermodernity*. London: Verso.
18. Bakardijeva, Maria. 2003. Virtual Togetherness. An Everyday-Life Perspective. V: *Media, Culture & Society* 25 (3): 291-313.
19. --- 2005. *Internet Society: The Internet in Everyday Life*. London: Sage.
20. Barfield, Thomas, ur. 2005. *The Dictionnary of Anthropology*. London: Blackwell Publishing.
21. Barnard, Alan in Johnatan Spencer, ur. 2002. *Encyclopedia of Social and Cultural Anthropology*. London: Routledge.
22. Bauman, Zygmunt. 2000. *Liquid Modernitiy*. Cambridge: Polity Press.
23. --- 2001. *Community: Seeking Safety in an Insecure World*. Oxford: Blackwell Publishing.
24. Baxter, Leslie A. 1987. Symbols of relationship identity in relationship cultures. V: *Journal of Social and Personal Relationships* 4 (3): 261-280.
25. Baym, Nancy K. 1995. The emergence of community in computer-mediated communication. V: *CyberSociety: Computer-Mediated*

- Communication and Community*, ur. Steven G. Jones, 138-163. Thousand Oaks: Sage Publications.
26. Beaulieu, Anne in Elena Simakova. 2006. *Textured Connectivity: an ethnographic approach to understanding the timescape of hyperlinks*. Dostopno prek: <http://cybermetrics.cindoc.csic.es/articles/v10i1p5.html> (5. november 2011).
27. Beaulieu, Anne. 2004. Mediating Ethnography: Objectivity and the Making of Ethnographies of the Internet. V: *Social Epistemology* 18 (2-3): 139-163.
28. Bell, Sandra in Simon Coleman, ur. 1999. *The Anthropology of Friendship*. Oxford: Berg.
29. --- 1999. The Anthropology of Friendship: Enduring Themes and Future Possibilities. V: *The Anthropology of Friendship*, ur. Bell, Sandra in Simon Coleman, 1-19. Oxford: Berg.
30. Bell, David. 2007. Webs as Pegs. V: *The Cybercultures Reader*, ur. David Bell in Barbara M. Kennedy, 254-262. London: Routledge.
31. Bernard, H. Russel. 2006. *Research Methods in Anthropology: Qualitative and Quantitative Approaches*. Oxford: AltaMira Press.
32. Bellah, Robert, ur. (1985) 2008. *Habits of the hearth: individualism and commitment in American life*. Berkeley: University of California Press.
33. Bethlehem, Jelke in Silvia Biffignandi. 2012. *Wiley Handbook of Web Surveys*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
34. Bijker, Wiebe. 1997. *Of Bicycles, Bakelites, and Bulbs: Toward a Theory of Sociotechnical Change*. London: The MIT Press.
35. Boase, Jeffrey. 2008. Personal Networks and the Personal Communication System. V: *Information, Communication and Society* 11 (4): 490-508. New York & London: Routledge.
36. Boellstroff, Tom. 2008. *Coming of Age in Second Life*. Princeton: Princeton University Press.

37. Borneo, Nis in Louise Barkhuus. 2011. *Privacy Management in a Connected World: Students Perception of Facebook Privacy Settings*. Dostopno prek: http://pal.ist.psu.edu/cscw2011cpp/Nis_Borneo_0226.pdf (5. november 2011).
38. Bourdieu, Pierre. 1972. Les Strategies Matrimoniales dans le Systeme de Reproduction. V: *Annales* 27 (4-5): 1105-1127.
39. Boyd, Danah. 2007. *Choose Your Own Ethnography: In Search of (Un)Mediated Life*. Dostopno prek: <http://www.danah.org/papers/talks/4S2007.html> (5. november 2011).
40. --- 2010. Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications. V: *Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*, ur. Zizi Papacharissi, 39-58. London: Routledge.
41. Budka, Philipp in Manfred Kremser. 2004. CyberAnthropology - Anthropology of CyberCulture. V: *Contemporary Issues in Socio-Cultural Anthropology. Perspectives and Research Activities from Austria*, ur. Stefan Khittel, Barbara Plankensteiner in Maria Six-Hohenbalken, 213-226. Wien: Loecker Verlag.
42. Budka, Phillip. 2011. *From Cyber to Digital Anthropology to an Anthropology of the Contemporary?* Dostopno prek: http://www.media-anthropology.net/file/budka_contemporary.pdf (2. februar 2012).
43. Bulgurcu, Burcu, Hasan Cavusoglu in Izak Benbasat. 2010. *Understanding Emergence and Outcomes of Information Privacy Concerns: a Case of Facebook*. Dostopno prek: http://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1224&context=icis2010_submissions (2. februar 2012).
44. Buffardi, Laura E. in W. Keith Campbell. 2008. Narcissism and Social Networking Web Sites. V: *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34 (10): 1303-1314.

45. Burgess, Robert G. 1984. *In the field: an introduction to field research*. New York: Routledge.
46. Burnett, Robert in P. David Marshal. 2003. *Web Theory: An Introduction*. London: Routledge.
47. Carrier, James G. 1991. Gifts, Commodities and Social Relations: A Maussian View of Exchange. V: *Sociological Forum* 6 (1): 119-136.
48. --- 1995. *Gifts and Commodities: Exchange and Western Capitalism since 1700*. London: Routledge.
49. --- 1999. People Who Can Be Friends: Selves and Social Relationships. V: *The Anthropology of Friendship*, ur. Bell, Sandra. in Simon Coleman, 21-38. Oxford: Berg.
50. Carter, Denise. 2004. New Locations: The Virtual City. V: *Anthropology Matters Journal* 6 (1): 1-8.
51. --- 2005. Living in Virtual Communities: An Ethnography of Human Relationships in Cyberspace. V: *Journal of Information, Communication and Society* 8 (2): 148-167.
52. Castells, Manuel. 1996. *The Rise of the Network Society, The Information Age: Economy, Society and Culture Vol. I*. Cambridge, MA; Oxford, UK: Blackwell.
53. --- 1997. *The Power of Identity, The Information Age: Economy, Society and Culture Vol. II*. Cambridge, MA; Oxford, UK: Blackwell.
54. --- 1998. *End of Millennium, The Information Age: Economy, Society and Culture Vol. III*. Cambridge, MA; Oxford, UK: Blackwell.
55. --- 2001. *The Internet Galaxy, Reflections on the Internet, Business and Society*. Oxford: Oxford University Press.
56. Castells, Manuel, Mireia Fernandez-Ardevol, Jack Linchuan Qiu, in Araba Sey. 2007. *Mobile communication and society*. Cambridge, MA: MIT Press.
57. Clifford, James in George E. Marcus, ur. 1986. *Writing Culture: The Poetics and Politics of Ethnography*. Berkley: University of California Press.

58. Cordeiro, Paula. 2011. *How Can You Not be on Facebook?! A Digital Ethnographic Exploratory Study of Portuguese Users*. Dostopno prek: <http://www.aaii.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM11/paper/download/3840/4383> (2. november 2011).
59. De Tocqueville, Alexis. (1835) 2003. *Democracy in America and two essays on America*. London: Penguin Books.
60. Donath, Judith S. 1999. Identity and deception in the virtual community. V: *Communities in Cyberspace*, ur. Peter Kollock in Marc Smith, 29-59. New York: Routledge.
61. Du Bois, Cora. 1974. The Gratuitous Act: An Introduction to the Comparative Study of Friendship Patterns. V: *The Compact: Selected Dimensions of Friendship*, ur. Elliot Leyton, 15-32. Toronoto: University of Toronto Press.
62. Du Gay, Paul, Stuart Hall, Linda Janes, Hugh Mackay in Keith Negus. 2003. *Doing Cultural Studies: The Story of the Sony Walkman*. London: Sage Publications.
63. Durkheim, Emil. (1893) 1984. *The Division of Labor in Society*. New York: Palgrave.
64. Durrenberger, E. Paul. in Gisli Palsson. 1999. The Importance of Friendship in the Absence of States, According to the Islandic Sagas. V: *The Anthropology of Friendship*, ur. Sandra Bell in Simon Coleman, 59-78. Oxford: Berg.
65. Ellison, Nicole. B., Charles Steinfield in Cliff Lampe. 2007. *The benefits of Facebook "friends:" Social capital and college students' use of online social network sites*. Dostopno prek: <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html> (25. december 2010).
66. --- 2010. Connection strategies: Social capital implications of Facebook-enabled communication practices. V: *New Media & Society*, 20 (13): 873-892.

67. Escobar, Arturo. 1994. Welcome to Cyberia. Notes on the Anthropology of Cyberculture. V: *Current Anthropology* 35 (3): 211-231.
68. Fabian, Johannes. 2002. Virtual archives and ethnographic writing: "Commentary" as a new genre? V: *Current Anthropology* 43 (5): 775-786.
69. *Facebook Fact Sheet*. Dostopno prek: <http://newsroom.fb.com/content/default.aspx?NewsAreaId=22> (3. marec 2012).
70. Feld, Scott in William C. Carter. 1998. Foci of activity as changing contexts for friendship. V: *Placing Friendship in Context*, ur. Rebecca G. Adams in Graham Allan, 136–152. Cambridge: Cambridge University Press.
71. Fernback, Jan. 1999. There is there. Notes towards definition of cybercommunity. V: *Doing Internet Research*, ur. Steven G. Jones, 203-220. London: Sage.
72. Fielding, Nigel, Raymond M. Lee in Grant Blank, ur. 2008. *Online Research Methods*. Los Angeles: Sage Publications.
73. Fiore, Quentin in Marshal McLuhan. 1967. *The Medium is the Message*. London/ New York/ Toronto: Bantam Books.
74. Firth, Raymond. 1999. Preface. V: *The Anthropology of Friendship*, ur. Sandra Bell in Simon Coleman, xiii–xv. Oxford: Berg.
75. Fuchs, Christian. 2008. *Internet and Society: Social Theory in the Information Age*. London: Routledge.
76. Gauntlett, David. 2002. *Media, Gender and Identity: An Introduction*. London: Routledge.
77. --- 2007. *Creative Explorations: New approaches to identities and audiences*. New York: Routledge.
78. Gauntlett, David in Ross Horsley. 2004. *Web.Studies*. London: Arnold.
79. Geertz, Clifford. 1973. *The Interpretation of Cultures*. New York: Basic Books.

80. Giddens, Anthony. 1991. *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Stanford: Stanford University Press.
81. --- 1999. *Runaway World: How Globalization is Reshaping Our Lives*. London: Routledge.
82. --- 2000. *Preobrazba intimnosti: spolnost, ljubezen in erotika v sodobnih družbah*. Ljubljana: Založba *cf.
83. Goffman, Erving. 1959. *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Anchor Books.
84. Gomez, Edgar, Elisenda Ardevol in Adolfo Estatalella. 2007. *Playful embodiment and identity performance on the Internet*. Dostopno prek: <http://digithum.uoc.edu/ojs/index.php/digithum/article/viewDownloadInterstitial/n13-mediaccions/n13-mediaccions-eng> (25. december 2010).
85. Gupta, Akhil in James Ferguson, ur. 1997. *Anthropological Locations*. Berkley: University of California Press.
86. Hakken, David. 1999. *Cyborgs@Cyberspace. An Ethnographer Looks to the Future*. New York & London: Routledge.
87. Haraway, Dona. 1991. *Opice, kiborgi in ženske*. Ljubljana: ŠOU – Študentska založba.
88. Hine, Christine. 2003. *Virtual Ethnography*. New York: Sage Publications.
89. Hine, Christine, ur. 2006. *Virtual Methods*. New York: Berg Publishers.
90. Hine, Christine. 2008. Virtual Ethnography: Modes, Varieties, Affordances. V: *Online Research Methods*, ur. Nigel Fielding, Raymond M. Lee in Grant Blank, 257-270. Los Angeles: Sage Publications.
91. Horst, Heather A. 2010. From MySpace to Facebook: Coming of Age in Networked Public Culture. V: *Hanging Out, Messing Around, and Geeking Out*, ur. Mizuko Ito, 92-116. Cambridge: MIT.
92. Howard, Philip N. in Steven G. Jones, ur. 2004. *Society Online*. London: Sage Publications.

93. Ito, Mizuko. 1999. *Network Localities: Identity, Place, and Digital Media*. Dostopno prek:
<http://www.itofisher.com/PEOPLE/mito/locality.pdf> (25. december 2010).
94. Jenkins, Richard. 1996. *Social identity*. London: Routledge.
95. Johns, Mark D., Shing-Ling Sarina Chen in G. Jon Hall. 2004. *Online Social Research: Methods, Issues, & Ethics*. New York: Peter Lang Publishing, Ltd.
96. Jones, Steven G., ur. 1995. *Cybersociety: Computer-Mediated Communication and Society*. Thousand Oaks: Sage Publications.
97. Jones, Steven G., ur. 1999. *Doing Internet Research: Critical Issues and Methods for Examining the Net*. New York: Sage Publications, Inc.
98. --- 2004a. Contexting the Network. V: *Society Online*, ur. Howard, Philip N. in Steven G. Jones, 325-335. London: Sage Publications.
99. ---2004b. Introduction: Ethics and Internet Studies. V: *Online Social Research: Methods, Issues, & Ethics*, ur. Mark D. Johns, Shing-Ling Sarina Chen in G. Jon Hall, 179-186. New York: Peter Lang Publishing, Ltd.
100. Jones, Rachel in Martin Ortlieb. 2006. Online Place and Person-Making: Matters of the Heart and Self-Expression. V: *EPIC 2006 (1)*: 214-228.
101. Kim, Hyo, Wang Jae Kim, Han Woo Park in Ronald Rice. 2007. *Configurations of Relationships in Different Media*. Dostopno prek:
<http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/kim.html> (25. december 2010).
102. Kitchin, R. 1998. *Cyberspace: The world in the wires*. Chichester: Wiley.
103. Kollock, Peter in Marc Smith, ur. 1999. *Communities in Cyberspace*. New York: Routledge.
104. Kollock, Peter. 1999. The economies of online cooperation: Gifts and public goods in cyberspace. V: *Communities in Cyberspace*, ur. Peter Kollock in Marc Smith, 221-243. New York: Routledge.

105. Krappman, Lothar. 1996. Amicitia, Drubjba, Shin-ya, Philia, Freundschaft, Friendship: On the Cultural Diversity of a Human Relationship. V: *The company they keep: Friendship in childhood and adolescence*, ur. William M. Bukowski, Andrew F. Newcomb in Willard W. Hartup, 19-40. New York: Cambridge University Press.
106. Lampe, Cliff, Nicole Ellison in Charles Steinfield. 2007. *A Familiar Face(book): Profile Elements as Signals in an Online Social Network*. Dostopno prek: https://www.msu.edu/~nellison/lampe_et_al_2007.pdf (2. november 2011).
107. Lange, Patricia G. 2007. Searching for the 'You' in 'YouTube': An Analysis of Online Response Ability. V: *EPIC 2006 (1)*: 36-50.
108. Lasch, Christopher. 1979. *The Culture of Narcissim*. New York: W.W. Norton and Co.
109. Latour, Bruno. 1999. *Pandora's hope: essays on the reality of science studies*. Cambridge Mass.: Harvard University Press.
110. Lea, Martin in Rusell Spears. 1991. Computer-mediated communication, de-individuation and group decision-making. V: *International Journal of Man Machine Studies* 34 (2): 283-301.
111. --- 1995. Love at first byte? Building personal relationships over computer networks. V: *Understudied relationships: Off the beaten track*, ur. Julia T. Wood in Steve Duck, 197-233. Newbury Park: Sage.
112. Legard, Robin, Jill Keegan in Kit Ward. 2003. In-dept interviews. V: *Qualitative Research Practice: A Guide for Social Science Students and Researchers*, ur. Jane Ritchie in Jane Lewis, 138-169. London: Sage Publications Ltd.
113. LeValley, Janet. 1997. Doing It in Cyberspace: Cultural Sensitivity. V: *Applied Anthropology. Anthropology of Consciousness* 8 (4):113-132.
114. Levy, Pierre. 1998. *Becoming Virtual: Reality in the Digital Age*. New York: Basic Books.
115. --- 1999. *Collective Intelligence*. Cambridge, MA: Perseus Books.

116. --- 2001. *Cyberculture*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
117. Lewis, Kevin, Jason Kaufman, Marco Gonzalez, Andreas Wimmerb in Nicholas Christaki. 2008. *Tastes, ties, and time: A new social network dataset using Facebook.com*. Dostopno prek: <http://www.wjh.harvard.edu/~kmlewis/t3.pdf> (2. november 2011).
118. *List of Social Networking Websites*. Dostopno prek: http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_social_networking_websites (12. februar 2012).
119. *List of Virtual Communities*. Dostopno prek: http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_virtual_communities (12. februar 2012).
120. Lohmeier, Christine. 2009. *Disclosing the Ethnographic Self*. Dostopno prek: <http://journal.media-culture.org.au/index.php/mcjournal/article/viewArticle/195> (5. november 2011).
121. Mackey, Hugh. 2006. New Connections, Familiar Settings: Issues in the Ethnographic Study of New Media Use at Home. V: *Virtual Methods*, ur. Hine, Christine, 171-181. New York: Berg Publishers.
122. Mann, Chris in Stewart, Fiona. 2000. *Internet Communication and Qualitative Research: A Handbook for Researching Online*. New York: Sage Publications Ltd.
123. Marin, Alexandra in Barry Wellman. 2010. Social Network Analysis: An Introduction. V: *Handbook od Social Network Analysis*, ur. Peter Carrington in John Scott, 5-20. London: Sage.
124. Markham, Annette. N. 2004a. The Internet as research context. V: *Qualitative research practice*, ur. Clive Seale, Giampietro Gobo, Jaber F. Gubrium in David Silverman, 328-344. London: Sage.
125. --- 2004b. Representation in Online Ethnographies: A Matter of Context Sensitivity. V: *Online Social Research: Methods, Issues, & Ethics*, ur. Mark D. Johns, Shing-Ling Sarina Chen in G. Jon Hall, 141-156. New York: Peter Lang Publishing, Ltd.

126. Marks, Stephen R. 1998. The gendered contexts of inclusive intimacy: The Hawthorne women at work and home. V: *Placing Friendship in Context*, ur. Rebecca G. Adams in Graham Allan, 43-70. Cambridge: Cambridge University Press.
127. Marwick, Alice in Danah Boyd. 2011. I Tweet Honestly, I Tweet Passionately: Twitter Users, Context Collapse, and the Imagined Audience. V: *New Media and Society*, 13 (10): 96-113.
128. Mauss, Marcel. 1985. A Category of the Human Mind: The Notion of the Person; the Notion of the Self. V: *The Category of the Person*, ur. Michael Carrithers, Steven Collins in Steven Lukes, 1-25. Cambridge: Cambridge University Press.
129. --- 1996. *Esej o daru in drugi spisi*. Ljubljana: ŠKUC: Znanstveni inštitut Filozofske fakultete.
130. McKinney, Bruce, Lynne Kelly in Robert L. Duran. 2012. Narcissism or Openness?: College Students' Use of Facebook and Twitter. V: *Communication Research Reports* 29 (2): 108-118.
131. McClard, Anne in Ken Anderson. 2008. *Focus on Facebook: Who Are We Anyway?* Dostopno prek: <http://www.aaanet.org/issues/antronews/upload/49-3-McClard-and-Anderson-In-Focus.pdf> (1. november 2011).
132. McLuhan, Marshal. 1964. *Understanding Media*. New York: McGraw-Hill.
133. Mehdizadeh, Soraya. 2010. Self-presentation 2.0: narcissism and self-esteem on Facebook. V: *CyberPsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(4): 357-364.
134. Mendelson, Andrew L. in Zizi Papacharissi. 2010. Look at us: Collective Narcissism in College Student Facebook Photo Galleries. V: *The Networked Self: Identity, Community and Culture on Social Network Sites*, ur. Zizi Papacharissi, 251-273. London: Routledge.
135. Meyrowitz, Joshua. 1985. *No Sense of Place*. Oxford: Oxford University Press.

136. Miller, Daniel in Don Slater. 2000. *The Internet. An Ethnographic Approach*. Oxford: Berg Publishers.
137. --- 2003. Ethnography and the Extreme Internet. V: *Globalisation. Studies in Anthropology*, ur. Thomas Hylland Eriksen, 39-57. London: Pluto Press.
138. --- 2011. *Tales from Facebook*. Cambridge: Polity Press.
139. Mod, Greg Bowe B.A. 2010. Reading Romance: The Impact Facebook Rituals Can Have on a Romantic Relationship. V: *Journal of Comparative Research in Anthropology and Sociology* 1 (2): 61-77.
140. *Na Facebooku skoraj že vsak drugi slovenski uporabnik interneta*. Dostopno prek: <http://www.kratkocasnik.com/blog/2010/01/na-facebooku-ze-skoraj-vsak-drugi-slovenski-uporabnik-interneta/> (7. november 2011).
141. Nafus, Dawn, Roger de Paula in Ken Anderson. 2007. Abstract 2.0: If We Are All Shouting, Is There Anyone Left To Listen? V: *EPIC 2006* (1): 66-77.
142. Oblak, Tanja in Gregor Petrič. 2005. *Splet kot medij in mediji na spletu*. Ljubljana: FDV.
143. O'Connor, Pat. 1989. Women's Friendships in the post-modern world. V: *Placing Friendship in Context*, ur. Rebecca G. Adams in Graham Allan, 117-135. Cambridge: Cambridge University Press.
144. *Oglašujte na Facebooku*. Dostopno prek: <http://www.facebook.com/ads/create/> (15. september 2011).
145. Oliker, Stacey J. 1989. *Best friends and marriage: exchange among women*. Berkley: University of California Press.
146. --- 1998. The modernisation of friendship: individualism, intimacy, and gender in the nineteenth century. V: *Placing Friendship in Context*, ur. Rebecca G. Adams in Graham Allan, 18-42. Cambridge: Cambridge University Press.

147. O'Reilly, Tim. 2005. *What Is Web 2.0*. Dostopno prek:
<http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html> (25. december 2010).
148. Pahl, Ray. 2000. *On Friendship*. Cambridge: Polity Press.
149. Paine, Robert. 1969. In search for friendship: an exploratory analysis in »middleclass« culture. V: *Man* 4 (4): 505–524.
150. --- 1999. Friendship; The Hazards of an Ideal Relationship. V: *The Anthropology of Friendship*, ur. Bell, S. in Simon Coleman, 39–58. Oxford: Berg.
151. Papacharissi, Zizi in Paige L. Gibson. 2011. Fifteen Minutes of Privacy: Privacy, Sociality, and Publicity on Social Network Sites. V: *Privacy Online*, ur. Sabine Trepte in Leonard Reinecke, 75–89. Berlin: Springer-Verlag.
152. Park, H. W. in Mike Thelwall. 2006. The Network Approach to Web Hyperlink Research and its Utility for Science Communication. V: *Virtual Methods*, ur. Hine, Christine, 171–181. New York: Berg Publishers.
153. Parks, Malcom R. in Kory Floyd. 1996. Making friends in cyberspace. V: *Journal of Communication* 46 (1): 80–97.
154. Parks, Malcom R. 2010. Social Network Sites a Virtual Communities. V: *The Networked Self: Identity, Community and Culture on Social Network Sites*, ur. Zizi Papacharissi, 105–123. London: Routledge.
155. Parry, Jonathan. 1986. The Gift, The Indian Gift and »The Indian Gift«. V: *Man* 21 (3): 453–473.
156. Pfaffenberg, Bryan. 1988. *The Social Meaning of the Personal Computer*. V: *Anthropological Quarterly* 61 (1): 39–47.
157. Pitt-Rivers, Julian. 1973. The Kith and the Kin. V: *The Character of Kinship*, ur. Jack Goody, 89–105. Cambridge: Cambridge University Press.
158. Porter, David. 1997. *Internet Culture*. London: Routledge.

159. Putnam, Robert D. 2000. *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon & Schuster.
160. Rapport, Nigel. 1999. The »Bones« of Friendship: Playing Dominoes with Arthur of an Evening in the Eagle Pub. V: *The Anthropology of Friendship*, ur. Sandra Bell in Simon Coleman, 99-117. Oxford: Berg.
161. Rawlins, William K. 1992. *Friendship Matters: Communication, Dialectics, and the Life Course*. Hawthorne: Aldine de Gruyter.
162. Reed-Danahay, Deborah. 1999. Friendship, Kinship and the Life Course in Rural Auvergne. V: *The Anthropology of Friendship*, ur. Sandra Bell in Simon Coleman, 119-136. Oxford: Berg.
163. Reid, Elisabeth. 1994. *Cultural formations in text-based virtual realities*. Dostopno prek: <http://www.zacha.net/articles/reid.html> (25. december 2010).
164. --- 1999. Hierachy and Power: Social control in cyberspace. V: *Communities in Cyberspace*, ur. Peter Kollock in Marc Smith, 107-134. New York: Routledge.
165. Rezende, Claudia, B. 1999. Building Affinity through Friendship. V: *The Anthropology of Friendship*, ur. Sandra Bell. in Simon Coleman, 79-98. Oxford: Berg.
166. --- 2007. *Gifts of food: sociability and friendship among English middle class people*. Dostopno prek: http://www.vibrant.org.br/downloads/v4n2_rezende.pdf (15. november 2011).
167. Rheingold, Howard. 2000. *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. Cambridge: The MIT Press.
168. --- 2002. *Smart Mobs*. Cambridge: Perseus Publishing.
169. Ritchie, Jane in Jane Lewis, ur. 2003. *Qualitative Research Practice: A Guide for Social Science Students and Researchers*. London: Sage Publications Ltd.
170. Roberts, John in Gary Chick. 1987. Human Views of Machines: Expression and Machine Shop Syncretism. V: *Technology and Social*

- Change*, ur. Russell Bernard in Pertti Pelto, 301-327, 377-393. Prospect Heights, IL: Waveland Press.
171. Ryan, Jennifer Anne. 2008. *The Virtual Campfire: An Ethnography of Online Social Networking*. Dostopno prek: <http://thevirtualcampfire.org/thevirtualcampfiresm.pdf> (25. december 2010).
172. Sade-Beck, Liav. 2004. *Internet ethnography: Online and offline*. Dostopno prek: http://www.ualberta.ca/~iiqm/backissues/3_2/pdf/sadebeck.pdf (7. november 2011).
173. Schaap, Frank. 2001. *The Words that Took us There: Ethnography in a Virtual Reality*. Amsterdam: Aksant Academic Publishers.
174. Seymour-Smith, Charlotte. 1986. *Macmillan Dictionary of Anthropology*. London: Macmillan Press Ltd.
175. Silver, Allan. 1989. Friendship and Trust as Moral Ideals: An Historical Approach. V: *European Journal of Sociology* 30: 274-297.
176. --- 1990. Friendship in Commercial Society: Eighteenth Century Social Theory and Modern Sociology. V: *American Journal of Sociology*, 95 (1990): 1474-1504.
177. Simmel, Georg. (1908) 2009. *Sociology: Inquiries Into the Construction of Social Forms*. Boston: Brill.
178. Slevin, James. 2000. *The Internet and Society*. Cambridge: Polity Press.
179. *Slovenia Facebook statistics*. Dostopno prek: <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/slovenia> (7. november 2011).
180. Smart, Alan. 1999. Expressions of Interest: Friendship and guanxi in Chinese Societies. V: *The Anthropology of Friendship*, ur. Sandra Bell in Simon Coleman, 119-136. Oxford: Berg.
181. Sohn, Dongyoung. 2008. *Social Network structures and the Internet: Collective Dynamics in Virtual Communities*. New York: Cambria Press.

182. Spencer, Liz in Ray Pahl. 2006. *Rethinking Friendship: Hidden Solidarities Today*. Oxfordshire: Princeton University Press.
183. Sproull, Lee in Sara Kiesler. 1986. Reducing social context cues: Electronic mail in organizational communication. V: *Management Science* 32 (11): 1492-1512.
184. --- 1991. *Connections: New ways of working in the networked organization*. Cambridge: MIT Press.
185. Starke-Meyerring, Doreen, Dan L. Burk in Laura J. Gurak. 2004. American Internet Users and Privacy: A Safe Harbor of Their Own? V: *Society Online*, ur. Howard, Philip N. in Steven G. Jones, 275-294. London: Sage Publications.
186. Strathern, Marilyn. 1988. *The Gender of the Gift: Problems with Women and Problems with Society in Melanesia*. University of California Press: Berkeley.
187. --- 1992. *After Nature: English Kinship in the Late Twentieth Century*. Cambridge University Press: London.
188. Suchman, Lucy. 1987. *Plans and situated actions: The Problem of Human-Machine Communication*. New York: Cambridge University Press.
189. Sue, Valerie M. in Lois A. Ritter. 2007. *Conducting Online Surveys*. Thousand Oaks: Sage Publications, Inc.
190. *The World Wide Web: a very short personal history*. Dostopno prek: www.w3.org/People/Berners-Lee (25. december 2009).
191. Thomas, David. 1991. Old Rituals for new space: Rites of passage and William Gibson's cultural model of cyberspace. V: *Cyberspace: The first steps*, ur. Michael Benedikt, 31-48. Cambridge: MIT Press.
192. Tom Tong, Stephanie, Brandon Van Der Heide, Lindsey Langwell in Joseph B. Walther. 2008. Too Much of a Good Thing? The Relationship Between Number of Friends and Interpersonal Impressions on Facebook. V: *Journal of Computer-Mediated Communication* 20 (13): 531-549.

193. Tönnies, Ferdinand. 1999. *Skupnost in družba*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
194. Turkle, Sherry. 1995. *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. New York: Simon & Schuster.
195. Vehovar, Vasja in Katja Lozar Manfreda. 2008. Overwiev: Online Surveys. V: *Online Research Methods*, ur. Nigel Fielding, Raymond M. Lee in Grant Blank, 175-194. Los Angeles: Sage Publications.
196. Viswanath, Bimal, Alan Mislove, Meeyoung Cha in Krishna P. Gummadi. 2009. *On the Evolution of User Interaction in Facebook*. Dostopno prek: <http://www.mpi-sws.org/~gummadi/papers/wosn23-viswanath.pdf> (2. november 2011).
197. Walter, Joseph, Jeffrey R. Anderson in David W. Park. 1994. Interpersonal effects in computer-mediated interaction: a meta-analysis of social and antisocial communication. V: *Communication Research* 21 (4): 460-487.
198. Web Survey Methodology Site. Dostopno prek: <http://www.websm.org/> (7. november 2011).
199. Wellman, Barry, Peter J. Carrington in Allan Hall. 1988. Networks as personal communities. V: *Social Structures: A Network Approach*, ur. Barry Wellman in Stephen D. Berkowitz, 123-184. Cambridge: Cambridge University Press.
200. Wellman, Barry, ur. 1998. *Networks In The Global Village: Life In Contemporary Communities*. New York: Westview Press.
201. --- 2001. Physical Place and Cyberplace: The Rise of Personalized Networking. V: *International Journal of Urban and Regional Research* 25 (2): 227-252.
202. Wellman, Barry in Milena Gulia. 1999. Virtual Communities as Communities: Net Surfers Don't Ride Alone. V: *Communities in Cyberspace*, ur. Peter Kollock in Marc Smith, 167-194. New York: Routledge.

203. Wellman, Barry, Bernie Hogan, Kristen Berg, Jeffrey Boase, Juan-Antonio Carrasco, Rochelle Côté, Jennifer Kayahara, Tracy L. M. Kennedy, in Phuoc Tran. 2005. *Connected Lives: The Project. V: The Networked Neighbourhoods*, ur. Patrick Purcell, 161-216. Berlin: Springer.
204. West, Anne, Jane Lewis in Peter Currie. 2009. Students' Facebook 'friends': public and private spheres. V: *Journal of youth studies*, 12 (6): 615-627.
205. Wilson, Samuel M. in Leighton C. Peterson. 2002. The Anthropology of Online Communities. V: *Annual Review of Anthropology* 31 (32): 449-467.
206. Wittel, Andreas. 2000. *Ethnography on the Move: From Field to Net to Internet*. Dostopno prek: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0001213> (5. november 2011).
207. Wolf, Eric. 1966. Kinship, Friendship and Patron-Client Relations in Complex Societies. V: *The Social Anthropology of Complex Societies*, ur. Michael Banton, 1-22. London: Tavistock.
208. Wynn, Eleanor. 1988. The Use of Anthropology in Information Technology. V: *Central Issues in Anthropology* 7: 57-78.
209. Zhao, Shanyang, Sherri Grasmuck in Jason Martin. 2008. Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. V: *Computers in Human Behavior* 24 (2008): 1816-1836.
210. Žižek, Slavoj. 1996. Kiberprostor ali neznosna zaprtost bivanja. V: *Problemi* 34 (7-8): 101-132.
211. --- 1997. Kiberprostor ali možnost prekoračiti fantazmo. V: *Problemi* 35 (7-8): 21-39.
212. --- 1999. Realno kiberprostora. V: *Problemi* 37 (3-4): 5-16.

Priloga A: Delno strukturiran vprašalnik (intervju)

Pozdravljen/a,

zahvaljujem se ti za sodelovanje v intervjuju. Moje ime je Duška Mervar in sem študentka antropologije na Fakulteti za družbene vede v Ljubljani. Pripravljam magistrsko nalogo z naslovom Odnosi prijateljstva: antropološka analiza spletnega omrežja Facebook. Moj namen je odkriti poteze prijateljskih odnosov na Facebooku in kako se to povezuje z realnim življenjem. Na to se nanašajo tudi vprašanja, ki ti jih v nadaljevanju zastavljam.

Raba Facebooka - splošno	Koliko prijateljev imaš na Facebooku?
Raba Facebooka - splošno	Kako pogosto uporabljaš Facebook? Vsak dan? Večkrat na dan? Lahko malo opišeš svojo uporabo?
Raba Facebooka - splošno	Koliko časa že uporabljaš Facebook?
Raba Facebooka - splošno	Se je tvoja uporaba Facebook skozi čas kaj spreminjala? Zdaj gledaš na Facebook kaj drugače, kot takrat, ko si ga začel uporabljati?
Trdnost prijateljskih odnosov na Facebooku (H2)	Kaj je vsebina tvojih objav na Facebooku? Kaj največ objavljaš? Kaj sporočaš svojim Facebook prijateljem?
Trdnost prijateljskih odnosov na Facebooku (H2)	Ali s svojimi objavami neposredno poveš, kar misliš, ali vsebino napišeš tako, da njen pomen zares razumejo samo izbrani Facebook prijatelji? Zakaj? Velja to za vse objave, ali samo za nekatere?
Trdnost prijateljskih odnosov na Facebooku (H2)	Ali paziš na to, da deliš s svojimi prijatelji na Facebooku toliko, kolikor delijo oni s tabo?
Trdnost prijateljskih odnosov na Facebooku (H2)	Pri objavljanju na Facebooku vedno dobro razmisliš, preden kaj objaviš? Razmišljaš o tem, kakšen vtis s tem narediš ali si pri tem spontan in ne razmišljaš preveč?
Raba Facebooka - splošno	Na kakšen način pa najpogostje komuniciraš preko Facebooka? S statusi, komentarji na objave prijateljev, s kliki »všeč mi je«, zasebnimi sporočili ...? Uporabljaš različne načine komuniciranja za različne ljudi? Lahko malo opišeš svojo uporabo?
Kvantitativno prevladujoči Facebook prijateljev (H1)	Kakšne vrste prijateljev imaš na Facebooku? So prijatelji, s katerimi se vidiš tudi v živo? Ali so to znanci, ki si jih spoznal, pa želiš ohraniti stike z njimi še naprej, čeprav se ne vidiš v živo? Jih lahko opišeš?

Trdnost prijateljskih odnosov na Facebooku (H2)	S koliko od vseh svojih Facebook prijatelji pa si v stiku? To pomeni, da klepetaš z njimi, si komentirate, kliknete »všeč mi je« ...? Se ti zdi, da so to bolj isti ljudje ves čas?
Trdnost prijateljskih odnosov na Facebooku (H2)	Kako pa si pozoren na odzive na svoje objave? Ti veliko pomeni, če Facebook prijatelji komentirajo in klikajo »všeč mi je« na tvoje objave?
Najboljši prijatelji na Facebooku (H5)	So kakšni prijatelji, ki večkrat komentirajo in klikajo »všeč mi je« za tvoje objave? Kdo so to?
Trdnost prijateljskih odnosov na Facebooku (H2)	Kaj pa sorodniki, ki jih imaš na Facebooku - opažaš, da se z njimi preko Facebooka drugače pogovarjaš, kot z ostalimi? Se drugače odzivajo na tvoje objave?
Trdnost prijateljskih odnosov na Facebooku (H2)	Kaj pa sodelavci in znanci iz poslovnih krogov? S koliko njih si v stiku na Facebooku?
Trdnost prijateljskih odnosov na Facebooku (H2)	Ali si koga kdaj sprejel za prijatelja na Facebook samo zaradi vljudnosti, ne zato, ker si to zares želel? Se je to zgodilo večkrat? Kaj si o tem misliš?
Trdnost prijateljskih odnosov na Facebooku (H2)	Ali si kdaj ignoriral prošnjo za prijateljstvo na Facebooku? Kaj je bil razlog?
Trdnost prijateljskih odnosov na Facebooku (H2)	Ali si kdaj že koga umaknil iz liste prijateljev na Facebooku? Kaj je bil razlog?
Trdnost prijateljskih odnosov na Facebooku (H2)	Kaj je pa tvoj kriterij, da nekoga povabiš za prijatelja na Facebooku?
Trdnost prijateljskih odnosov na Facebooku (H2)	Če greš čez seznam svojih prijateljev na Facebooku, a je kdo takšen, za katerega se sploh ne spomniš, od kod ga poznaš ali kako je postal tvoj Facebook prijatelj?
Percepcija bližine z družbenim omrežjem (H3)	Ali se ti zdi, da s svojimi prijatelji zaradi Facebooka komuniciraš več, kot si včasih? Se ti zdi, da imaš zaradi Facebooka nasploh več stika z ljudmi?
Percepcija bližine z družbenim omrežjem (H3)	Si bolj seznanjen, kaj se dogaja v življenju tvojih prijateljev? Se ti zdi, da si zaradi tega z njimi bolj povezan tudi v življenju zunaj interneta?
Povezava z offline kontekstom (H4)	S katerimi prijatelji iz Facebooka se pa vidiš in srečuješ tudi v živo?
Povezava z offline kontekstom (H4)	Je vaš odnos v živo in tudi sicer zaradi Facebooka kaj drugačen?
Povezava z offline kontekstom (H4)	Koliko je pa takih Facebook prijateljev, ki si jih spoznal preko Facebooka? Ste svoje poznanstvo razširili tudi na srečanja v živo?
Percepcija bližine z družbenim omrežjem (H3)	Se ti zdi, da si z nekaterimi ljudmi tudi čustveno bolj povezan zaradi Facebooka? So ti zaradi Facebooka bolj blizu?
Percepcija bližine z	Ali se ti zdi, da bi bila s katerim od tvojih prijateljev bolj povezan,

družbenim omrežjem (H3)	če bi bil na Facebooku, pa ni? Je takih več?
Najboljši prijatelji na Facebooku (H5)	Kako bi pa opredelil najboljše prijatelje (ne Facebook prijatelje, ampak najboljše prijatelje v življenju zunaj interneta)?
Najboljši prijatelji na Facebooku (H5)	Kako bi pa opredelil krog svojih ožjih prijateljev (ne Facebook prijatelje, ampak najboljše prijatelje v življenju zunaj interneta)?

Priloga B: Podrobna predstavitev intervjuvancev

Nika, 16 let

Srednješolka Nika ima nadpovprečno veliko prijateljev na Facebooku (čez 600), svoj profil pa zelo pogosto osvežuje z novimi statusi ter lastnimi fotografijami. Komunicira intenzivno in čustveno, njene objave so v glavnem vezane na odnose z vrstniki in prijatelji. Odzivov na svoje objave ima nadpovprečno veliko, po večini pa so tudi ti kratki in ekspresivni, imajo naravo klepta. Ni neobičajno, da je pod njenim statusom tudi do 100 komentarjev, ki so tipično najstniški. Svoje objave nameni vsem svojim Facebook prijateljem, čeprav jih je od tega le manjšina, ki se na objave odzivajo. Tudi sicer svojega Facebook profila nima posebej zaščitenega z omejitvami zasebnosti. Svojih prijateljev ne umika iz seznama strateško, če se pa zgodi, da koga umakne, je razlog običajno v njunem odnosu in izvira iz offline življenja.

Miha, 17 let

Srednješolec Miha ima veliko prijateljev na Facebooku (nekaj čez 900), njegov profil pa mu primarno služi za komuniciranje in upravljanje njegove virtualne podobe v skupini vrstnikov. Večina kontaktov na Facebooku pri njem izvira iz krogov sošolcev in vrstnikov, ki jih spozna pri prostočasnih aktivnostih, med njimi pa je veliko tudi deklet, s katerimi se preko Facebooka spoznava. S svojimi Facebook prijatelji posebej ne upravlja, jih ne briše iz seznama in ne pregleduje, čeprav pravi, da je veliko takšnih, ki jih skoraj ne pozna. Profil ima sicer zaprt samo za svoje prijatelje, sicer pa nima posebnih nastavitev zasebnosti ali ustvarjenih skupin prijateljev, čeprav priznava, da objavlja bolj premišljeno kot v začetku uporabe tega kanala. Komunikacijo na Facebooku ima zastavljeno zelo široko, z velikim krogom ljudi, s svojimi najboljšimi prijatelji pa ne komunicira bolj izrazito, kot z drugimi.

Mojca, 21 let

Študentka Mojca, ki trenutno pavzira in živi v manjšem kraju, je redna uporabnica z nekaj več kot 300 Facebook prijatelji. Facebook ji služi v glavnem za ohranjanje stika s prijatelji, ki jih sicer ne vidi pogosto. V času, ko je aktivno študirala in spoznavala nove ljudi, je bila komunikacija preko Facebooka zelo živahna, v zadnjem letu pa pravi, da se je precej »umirila« in ji dogajanje ni več tako zanimivo. To se vidi tudi iz odziva njenih prijateljev, ki je veliko manj inteziven, kot je bil včasih. Facebook sicer uporablja dnevno, objavlja pa veliko manj pogosto kot v najbolj aktivnih časih. S prijatelji na Facebooku deli tudi bolj zaupne teme in objavlja sporočila svojemu fantu. Za nastavitve zasebnosti ne skrbi preveč in se tudi ne ukvarja preveč z razmišljanjem, kdo njene objave vidi.

Drejc, 22 let

Drejc, študent od delu, sam zase pravi, da je na Facebooku bolj opazovalec, kot aktivni uporabnik. Uporablja ga sicer dnevno, vendar sam objavlja zelo redko, pa še to v glavnem zanimive novice iz sveta računalništva. Redno pa spremlja objave svojih prijateljev. V začetku uporabe Facebooka se je z ožjo skupino svojih prijateljev veliko dopisoval preko javnih objav na njihovih profilih, šlo je za javno komunikacijo, ki pa se je dogajala v krogu nekaj bližnjih prijateljev. Število njegovih Facebook prijateljev je razmeroma majhno, približno 200 ljudi, prav tako pa skrbno izbira, koga bo dodal za prijatelja. Vsa njegova Facebook prijateljstva, brez izjeme, izhajajo iz poznanstev »v živo«. Z ožjim krogom prijateljev komunicira tudi preko Facebooka, samo preko klepeta in zasebnih sporočil, ne pa javno, razen preko komentarjev in gumba »Všeč mi je«.

Tjaša, 24 let

Tjaša, podiplomska študentka ob delu, je aktivna dnevna uporabnica Facebooka, ki redno objavlja statuse in komunicira s svojim krogom

prijateljev. Svojo zasebnost na Facebooku zelo skrbno uravnava, saj ima vse objave dostopne samo svojim Facebook prijateljem, število prijateljev na Facebooku pa ima razmeroma majhno in skrbno prečiščeno – okoli 160 ljudi. Na Facebooku objavlja tako zanimivosti, ki jih želi deliti z drugimi, kot tudi trenutne občutke in počutje. Pravi, da lahko objavlja skoraj vse, kar si misli, ker ima na Facebooku res samo izbran krog ljudi, med njimi tudi najboljše prijatelje, s katerimi preko Facebooka redno komunicira.

Andrej, 27 let

Andrej, ki je začel svojo zaposlitveno pot, pravi, da na Facebooku ne komunicira osebno. Edini osebni način izražanja je objava glasbenih videov, iz katerih tisti, ki ga poznajo, lahko kaj razberejo. Zares osebne stvari in stvari, ki se mu dogajajo v življenju, pa prihrani za osebno komunikacijo, v živo ali preko zasebnih kanalov komuniciranja. Prijateljev na Facebooku nima veliko (skupaj približno 350), vendar pravi, da bi jih dve tretjini brez težav odstranil iz seznama. Glavni kriterij, da nekoga doda za Facebook prijatelja, je vsaj osnovno poznavanje osebe in da imata vsaj nekaj skupnega. S komentarji in »Všeč mi je« se v glavnem odziva na objave ožjega kroga prijateljev, redkeje tudi znancev. V glavnem pa pravi, da se na Facebooku obnaša kot »informacijski parazit«, saj spremlja objave drugih, bolj kot objavlja sam.

Polona, 30 let

Polona, ki je zaposlena v šolstvu, ni med najbolj aktivnimi uporabniki Facebooka. Ima okoli 220 prijateljev, med njimi pa je malo takih, s katerimi je preko Facebooka v rednih kontaktih. Facebook uporablja dnevno za informiranje o dogajanju v svojem družbenem omrežju, sama pa objavlja zelo redko. Njene objave so največkrat namenjene samo nekaj ljudem oz. včasih tudi samo eni sami osebi. Objavlja sicer tudi o bolj zaupnih temah, vendar nikoli ne sporoča neposredno, ampak sporočilo

vedno zavije tako, da ga razumejo tisti, s katerimi je tudi sicer v stiku in so seznanjeni s tem, kaj se ji v življenju tisti trenutek dogaja. Sama zase pravi, da ji je Facebook pomemben informacijski kanal za to, kaj se dogaja v življenju ljudi in se počuti nekako bolj povezana z vsemi, sploh po koncu študija, ko se je odselila v manjše mesto in njeno družabno življenje ni tako intenzivno.

Peter, 31 let

Peter, ki poleg službe ljubiteljsko tudi fotografira, ima nadpovprečno veliko Facebook prijateljev – okoli 1.500. Večinoma izvirajo iz bežnih srečanj in poznanstev preko hobijev, ki jih ima. Skozi čas je njegova uporaba Facebooka vse manj osebna in vse bolj »profesionalna«, saj mu Facebook služi tudi kot kanal, preko katerega promovira svoje storitve fotografa. Tudi večino prijateljev, ki jih ima na Facebooku, uvršča bolj v skupino bežnih poznanstev in nekaterih uporabnih kontaktov. Sicer pa bolj redno komunicira z ožjim krogom prijateljev (približno 20 ljudi) in svojimi najbližjimi prijatelji (5 ljudi), s katerimi ima komunikacijo tudi preko klepeta in zaprte skupine, ki so jo ustvarili v ta namen. Na prvi pogled se zdi, kot da je v komunikaciji preko Facebooka zelo odprt, vendar po pogovoru z njim lahko presodimo prej obratno – svojo prisotnost na Facebooku kljub velikemu številu prijateljev zelo skrbno upravlja.

Sandra, 32 let

Sandra, ki je že več let zaposlena, uporablja Facebook redno, vsak dan, s tem da je manj aktivna s svojimi lastnimi objavami, kot je bila nekoč. Tudi sicer veliko bolj pazi, kaj objavlja, in dobro razmisli, kako si lahko njene objave drugi interpretirajo. Med svojimi Facebook prijatelji, ki jih je vsega skupaj okoli 300, ima največ prijateljev, ki jih je spoznala preko interesnega združenja, manj pa ima znancev iz preteklosti. Tudi s svojimi najboljšimi prijatelji ne komunicira veliko preko Facebooka, ker pravi, da

se z njimi tako ali tako vidi in sliši dnevno. Kljub temu pa ji odzivi na njene objave na Facebooku veliko pomenijo, saj pravi, da se tako vidi, »kdo je sploh še pravi prijatelj«, čeprav opredeli svoje Facebook prijatelje v glavnem kot znance.

Aleš, 36 let

Aleš, zaposlen oče dveh majhnih otrok, je zelo aktiven Facebook uporabnik s skupaj nekaj več kot 400 prijatelji. Facebook rad primerja z vasjo, saj je večina njegovih prijateljev znancev, hkrati pa med njimi ni nikogar, ki ga ne bi poznal. Vse objave, ki jih daje sam na Facebook, so namenjene vsem njegovim prijateljem in načeloma naj bi jih tudi razumeli vsi. Njegovo mnenje je, da je smiselno komunikacijo, ki ni namenjena vsem, preseliti na bolj zasebne kanale. Z najboljšimi prijatelji pravi, da je zelo malo v stiku preko Facebooka, pa tudi sicer se mu zdi, da Facebook ne doprinese posebej k odnosu z njimi. Sam zelo veliko objavlja, vendar je s svojimi objavami predvsem informativen in zabaven, skoraj nikoli pa oseben v smislu razkrivanja vrednot, čustev ali prepričanj.

Mateja, 37 let

Mateja, zaposlena mama treh majhnih otrok, uporablja Facebook dnevno in ima relativno veliko Facebook prijateljev (skoraj 400). Sama skoraj dnevno javno objavlja, predvsem so te objave vezane na njeno družinsko življenje, hobije in otroke. Skoraj na vsako objavo prejme zelo veliko komentarjev in klikov na »Všeč mi je«. Odzivajo se sorodniki in prijatelji ter tudi tisti, s katerimi jo družijo podoben življenjski stil in interesi. Glede na to, da živi v manjšem kraju in ima veliko dela z družino, ji je Facebook pomemben kanal tudi za ohranjanje kontakta s prijatelji, s katerimi se ne vidi tako zelo pogosto. Zaradi Facebooka se počuti ljudem bolj blizu. Hkrati pa omenja, da se ji zdi zanimivo, koliko ljudi iz njene lokalne skupnosti spremlja njene objave, med njimi so tudi nekateri, ki sploh niso

njeni Facebook prijatelji. To izve predvsem iz kontaktov z njimi v živo. Za Facebook prijatelje pa je dodala ali potrdila tudi že ljudi, ki so njeni znanci in jo z njimi družijo podobni interesi.

Matjaž, 42 let

Matjaž, zaposlen oče dveh osnovnošolskih otrok, jemlje Facebook kot kanal za preračunljivo osebno promocijo. Uporablja ga dnevno – tako za pregled dogajanja pri prijateljih, kot za lastne objave. S Facebook prijatelji, ki jih ima nadpovprečno veliko (približno 550), ne deli neposredno osebnih tem, če pa že, pa pravi, da se pri tem obnaša precej manipulativno – objavo pripravi tako, da ga razume samo krog ljudi, ki jim je namenjena. Profil ima sicer zaprt samo za krog svojih prijateljev, sicer pa posebnih skupin znotraj tega nima. Objave zelo zasebne narave, ki vključujejo družino, so zelo redke, v glavnem so vezane na razmišljanje in na hobije. Pri objavljanju zelo dobro razmisli, kaj objavi, saj pravi, da je krog njegovih Facebook prijateljev zelo raznolik.

Veronika, 45 let

Veronika je zaposlena mati najstnika in študentke, ki je Facebook začela uporabljati predvsem iz radovednosti. K temu so jo spodbudili otroci in sodelavke, ki so veliko govorili o svojih izkušnjah in dogajanju na Facebooku. Ima malo Facebook prijateljev (vsega skupaj 132), med njimi je nekaj njenih sodelavk, prijateljic in sorodnikov, pa tudi oba otroka. Sama skoraj ne objavlja, ker pravi, da se na Facebooku ne počuti »zares doma«, novice prijateljev pregleduje večkrat na teden. Otroka je najprej nista hotela potrditi za Facebook prijateljico, potem pa sta to vseeno storila. Sama komentira, da se ji njune objave ne zdijo nič neobičajne in da jih noče na noben način izkoriščati v vzgojne namene. Prepričana pa je tudi, da morda kakšne objave ali fotografije tudi skrivata pred njo, ampak verjame, da je tako prav, saj morajo otroci ohraniti tudi del svoje

suverneosti. Zaradi Facebooka še niso imeli konflikta, pravi pa, da se je pri njenih sodelavkah to že zgodilo.

Miro, 59 let

Miro, ki se je pred časom upokojil, je svež uporabnik Facebooka, ki ima malo prijateljev (vsega skupaj nekaj čez 50) in Facebook uporablja nekajkrat tedensko. Predvsem mu služi kot kanal komunikacije z otroki in vnuki, ki so mu bili tudi glavna motivacija, da ga je začel uporabljati. Prijateljev svoje starosti ima na Facebooku zelo malo, najboljših prijateljev sploh nima. Pravi pa, da se zaradi Facebooka počuti bolj povezan s svetom in bolj »moderen«. Pri objavljanju ne razmišlja veliko, ker sicer tudi zelo redko sam objavlja, pa tudi upravljanja zasebnosti ne razume prav dobro oz. ne vidi potrebe po tem. Tudi na to, da bi koga umaknil s Facebooka, še ni pomislil in ne razume, zakaj bi nekoga umaknil, če ga je ravno pridobil.

Alenka, 68 let

Upokojenko Alenko so k uporabi Facebooka motivirali predvsem njeni otroci. Na začetku ni popolnoma razumela njegove rabe, potem pa so jo počasi naučili, kako se komunicira in spremlja objave drugih. Na Facebooku jo najbolj zanimajo objave njenih otrok in vnukov, predvsem fotografije. Pravi, da lahko vse svoje Facebook prijatelje našteje kar po imenu in da se včasih na Facebooku počuti, kot da se pogovarja z ljudmi »doma za mizo«. Veseli jo tudi to, da lahko zdaj lažje sledi življenju sorodnikov, ki živijo v tujini – to so nečaki, s katerimi so si bili nekoč zelo blizu, zdaj pa ji Facebook omogoča, da so spet vsaj delno del njenega življenja. Sama objavlja malo, rada pa komentira objave drugih. Prošnje za Facebook prijateljstvo še ni zavrnila, ker je vedno prišla od poznanih ljudi. Sama tudi redko koga doda za prijatelja na Facebooku, ampak počaka, da jo dodajo drugi.

Priloga C: Anketni vprašalnik

Pozdravljeni,

pred vami je anketa, ki mi bo pomagala pri izdelavi magistrske naloge
Odnosi prijateljstva: antropološka analiza spletnega omrežja Facebook.

Anketa traja 4 - 5 minut.

Hvala za sodelovanje!

Duška Mervar

<p>Trdnost prijateljskih odnosov na Facebooku (H2)</p>	<p>1. Kaj je vsebina vaših javnih objav (statusi oz. »o čem razmišljaš«, fotografije ...) na Facebooku?</p> <p>Označite največ dva od izbranih odgovorov, ki za vas najbolj držita, pri čemer ni pravilnih ali napačnih odgovorov.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Novice in povezave na internetne vire - Lastna razmišljanja in opažanja - Razpoloženje in trenutni občutki - Zabavni komentarji - Javnih objav ne pišem - Drugo, prosim vpišite: _____
<p>Trdnost prijateljskih odnosov na Facebooku (H2)</p>	<p>2. Kaj zaupate svojim prijateljem na Facebooku v svojih javnih objavah?</p> <p>Označite enega od izbranih odgovorov, ki za vas najbolj drži, pri čemer ni pravilnih ali napačnih odgovorov.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Samo površinska razmišljanja - V glavnem površinska razmišljanja, včasih tudi bolj osebne teme - Polovico namenjam površinskim razmišljanjem, polovico osebnim temam - V glavnem osebne teme, včasih tudi površinska razmišljanja - Samo osebne teme
<p>Trdnost prijateljskih odnosov na Facebooku (H2)</p>	<p>3. Na lestvici od 1 do 5 označite, koliko za vas drži navedena trditev.</p> <p>Pri objavljanju na Facebooku vedno dobro razmislim, preden kaj objavim.</p> <p>Zelo drži 1 2 3 4 5 Sploh ne drži</p>
<p>Trdnost prijateljskih odnosov na</p>	<p>4. Kako odkrito s svojimi javnimi objavami na Facebooku poveste, kar mislite?</p>

Facebooku (H2)	<p>Označite enega od izbranih odgovorov, ki za vas najbolj drži, pri čemer ni pravih ali napačnih odgovorov.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vedno povem neposredno, da me razumejo vsi moji Facebook prijatelji - Večinoma povem neposredno, včasih pa tako, da moje objave razumejo samo izbrani - Polovico povem neposredno, polovico pa tako, da moje objave razumejo samo izbrani - Večinoma moje objave razumejo samo izbrani, včasih pa povem tudi neposredno - Vedno povem tako, da moje objave razumejo samo izbrani
Najboljši prijatelji na Facebooku (H5)	<p>5. Kaj pa s svojimi najboljšimi prijatelji, delite z njimi preko Facebooka tudi intimne in čustvene teme?</p> <p>Označite enega od izbranih odgovorov, ki za vas najbolj drži, pri čemer ni pravih ali napačnih odgovorov.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Da, tudi preko javnih objav (statusi, komentarji ...) - Da, samo preko 1-na-1 komuniciranja (klepet, zasebna sporočila ...) - Ne, o teh stvareh se ne pogovarjamo preko Facebooka - Drugo, prosim vpišite: _____
Trdnost prijateljskih odnosov na Facebooku (H2)	<p>6. Ali uporabljate možnosti nastavitve zasebnosti, ki jih ponuja Facebook?</p> <p>Označite enega od izbranih odgovorov, ki za vas najbolj drži, pri čemer ni pravih ali napačnih odgovorov.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dostop do večine objavljenih vsebin omejim na določene izbrane ljudi - Dostop do nekaterih objavljenih vsebin omejim na določene izbrane ljudi - Večino mojih vsebin lahko vidijo samo moji Facebook prijatelji - Večino mojih vsebin vidijo tudi prijatelji mojih Facebook prijateljev - Večino mojih vsebin vidijo vsi uporabniki Facebooka - Drugo, prosim vpišite: _____
Raba Facebooka - splošno	<p>7. Kako pogosto ste v zadnjem mesecu uporabili našete načine komuniciranja na Facebooku?</p> <p>Statusi (»o čem razmišljaš«)</p> <p>dnevno nekajkrat na teden nekajkrat v mesecu enkrat v mesecu nikoli</p> <p>Klepet (»chat«)</p> <p>dnevno nekajkrat na teden nekajkrat v mesecu enkrat v mesecu nikoli</p> <p>Zasebna sporočila</p> <p>dnevno nekajkrat na teden nekajkrat v mesecu enkrat v mesecu nikoli</p>

	<p>Dregni (»poke«) dnevno nekajkrat na teden nekajkrat v mesecu enkrat v mesecu nikoli</p> <p>Všeč mi je (»like«) dnevno nekajkrat na teden nekajkrat v mesecu enkrat v mesecu nikoli</p> <p>Komentarji dnevno nekajkrat na teden nekajkrat v mesecu enkrat v mesecu nikoli</p> <p>Označevanje (»tag«) prijateljev dnevno nekajkrat na teden nekajkrat v mesecu enkrat v mesecu nikoli</p> <p>Potrditev udeležbe na dogodkih dnevno nekajkrat na teden nekajkrat v mesecu enkrat v mesecu nikoli</p>
Najboljši prijatelji na Facebooku (H5)	<p>8. Zdaj pa povejte za svoje najboljše prijatelje, kako pogosto ste v zadnjem mesecu z njimi komunicirali preko Facebooka?</p> <p>Preko klepeta (»chat«) dnevno nekajkrat na teden nekajkrat v mesecu enkrat v mesecu nikoli</p> <p>Preko zasebnih sporočil dnevno nekajkrat na teden nekajkrat v mesecu enkrat v mesecu nikoli</p> <p>Preko všeč mi je (»like«) dnevno nekajkrat na teden nekajkrat v mesecu enkrat v mesecu nikoli</p> <p>Preko dregni (»poke«) dnevno nekajkrat na teden nekajkrat v mesecu enkrat v mesecu nikoli</p> <p>Preko objav na njihovih zidovih dnevno nekajkrat na teden nekajkrat v mesecu enkrat v mesecu nikoli</p> <p>Preko komentarjev objav dnevno nekajkrat na teden nekajkrat v mesecu enkrat v mesecu nikoli</p>
Trdnost prijateljskih odnosov na Facebooku (H2)	<p>9. Koliko svojih Facebook prijateljev ste redno spremljali (brali njihove objave ali spremljali njihove profile) preko Facebooka v zadnjem mesecu dni?</p> <p>Označite enega od izbranih odgovorov, ki za vas najbolj drži, pri čemer ni pravih ali napačnih odgovorov.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - 5 ali manj - 6-20 - 20-50 - Nad 50
Trdnost prijateljskih odnosov na Facebooku (H2)	<p>10. S koliko svojimi Facebook prijatelji ste bili v rednih stikih (ste jim pisali, komentirali, klepetali ...) v zadnjem mesecu dni?</p> <p>Označite enega od izbranih odgovorov, ki za vas najbolj drži, pri čemer ni pravih ali napačnih odgovorov.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 5 ali manj - 6-20 - 20-50 - Nad 50
Trdnost prijateljskih odnosov na Facebooku (H2)	<p>11. Ali koga sprejmete za prijatelja na Facebooku samo zaradi vpljudnosti, ne zato, ker to zares želite?</p> <p>Označite enega od izbranih odgovorov, ki za vas najbolj drži, pri čemer ni pravih ali napačnih odgovorov.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Da, pogosto - Se je že zgodilo, ampak redko - Ne, nikoli - Drugo, prosim vpišite: _____
Trdnost prijateljskih odnosov na Facebooku (H2)	<p>12. Kaj je največkrat razlog, da zavrnete ali ignorirate prošnjo za prijateljstvo na Facebooku?</p> <p>Označite enega od izbranih odgovorov, ki za vas najbolj drži, pri čemer ni pravih ali napačnih odgovorov.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kadar nekoga sploh ne poznam - Kadar nekoga ne poznam dovolj dobro - Kadar mi nekdo ni všeč - Kadar nočem, da nekdo sledi dogajanju v mojem življenju - Prošnje za prijateljstvo nikoli ne zavrnem ali ignoriram - Drugo, prosim vpišite: _____
Trdnost prijateljskih odnosov na Facebooku (H2)	<p>13. Kaj je največkrat razlog, da nekoga umaknete iz liste prijateljev na Facebooku?</p> <p>Označite enega od izbranih odgovorov, ki za vas najbolj drži, pri čemer ni pravih ali napačnih odgovorov.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kadar sem ga dodal/a samo iz vpljudnosti - Kadar mi niso všeč njegove objave in komentarji - Ko sem se odločil/a, da zmanjšam listo prijateljev na določen krog - Prijateljev na Facebooku nikoli ne umaknem iz svoje liste - Drugo, prosim vpišite: _____
Trdnost prijateljskih	<p>14. Kdaj nekoga povabite za prijatelja na Facebooku?</p>

<p>odnosov na Facebooku (H2)</p>	<p>Označite največ dva od izbranih odgovorov, ki za vas najbolj držita, pri čemer ni pravilnih ali napačnih odgovorov.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Če ga poznam iz pretekosti - Če se z njim veliko družim v življenju tudi sicer - Če ga potrebujem za pomoč - Če sem ga enkrat ali nekajkrat srečal/a in ga želim bolje spoznati - Če je moj sodelavec ali znanec iz službenih krogov - Če ga ne poznam, mi je pa zanimiv glede na njegov Facebook profil - Drugo, prosim vpišite: _____
<p>Trdnost prijateljskih odnosov na Facebooku (H2)</p>	<p>15. Za koliko prijateljev na Facebooku se sploh ne spomnite, od kod jih poznate ali zakaj so vaši Facebook prijatelji?</p> <p>Označite enega od izbranih odgovorov, ki za vas najbolj drži, pri čemer ni pravilnih ali napačnih odgovorov.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nobenega - 1- 5 - 6-20 - 20-50 - Nad 50
<p>Kvantitativno prevladujoči tip Facebook prijateljev (H1)</p>	<p>16. Katerih prijateljev iz naštetih skupin imate največ na Facebooku?</p> <p>Označite enega od izbranih odgovorov, ki za vas najbolj drži, pri čemer ni pravilnih ali napačnih odgovorov.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Znanca ali uporabne kontakte, ki jih samo bežno poznam - Prijatelje za usluge ali prijatelje za zabavo, ki sodijo v širši krog prijateljev - Prijatelje za pomoč ali prijatelje za tolažbo, ki sodijo v ožji krog prijateljev - Zaupne prijatelje ali sorodne duše, ki sodijo v krog najboljših prijateljev - Drugo, prosim vpišite: _____
<p>Najboljši prijatelji na Facebooku (H5)</p>	<p>17. S kom ste bili v zadnjem mesecu največ komunicirali preko Facebooka?</p> <p>Označite največ dva od izbranih odgovorov, ki za vas najbolj držita, pri čemer ni pravilnih ali napačnih odgovorov.</p> <ul style="list-style-type: none"> - S tistimi, ki sem jih spoznal/a na novo - S tistimi, ki jih poznam, pa jih redko srečam v živo - Z ljudmi, s katerimi sem tudi sicer ves čas v kontaktu in jih srečujem v živo - S prijatelji in znanci, s katerimi je težko drugače vzdrževati stike (tujina...) - S svojimi najbližjimi prijatelji - S svojimi sorodniki - S svojimi sodelavci ali znanci iz službenih krogov - Drugo, prosim vpišite: _____

Percepcija bližine družbenim omrežjem (H3)	z	<p>18. Ali zaradi Facebooka več komunicirate s svojimi prijatelji, kot ste nekoč?</p> <p>Označite enega od izbranih odgovorov, ki za vas najbolj drži, pri čemer ni pravih ali napačnih odgovorov.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ne, sploh ne več - Da, samo s tistimi, s katerimi se sicer ne slišim pogosto - Da, tudi s tistimi, s katerimi se tudi sicer veliko srečujem - Da, skoraj z vsemi mojimi Facebook prijatelji - Drugo, prosim vpišite: _____
Percepcija bližine družbenim omrežjem (H3)	z	<p>19. Ste zaradi Facebooka bolj seznanjeni, kaj se dogaja v življenju vaših prijateljev?</p> <p>Označite enega od izbranih odgovorov, ki za vas najbolj drži, pri čemer ni pravih ali napačnih odgovorov.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ne, nisem bolj seznanjen/a - Da, velja predvsem za tiste, s katerimi sicer nimam pogostih stikov - Da, velja predvsem za tiste, s katerimi imam tudi sicer pogoste stike - Da, velja za vse moje Facebook prijatelje - Drugo, prosim vpišite: _____
Percepcija bližine družbenim omrežjem (H3)	z	<p>20. Ali se vam zdi, da ste si s prijatelji zaradi komunikacije na Facebooku bolj blizu?</p> <p>Označite enega od izbranih odgovorov, ki za vas najbolj drži, pri čemer ni pravih ali napačnih odgovorov.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ne, zaradi Facebooka se ne počutim bolj blizu s prijatelji - Da, velja predvsem za tiste, s katerimi sicer nimam pogostih stikov - Da, velja predvsem za tiste, s katerimi imam tudi sicer pogoste stike - Da, velja za vse moje Facebook prijatelje - Drugo, prosim vpišite: _____
Povezava offline kontekstom (H4)	z	<p>21. Ali sledenje prijateljem na Facebooku in komunikacija z njimi pomaga tudi pri krepitvi vaših odnosov sicer v življenju?</p> <p>Označite enega od izbranih odgovorov, ki za vas najbolj drži, in prosim pojasnite, zakaj.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Da, zelo pomaga - Da, delno pomaga - Ne, Facebook posebej ne vpliva na moje odnose s prijatelji sicer v življenju <p>Zakaj? _____</p>
Percepcija bližine	z	<p>22. Ali se vam zdi, da bi bili s katerim od vaših prijateljev bolj povezani, če bi bil na Facebooku, pa ni?</p>

družbenim omrežjem (H3)	<p>Označite enega od izbranih odgovorov, ki za vas najbolj drži, in prosim pojasnite, zakaj.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Da - Ne <p>Zakaj? _____</p>
Povezava z offline kontekstom (H4)	<p>23. Ali se s prijatelji, ki jih spoznate preko Facebooka, srečujete tudi v živo?</p> <p>Označite enega od izbranih odgovorov, ki za vas najbolj drži, pri čemer ni pravih ali napačnih odgovorov.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ne, ker nimam takšnih prijateljev - Ne, ker ohranjamo odnos samo preko Facebooka - Da, se je že zgodilo - Da, se pogosto dogaja - Drugo, prosim vpišite: _____
Raba Facebooka splošno -	<p>24. Kaj je največkrat razlog, da kliknete »všeč mi je« za Facebook stran podjetja, izdelka ali blagovne znamke?</p> <p>Označite enega od izbranih odgovorov, ki za vas najbolj drži, pri čemer ni pravih ali napačnih odgovorov.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Če jo poznam - Če mi je všeč - Če se čutim z njo povezan/a - Če delam zanj/o - Če hočem biti o njem/njej informiran/a - Na prijateljevo priporočilo - Tega sploh ne delam - Drugo, prosim vpišite: _____
Raba Facebooka splošno -	<p>25. Kako se vam zdi odločitev Facebooka, da se novice s strani podjetij, izdelkov ali blagovnih znamk, za katere ste kliknili »všeč mi je«, kažejo skupaj z novicami vaših prijateljev?</p> <p>Označite enega od izbranih odgovorov, ki za vas najbolj drži, pri čemer ni pravih ali napačnih odgovorov.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Me ne moti - Me moti, vendar teh novic nimam skritih - Me moti, zato imam te novice skrite - Drugo, prosim vpišite: _____
Raba Facebooka splošno -	<p>26. Preko katere naprave najpogosteje dostopate do Facebooka?</p> <p>Označite enega od izbranih odgovorov, ki za vas najbolj drži, pri čemer ni pravih ali napačnih odgovorov.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Osebni računalnik doma - Osebni računalnik v službi

	<ul style="list-style-type: none"> - Osebni računalnik v javnih prostorih (knjižnjice, ipd.) - Mobilni telefon - Tablični računalnik - Drugo, prosim vpišite: _____
Trdnost prijateljskih odnosov na Facebooku (H2)	<p>27. Kolikšno je število vaših prijateljev na Facebooku?</p> <p>Označite enega od izbranih odgovorov, ki za vas najbolj drži, pri čemer ni pravih ali napačnih odgovorov.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Manj kot 100 - Med 100 in 200 - Med 200 in 500 - Med 500 in 1000 - Med 1000 in 2000 - Nad 2000
Raba Facebooka - splošno	<p>28. Koliko časa že uporabljate Facebook?</p> <p>Označite enega od izbranih odgovorov, ki za vas najbolj drži, pri čemer ni pravih ali napačnih odgovorov.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Manj kot 1 leto - Med 1 in 2 letoma - Med 2 in 3 leti - Več kot 3 leta
Raba Facebooka - splošno	<p>29. Kako pogosto uporabljate Facebook?</p> <p>Označite enega od izbranih odgovorov, ki za vas najbolj drži, pri čemer ni pravih ali napačnih odgovorov.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vsak dan večkrat - 1-krat na dan - 3- do 5-krat na teden - 1-krat na teden - Manj kot 1-krat na teden
Najboljši prijatelji na Facebooku (H5)	<p>30. Kako bi definirali svojega najboljšega prijatelja oz. svoje najboljše prijatelje (velja za prijatelje na splošno, ne za Facebook prijatelje)?</p> <p>_____</p>
Najboljši prijatelji na Facebooku (H5)	<p>31. Kako bi opredelili ožji krog svojih prijateljev (velja za prijatelje na splošno, ne za Facebook prijatelje)?</p> <p>_____</p>
Demografski podatki	<p>32. Označite svoj spol:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Moški - Ženski
Demografski	<p>33. Označite svojo starost:</p>

podatki	<ul style="list-style-type: none"> - 13 – 18 - 19 – 24 - 25 – 30 - 31 – 34 - 35 – 40 - 41 – 50 - 51 – 60 - 61 – 70 - Nad 70
Demografski podatki	<p>34. Vaša trenutna izobrazba je:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nedokončana osnovna šola - Osnovna šola - Srednja šola - Višja ali visoka strokovna šola ali 1. bolonjska stopnja - Univerzitetna izobrazba ali strokovni magisterij (2. bolonjska stopnja) - Magisterij znanosti/umetnosti, doktorat ali 3. bolonjska stopnja - Drugo, prosim navedite: _____
Demografski podatki	<p>35. Vaš trenutni zakonski stan je:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Samski - Zunajzakonska zveza brez otrok - Poročen brez otrok - Poročen z otroci, ki živijo doma - Zunajzakonska zveza z otroci, ki živijo doma - Poročen z otroci, ki ne živijo več doma - Zunajzakonska zveza z otroci, ki ne živijo več doma - Drugo, prosim vpišite: _____
Demografski podatki	<p>36. Trenutno stanujete:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pri starših - V najemu - V (so)lastniški nepremičnini - V nepremičnini v lasti staršev - Pri partnerju - Drugo, prosim vpišite: _____
Demografski podatki	<p>37. Vaš trenutni kraj bivanja je:</p> <ul style="list-style-type: none"> - V istem kraju, kjer živijo moji mladostni prijatelji in sorodniki - Manj kot 300 km stran od kraja, kjer živijo moji mladostni prijatelji in sorodniki - Več kot 300 km stran od kraja, kjer živijo moji mladostni prijatelji in sorodniki - Drugo, prosim vpišite: _____