

KULTURA DRUŽENJA *CHAT ROOM* GENERACIJE: "ZA UŽITEK GRE!"

TANJA OBLAK

Povzetek

Članek obravnava pomen specifičnih komunikacijskih okolij, ki postajajo v kontekstu vsakdanjega življenja mladih ljudi vse izrazitejši. Gre namreč za t. i. prostore za klepet na spletu, v katerih se razvija dinamična pogovorna kultura in ki obenem predstavljajo tudi nov kontekst medosebnega druženja. Z naslonitvijo na številne razprave in konkretne empirične študije s tega področja članek prikazuje tako potenciale kot tudi morebitne posledice nastajajočih komunikacijskih prostorov. Avtorica ugotavlja, da so za novo *chat room* generacijo značilne vsaj tri kulture druženja: fantazijski beg pred realnostjo, iskanje terapevtsko-prijateljskih vezi in eksperimentiranje z intimnimi izkustvi. V vsaki od teh kultur se na specifične načine prepletajo medsebojni učinki različnih mehanizmov delovanja, ki jih posamezniki lahko izkoriščajo v prostorih za klepet. Gre namreč za iskanje ravnotežja med privlačnostjo anonimnosti, odsotnostjo avtoritete in izjemno svobodo izbire, ki posamezniku nudijo varljiv občutek osebne moči. Pri tem se zastavlja vprašanje, ali se novi prostori druženja lahko udeležijo tudi kot nova emancipatorna okolja, kjer se posamezniki lažje in tvorneje izrazijo ter na ta način krepijo svojo avtentično samopodobo. Avtorica meni, da je prevladujoča želja po igri in užitku vsaj ena od ovir, ki ta potencial preprečuje.

Tanja Oblak je docentka na Oddelku za komunikologijo, Fakulteta za družbene vede v Ljubljani, e-naslov: tanja.oblak@fdv.uni-lj.si.

Vol.11 (2004) S75 – S88

S75 **Javnost**

Uvod

Veliko Britanijo je julija lani vznemiril posebne vrste preplah. Dvanajstletna deklica je pobegnila od doma in se podala v Pariz skupaj z nekim pripadnikom ameriške mornarice, ki ga je spoznala v spletni klepetalnici. Na internetu torej, do katerega danes številni mladi ne le, da imajo dostop, temveč predstavlja tehnologijo njihovega otroštva, njihove mladosti, njihovega odraščanja. Klepetalnice spadajo namreč med bolj raznolika, zagotovo pa najbolj skrivnostna okolja na spletu. Odpirajo prostor, kjer se lahko povsem nemoteno pogovarjajo ljudje s celega sveta, o čemerkoli. Po podatkih se vanje redno vključuje kar 20 odstotkov angleških otrok med 7. in 11. letom starosti. Govori se o "chat room generaciji". Generaciji, ki sebe in druge spoznava na nov, predtem skoraj nepoznan način. S pritiskom na gumb, pod izbranim vzdevkom se tako odpira nova "kultura klepeta". Namesto na obiskih, ulicah ali igriščih se mladi danes vse raje srečujejo (tudi) na spletu.

Popularnost klepetalnic odpira številna vprašanja. V medijih lahko najdete pod različnimi naslovi nemalo zastrašujočih novic, npr. "Nevarnosti interneta" ali "Internetna industrija v boju proti pedofilom". Zato po svoje ni čudno, da je že v začetku leta 2003 britanska vlada sprožila milijon funtov vredno oglaševalsko kampanjo o zaščiti otrok na internetu. V vseh medijih se je pojavil kup navodil, opozoril in receptov, namenjenih staršem, učiteljem in internetnim ponudnikom, kako se ubraniti nasilnih nadležnežev, ki v klepetalnicah ogrožajo mir in varstvo otrok. Ponujeni nasveti za otroke so naslednji: "Preveri, ali starši soglašajo z vstopom v klepetalnico"; "Predstavi se z vzdevkom"; "Nikoli ne razkrij svojega pravega imena, e-naslova, starosti, telefonske številke, domačega naslova, šole ali spola"; "Zapusti klepetalnico takoj, ko te kaj neprijetnega zmoti"; "Sporoči to staršem in ponudniku"; "Shrani sleherni pogovor, za katerega meniš, da lahko služi kot dokaz nadlegovanja" in še "Nikoli se z nikomer ne srečaj v realnem svetu, če s tem ne soglašajo tvoji starši" (Cnn.com 2003). Odzivi na promocijsko potezo so bili različni in mnenja o njeni upravičenosti neenotna. Mnogi namreč opozarjajo, da gre za nepotrebno trošenje denarja, ki povzroča neke vrste demonizacijo klepetalnic (Furedi na BBC online 2003). Številni kritiki pa očitajo tudi medijem, da s svojim nenehnim poročanjem o nezgodah in zapletih v klepetalnicah soustvarjajo splošno kulturo strahu pred internetom ter paranoično preusmerjajo pozornost na pojave, ki ljudi odvrtaajo od sicer koristnih in družbeno relevantnih praks.

Na tem mestu ne bomo presojali, kdo ima v tej zgodbi prav in kdo ne. Naš namen je, nasprotno, raziskati širši pomen specifičnih komunikacijskih okolij, ki naseljujejo internet že od vsega začetka. Če se opremo na številne razprave in tudi konkretne empirične analize o interaktivnih razpravljalnih forumih, ki so omejeni na politične vsebine in obravnavajo javne teme (Davis 1999; Wilhelm 2000), lahko sklenemo, da je učinek teh pogovorov v praksi izjemno majhen. Le redko se namreč zgodi, da med razpravljalci pride do konstruktivnega in argumentiranega dialoga, ki bi ga veljalo upoštevati tudi širše. Zato se tem prostorom pogosto očita, da v njih prevladuje kultura monologa, kjer glasni postanejo še glasnejši (Davis 1999; Streck 1998). Če so na internetu razprave o političnih vsebinah v tem smislu neuspešne, pa se po drugi strani zdi, da so klepetalnice v kontekstu vsakdanjega življenja bolj obetajoče. Poraja se namreč raznolika in dinamična pogovorna kultura, ki predstavlja nov kontekst druženja in s seboj prinaša povsem realne učinke. Ustvarjajo se novi družbeni odnosi, ki jih spremljajo številna vedenja: prijateljstva,

intimne romance, profesionalni interesi, javna naslavljanja, družbene akcije, pa tudi nadlegovanja, verbalne grožnje in nasilje (Fernback 1999, 203). Vse to neposredno kaže na novo dimenzijo interneta, ki se prek različnih interaktivnih prostorov, namenjenih druženju, vse bolj udejanja tudi kot pomemben medij družbene socializacije.

Za novo *chat room* generacijo lahko v teh okoljih razberemo vsaj tri kulture druženja – fantazijski beg pred realnostjo, iskanje terapevtskih in prijateljskih vezi ter eksperimentiranje z intimnimi izkustvi. Kot bomo videli v nadaljevanju, se z računalniško posredovanim komuniciranjem nastajajoči prostori za klepet in z njimi nove kulture druženja konstituirajo tudi kot novi konteksti družbene (ne)moči, ki imajo pomembno lastnost: manifestirajo se skozi igro, kar proizvaja posebne okoliščine, ki posameznikom nudijo (varljiv) občutek osebne moči. V virtualni situaciji popolne izbire se sodelujoči poslužujejo različnih praks, s pomočjo katerih nenehno upravljajo z vtisom zato, da bi postali opaženi v množici nevidnih posameznikov. Ker se v okolju fizične anonimnosti identiteta posameznika v očeh drugih neizogibno konstituira izključno skozi natipkane besede, ki jih sogovorniki prebirajo na računalniškem zaslonu, se uveljavlja specifična moč jezika in misli. Pripadniki *chat room* generacije so tako soočeni z nezanemarljivo dilemo: kako, če sploh, preoblikovati pomene, ki jih sicer v vsakdanjem življenju pripisujejo kodiranim osebnostnim znakom, kot so denimo ime, barva las ali kože, velikost in teža, spol in starost.

Izkaže se, da se v fizično anonimnih okoljih, ki bi se sicer lahko konstituirala kot emancipatorni prostori, ki bi zmanjševali pritiske zunanjih socialnih norm in bremena »idealnega« videza, dogaja prav nasprotno: pod pretvezo užitka in igre se moč obeh mehanizmov razlikovanja celo utrjuje. Mladi namreč pri navezovanju stikov z drugimi najprej najpogosteje preverijo, kdo se »fizično« skriva na drugi strani zaslona.¹ Potreba po fizični identifikaciji sogovornikov torej v teh kulturah druženja le redko resnično ponikne. Anonimna narava računalniško posredovanega komuniciranja, ki zamegljuje avtoriteto videza, je na ta način v svojem bistvu paradoksalna – po eni strani deluje kot spodbuda za privzemanje namišljene, »virtualne« identitete, ki mnoge osvobodi osebnih frustracij, nelagodja pri pogovoru z drugimi in podobnih asocialnih ovir, hkrati pa dobesedno kliče po realni »bodifikaciji« posameznika. Toda različne kulture druženja tvorijo v odnosu do položaja osebne neanonimnosti različne zahteve in pričakovanja: terapevtski diskurz je denimo mogoč in učinkovit samo ob jasni identifikaciji svetovalca, ki mu šele javno razkritje njegove strokovnosti daje avtoriteto tistega, ki ve, medtem ko ostaja identiteta »pacienta« nujno skrita; oblikovanje intimnejših razmerij v prostorih za klepet pa, nasprotno, zahteva obojestransko zaupanje in iskreno samorazkritje. Te razlike in specifikke pa posledično že odražajo izjemno kompleksno naravo obravnavanih komunikacijskih prostorov, kjer se pritiski anonimnosti, medsebojnega zaupanja in tudi potencialnega tveganja intenzivno prepletajo in na ta način tvorijo povsem specifične družbene situacije. Vprašanje, ki se ob tem zastavlja, je, ali se pod geslom »za užitek gre« brišejo emancipatorni in socialnointegrativni potenciali teh prostorov.

Prostori za klepet na spletu

Ko govorimo o novih možnostih komuniciranja prek interneta, je treba upoštevati raznolik in pester spekter različnih orodij, ki nam to dovoljujejo. Družabni klepeti,

zasebni pogovori ali javne razprave spadajo med tiste komunikacijske prakse, ki so običajno omejene na dve vrsti spletnih okolij: na asinhrono razpravljalne forume in novičarske skupine, kjer sodelovanje ni hkratno, ter na sinhrono spletne klepetalnice, kjer si udeleženci med seboj izmenjujejo sporočila sočasno.² Za oba tipa prostorov velja, da sta »družbeno konstruirana« (Baym 1998; Jones 1998). Obstajata torej samo toliko časa, dokler med sogovorniki poteka debata. Mnogi avtorji se strinjajo s tezo, da imajo odnosi, ki jih spletemo v okoljih interneta, specifične lastnosti tako v fizičnem kot tudi emocionalnem smislu (Clark 1998; Holloway in Valentine 2003; Wallace 1999). Na spletu se namreč ustvarjajo »breztelesni« odnosi (*disembodied relations*), ki možnosti fizičnega stika omejujejo. Zaradi specifične oblike komuniciranja se odnosi na spletu oblikujejo v tandemu z verbalnimi praksami, ki nadomeščajo dejanske dogodke v »resničnem življenju« (Clark 1998, 174). »Ko spoznaš nove ljudi, si pogosto nekam napet in v bistvu ne veš, kaj reči. Ko pa si na spletu, lahko sploh nič ne rečeš, lahko si nekdo drug, lahko si povsem odprt in sproščen, ker drugih ne vidiš,« je ključno prednost druženja prek spleta opisala ena od mladih navdušenk (Helen v Holloway in Valentine 2003, 135).

V zavesti povprečnih uporabnikov interneta ti prostori sicer ne zasedajo najbolj popularnega mesta; po podatkih sodeč, jih že ves čas prehitava tako uporaba e-pošte kot svetovnega spleta. Tudi za slovenski prostor velja, da so ti prostori manj obiskani. Kot kažejo rezultati raziskave RIS (2001), kar 58 odstotkov slovenskih uporabnikov interneta nikoli ne uporablja IRC-a, 52 odstotkov pa je takih, ki nikoli ne posežejo po drugih orodjih za interaktivno pogovarjanje. Toda četudi so izkušnje z njimi v tem smislu manj pogoste in omejene na specifične skupine uporabnikov, jim privlačnosti in posebnosti večina vendarle ne odreka. Zanimiva študija o dožemanju življenja na mreži (King 2001) recimo kaže, da se na lestvici vrednotenja, percepcije posameznikove moči in možnih dejavnosti v različnih okoljih na spletu med najbolj pozitivna delovanja uvrščajo prav pisanje e-pošte, deskanje po spletu in vključevanje v klepetalnice. Te imajo posebno mesto prav v očeh mlajših, ki jih ocenjujejo bolj pozitivno kot starejši uporabniki (King 2001, 425). Če lahko torej rečemo, da takšna orodja večine ne zanimajo, tega ne moremo reči za mlajše; v Sloveniji namreč dnevno "irca" 11 odstotkov otrok med 6. in 14. letom, skoraj vsak dan pa še dodatnih 13 odstotkov (RIS 2001).

Moč anonimnosti, odsotnost avtoritete in tiranija izbire. Razlogov za privlačnost teh orodij je zagotovo več, vsaj trije dejavniki pa jim dajejo poseben pečat. Vedenje posameznika v pogovornih okoljih je namreč v veliki meri odraz svobode, ki jo ponuja *anonimnost* delovanja. Drugi spodbujevalni dejavnik je običajna *odsotnost avtoritete* v posameznem prostoru, ki se dopolnjuje z izrazitim *motivom* za delovanje (Wallace 1999, 9). Načinov, kako posamezniki delujemo v odnosu do drugih v situaciji, ko smo lahko nevidni in nenadzorovani, je seveda več. Ena od privlačnosti teh okolij je prav občutek izjemno *velike možnosti izbiranja*, kar lahko nekaterim udeležencem ponuja poseben emancipatorični potencial. V eni od študij o razširjenosti zmenkov na spletu (Clark 1998) je svojo drugačno, *online* samopodobo 14-letna Elisabeth označila takole: »Ko sem na mreži, sem običajno veliko agresivnejša. V klepetalnicah preprosto lažje in pogosteje izražam svoja občutja, tako da če nekdo govori o nečem, česar ne maram, mu to tudi povem. Tega ne bi nikoli naredila v razredu, v šoli ali sicer« (Clark 1998, 165).

Privlačnost teh prostorov ima seveda tudi svoje omejitve oziroma specifične zahteve. "V tekstualno zasnovanem okolju ne moreš projicirati svojega visokega statusa na način, kot bi ga v vizualni situaciji – z brezhibnim videzom ali zlato uro. Tvoj gospodovalni glas je utišan. Tvoj nalezljivi smeh in dvignjeni obrvi so nevidni" (Wallace 1999, 28). Gre namreč za specifične okoliščine, v katerih poteka t. i. "upravljanje z vtisom". V vsakdanjih situacijah se pri tem pogosto zanašamo na vizualne informacije o drugih, kot so denimo kodi oblačenja, gestikulacija, barva in višina glasu, telesna mimika, s pomočjo katerih razporejamo ljudi v različne skupine na lestvici medosebne privlačnosti. V kontekstu računalniško posredovanega komuniciranja pa posamezniki tovrstne znake le s težavo izrazijo. Prav odsotnost fizičnih znakov v teh okoliščinah posameznikom narekuje, da se zbiranje prvih vtisov o drugem v veliki meri predružači in se zato razlikuje od načina, ki ga izoblikujemo v »resničnem« življenju.

Moč izbranega imena. Eden od prvih znakov, na osnovi katerega se posamezniki v teh prostorih ločijo med seboj, je njihovo ime oziroma vzdevek (*nickname*), ki si ga vsak skrbno izbere. Vzdevek je namreč prva in v klepetalnicah lahko tudi edina zadeva, ki jo drugi sploh kdajkoli vidijo (Sveningsson 2002, 56). Kot tak ima vsaj v začetnih korakih spoznavanja drugih vlogo najbolj učinkovitega mehanizma privlačnosti: »Imena se preobrazijo v blagovne znamke, v različne posamične vonjave, prek katerih se znotraj sicer negotovega in anonimnega okolja posamezniki med seboj prepoznavajo bodisi kot prijatelji bodisi kot sovražniki« (Myers 1987 v Sveningsson 2002, 56). Vzdevek tako deluje podobno kot »obraz«, kot tisto, kar daje posamezniku videz, na podlagi katerega se ljudje v kasnejših situacijah ponovno prepoznajo. Lahko bi celo rekli, da predstavljajo edino »materialno« podlago za medsebojno prepoznavanje (Praprotnik 2003).

Kot ugotavljajo avtorji študije o lastnostih vzdevkov v okolju IRC, je pri izbiri vzdevka igranje z možnostmi skoraj pravilo: le 8 odstotkov uporabnikov se dejansko odloči za uporabo svojega pravega imena (Bechar-Israeli 1996, 12). Neopredeljivost fizične identitete je tako hkrati predpogoj in nuja za izrazito »maskiranje«, ki ga posamezniki v igri vlog zavestno uporabljajo pri izgradnji svoje virtualne podobe. Zato si večina (45 odstotkov) nadene takšen »nick«, da z njim sporočajo, kakšni so. Izstopanje iz množice potencialnih sogovornikov z dobro izbiro »pravega imena« je izjemno pomembno, saj odraža posameznikovo kreativnost, unikatnost in drugačnost. Vzdevki so namreč, za razliko od posameznikovega resničnega imena, domiselna osebna kreacija in ne nekaj, kar bi nam vnaprej dodelili drugi. V praksi se običajno nanašajo na prostor oz. območje ("FDV-jevec", "Slovenka") ali neko drugo specifikum posameznika ("ex-bruc", "unhappy", »bosanec«),³ lahko pa sežejo še bistveno dlje. Dokaj nazorno lahko namreč pokažejo na sodobne trende v družbi, saj tako izbor kot skrita vsebina »za« vzdevki odražata tudi namero, katerim skupnostim ali idejam želijo posamezniki pripadati (»antiglobalist«, »janševac«, »freudovec«, pa tudi »princeska«, »vitez«, »papež« itd). V tem oziru »ne reflektirajo nujno naših osebnostnih značilnosti in videza, ampak lahko odsevajo naše aspiracije ali celo sanje oziroma želje« (Praprotnik 2003, 87).

Moč medsebojnega zaupanja in zmanjševanje negotovosti. Zaradi odsotnosti klasičnih identitetnih znakov, kot so videz, spol, starost, barva kože, prevladuje v računalniško posredovanem okolju načelo »vse, kar vidiš drugi, so tvoje besede«. Z drugimi besedami to pomeni, da posamezniki, ko navezujejo stike z drugimi,

delujejo skladno z naslednjo enačbo: »natipkati nekaj o sebi = predstaviti sebe drugemu/drugim« (Praprotnik 2003, 74). Konstrukcija posameznikove samopodobe, njegove »online«, »kiber-« ali »virtualne« identitete, je zato v osnovi vselej uspešna in zadovoljljiva, saj se osebe brez večjih ovir predstavljajo natančno tako, kot jim v dani situaciji ustreza. Razkritje samopodobe je zato nujno selektivno. Posamezniki drug drugemu posredujejo zgolj tiste lastnosti, zgolj tiste informacije o sebi, ki si jih sami izberejo in ki jih dejansko želijo izpostaviti. To pa obenem posamezniku daje občutek večjega nadzora nad situacijo. Ali kot je odsotnost negotovosti in tveganja v klepetalnicah pojasnil eden od otrok: »Preprosto prideš in pričneš pogovor. Kdorkoli te sliši, se lahko odzove, a če se ne odzove nihče, ni prav nobene zadrege, ker te v resnici nihče ne vidi. Nihče se ti ne more posmehovati, če izjaviš kaj neumnega. Lahko se preprosto odklopiš in izgineš, ne da bi te kdo opazil. Vse skupaj je precej lažje in manj zapleteno« (Clive v Holloway in Valentine 2003, 135). Za sogovornike na drugi strani ekrana je situacija bolj zapletena. Tu, nasprotno, deluje načelo »verjamem ti na besedo, toda z določeno mero skeepse«. Posamezniki namreč vsaj nekaj časa zavestno ohranjajo distanco drug do drugega, kar deluje kot varovalo, kot obrambni mehanizem, ki jih varuje pred morebitnim razočaranjem in ki ščiti posameznikovo čustveno zaledje. Nezanemarljiva posledica tega je običajno prevladujoč igriv prizvok računalniško posredovanega druženja. Ali kot bi v številnih izjavah v en glas zavpili mladi »klepetalci«: »Ne skrbi, za užitek gre«.

Ne glede na to igrivo naravo klepetalnic je pomemben temelj tovrstnih interakcij določena stopnja zaupanja med sogovorniki, ki ne odraža zgolj »resnosti« dane situacije, temveč nasploh omogoča, da se komunikacijski stik nadaljuje in potencialno razvije v neke vrste odnos. Kakor pri slehernem medčloveškem odnosu, predstavlja »delo na zaupanju« (Giddens 1990, 121), ki ga zaznamuje obojestranski proces samorazkritja, tudi v teh okoljih pomemben temelj pri oblikovanju medosebnih vezi. Obenem pa velja že na tem mestu dodati, da je eden od razlogov za izjemno privlačnost klepetalnic med mladimi prav njihov ambivalentni značaj, kjer »hkrati smo in nismo«. V tem se skriva tudi emancipatorni potencial novih oblik druženja, ki se kaže vsaj na dveh ravneh: a) v zmanjšanem pritisku estetskih idealov, ki ga v vsakdanjem življenju narekuje »ukvarjanje z videzom«, in b) v pojemanju pritiska zunanjih socialnih norm, ki lahko predvsem v očeh mladih nastopajo kot pomembne ovire pri medsebojnem povezovanju in vzpostavljanju socialnih stikov z drugimi.

Kulture druženja v klepetalnicah

Če sodimo po rezultatih različnih študij (McKenna, Green in Gleason 2002, Parks in Floyd 1996, Spears in Lea 1992, Walther 1996); lahko rečemo, da je težnja po oblikovanju družbenih interakcij eden od pglavitnih motivov za uporabo interneta. Raziskovalce zato v tem kontekstu zanimajo predvsem primerjave med oblikami interakcij, ki jih posamezniki vzpostavljajo prek interneta, in tistimi, ki jih oblikujejo sicer. V zelo grobem smislu bi njihove ugotovitve lahko povzeli v skupno idejo, da med njimi obstaja več podobnosti kot morebitnih razlik.

V okolju interneta lahko naletimo vsaj na tri strategije oblikovanja medosebnih odnosov (McKenna, Green in Gleason 2002, 10–11). Prva, najpogostejša strategija druženja temelji na iskanju ljudi s *podobnimi interesi*. Že sama struktura interneta je prek forme iskalnikov razporejena tako, da zahteva aktivno samoselekcijo vsebin,

ki je predvidoma rezultat posameznikovih posebnih zanimanj. Podobno so strukturirani interaktivni prostori za klepet. Tudi zanje velja, da je njihova pestrost in komunikacijska dinamika pogojena z raznolikostjo motivov, ki jih s seboj prinašajo njihovi udeleženci. Zato mnogi opozarjajo, da je na spletu iskanje »podobnih drugih« (*finding similar others*) bistveno lažje in hitrejšo, kar pomembno določa tudi trajnost vzpostavljenih odnosov. Drugo strategijo oblikovanja medosebnih odnosov lahko označimo kot strategijo *skoka čez ovire* (*getting pass the gates*). Običajne osebnostne prepreke, kot so recimo nezaželene fizične lastnosti, sramežljivost, socialna anksioznost in podobno, imajo v kontekstu računalniško posredovanega komuniciranja manjšo težo. Ker te osebnostne lastnosti posameznikov vsaj ob prvih stikih sploh niso opazne in lahko ostanejo tudi dalj časa prikrite, je možnost, da do odnosa med posamezniki sploh pride, bistveno večja kot v siceršnjih vsakdanjih situacijah. Tretjo pogosto zaznano strategijo navezovanja stikov z drugimi v teh okoliščinah predstavljajo t. i. *intimna samorazkritja*. Samorazkritje igra pomembno vlogo pri gradnji odnosov med ljudmi, ker vzpostavlja pogoje za medsebojno zaupanje. Anonimna narava računalniško posredovanega komuniciranja omogoča hitro in lažje razkrivanje informacij o sebi ter deluje podobno kot naključna srečanja s tujcem. Zmanjšuje namreč zaznavo tveganja pred razkritjem, ki lahko vodi v zavrnitev ali celo sankcije drugih. Posledično pa se razvijeta intimno ozračje in občutek bližine, ki blagodejno vplivata na oblikovanje medsebojnih odnosov. Od tod izhaja tudi večina pričakovanj o tem, da anonimnost računalniško posredovanega komuniciranja posameznike spodbuja k večji intimnosti in bližini.

Implikacije specifičnih strategij se nadalje kažejo v načinu oblikovanja medosebnih odnosov, ki se po mnenju avtoric 1) oblikujejo hitreje, 2) imajo trajnejšo bazo, ker temeljijo na skupnih motivih, in 3) lažje prenesejo breme prvega neposrednega srečanja, ker so prvotne ovire pri gradnji odnosov že presežene (McKenna, Green in Gleason 2002, 10). Na spletu se tako porajajo nove oblike družbenih interakcij, ki jim Walther pripisuje značaj »hiperpersonalnih interakcij« (Walther 1996, 17). Po njegovem mnenju je namreč posameznikovo delovanje in posledično dojetje drugih v kontekstu računalniško posredovanega komuniciranja rezultat različnih dejavnikov, ki skupaj tvorijo intenzivne, oziroma kakor jih sam imenuje, »hiper« osebne relacije. Sogovorniki namreč v procesu kategorizacije drugega pogosteje in tudi močneje kot v običajnih neposrednih okoliščinah zaznavajo medsebojno podobnost. Pošiljatelj sporočil v tem okolju tudi lažje »optimizira« svojo samopodobo in se posledično predstavlja v boljši luči, kot bi se lahko pri neposrednem stiku. Izoblikovanje hiperpersonalnih interakcij spodbuja tudi specifičen format računalniško posredovanega komuniciranja, ki izhaja iz asinhronega, torej nesočasnega (so)delovanja. Našteti dejavniki se nato v nizu ponavljajočih se družbenih stikov povečujejo in prek načela povratne zanke celo utrdijo. Možnosti in okoliščine za oblikovanje intenzivnih, t. i. »pretirano osebnih« vezi, pa imajo pomembne implikacije tudi za razvoj romantičnih, intimnejših odnosov prek interneta. Gradnja romantičnih odnosov, ki poteka s pomočjo interneta, nikakor ni enoličen in monoton pojav. Internet pogosto nastopa kot medij, ki omogoča nadaljevanje že vzpostavljenega stika, in v tem primeru deluje predvsem kot mehanizem za ohranjanje obstoječih vezi. Lahko pa služi kot medij za dvorjenje ali snubljenje, ko se iz naključnih srečanj prek klepetalnic in e-

pošte ter telefona stik nadaljuje tudi v fizičnem okolju. Nasprotno pa je za t. i. pojav »kiberflirtanja« značilno, da gre izključno za igro, katere namen ni gradnja resnih, obvezujočih zvez.

Na tem mestu se seveda zastavi vprašanje, kaj je tisto, kar dela ljudi privlačne v fizično anonimnih okoljih. Pri gradnji intimnih razmerij igra namreč prav privlačnost med partnerji pomembno vlogo. Zaznava podobnosti med ljudmi je na internetu eden od dejavnikov, zaradi katerega se privlačnost hitro razvije. Poleg tega pa internet dovoljuje precej strateškega vedenja pri razkrivanju posameznikove samopodobe, saj omogoča prikrivanje posameznikovih slabosti in izpostavljanje prednosti. Vendar pa je predpogoj za sleherni avtentičen odnos z drugimi razkrivanje "pravega jaza" in tudi študije o oblikovanju odnosov prek spleta dokazujejo, da uspejo izoblikovati trajnejše in pristnejše odnose le tisti posamezniki, ki se ne poslužujejo igre prevar, temveč se drugim razkrijejo takšni, kot so (McKeena, Green in Gleasin 2002). Pri tem ne smemo spregledati, da je zgodnje proučevanje računalniško posredovanega komuniciranja v luči pozitivnega vrednotenja medosebnega komuniciranja, ker temelji na neposredni bližini in soprisotnosti v komunikacijski proces vpletenih ljudi, povsem odkrito zavračalo možnost za oblikovanje toplih, izpolnjujočih, kaj šele intimnih odnosov v teh okoljih. Toda kot kažejo številne sodobne študije, je prijateljstvo, stkano na mreži, pogost pojav (Baym 2000; Clark 1998; Holloway in Valentine 2003), kot sta pogosti tudi njegova trdnost in trajnost (Wallace 1999, 134). Po podatkih analize, ki je bila narejena na vzorcu uporabnikov novičarskih skupin (Parks in Floyd 1996), je kar dvema tretjinama sodelujočih uspelo vzpostaviti osebne stike z nekom, ki so ga srečali v izbrani skupini. Seveda so odnosi raznovrstni – nekateri izjemno intenzivni in trajni, drugi spet kratkotrajni in šibki. Zavračanje spletnih okolij kot nedružbenih prostorov kaže torej na zastarelo razumevanje in površno poznavanje njihovega dejanskega utripa. V očeh tistih, ki prek računalniškega komuniciranja spletejo pomembne stike in vezi, imajo odnosi na spletu povsem enake lastnosti, kot jih pripisujejo drugim: so trajni, družabni, prostovoljni, vzajemni in zadovoljujejo tako socialne kot emocionalne potrebe (Holloway in Valentine 2003, 136). Ni dvoma, da predstavljajo novi prostori za klepet pomemben javni prostor druženja, ki dobiva vse bolj pomembno mesto predvsem v kontekstu vsakdanjega življenja mladih ljudi. Poglejmo, za kakšne strategije druženja gre.

Pobeg v pravljичni svet

Zdi se, da so prav najstniki tisti, ki se v klepetalnice vključujejo zaradi želje po pobegu iz realnega sveta. Računalnik v njihovi sobi predstavlja namreč novo obliko izolacije pred zunanjim svetom in jim pomeni trenutek, ko se lahko posvetijo izključno sebi. To potrjujejo izpovedi tistih mladih, ki ne skrivajo dejstva, da njihov svet na spletu konstituira zasebni prostor, prostor separacije ter pobega iz intenzivnega in zahtevnega lokalnega okolja, ki ga tvorijo vsakodnevni odnosi z drugimi (Holloway in Valentine 2003, 126–137). Pred pritiski vsakdana namreč mladi niso izvzeti, zato se lahko v teh prostorih povsem sprostijo: "Ko si na mreži, si lahko, kar v resnici nisi, in lahko si povsem odprt, saj v bistvu nikogar ne vidiš" (Helen v Holloway in Valentine 2003, 135). Obenem jim lahko pomeni tudi beg pred negativnimi vidiki življenja v družini, kot so recimo družinski konflikti in domače obveznosti (Holloway in Valentine 2003, 109). V takšnih okoliščinah prihaja

v ospredje prav pomen odsotne avtoritete in večjega občutka svobode, ki med mladimi delujeta kot mehanizma samozaščite pred zunanjim svetom.

Terapevtsko-prijateljski klepet

Številnih klepetalnic in razpravljalnih skupin ni mogoče imeti zgolj za beg pred realnostjo. Prav nasprotno, mnogi primeri potrjujejo, da so ista okolja lahko vir vzajemne pomoči in izhoda iz težav, ki jih povzročajo povsem realne človeške stiske. Veliko uporabnikov namreč sprašuje za nasvete in išče pomoč pri reševanju svojih socialnih, fizičnih, zdravstvenih ali psihičnih težav. Pri tem pa niso deležni zgolj neke splošne podpore, temveč dobijo tudi številne koristne informacije in konkretne napotke (Wellman in Gulia 1999, 172).⁴

Toda niso samo informacije tisto, kar žene posameznike k rednemu in trajnemu vključevanju v raznolike razpravljalne forume. Ljudje težijo namreč tudi k prijateljstvu, družbeni podpori in iščejo občutek pripadnosti (Wellman in Gulia 1999, 173).⁵ Odmevne ugotovitve o večpomenskosti teh prostorov ponuja Baymova analiza dogajanj v razpravljalnem forumu o televizijskih limonadnicah "rec.arts.tv.soaps" (Baym 2000), kjer je ena od udeleženk zapisala naslednje:

"Sprva sem sporočila v r.a.t.s. prebirala zato, da bi bila na tekočem s tem, kar se dogaja – kot bi brala dobro knjigo. Nato se začneš pogovarjati z drugimi. Očara te spremljanje različnih pogledov na tako različne reči in teme. Potem se z drugimi dopisovalci spoprijateljiš. Kmalu se ti zdi, kot da sediš nekje pri pogovoru v krogu bližnjih prijateljev. Čeprav se z njimi nikoli ne srečaš, se oblikujejo topla in precej tesna prijateljstva" (v Baym 2000, 120).

Medtem ko je možnost za sklepanje prijateljstev običajno pogojena z neposredno bližino, stopi v interaktivnih računalniško generiranih prostorih na mesto takšnega spodbujevalca prijateljskih vezi pogostost "naključnega križanja" z isto osebo (Wallace 1998, 139). Prijateljsko ozračje v neki skupini je po drugi strani tudi odraz časa oziroma trajanja pogovorov in pogostosti pojavljanja posameznih sporočil v skupini (Baym 2000, 135). Tehnično gledano, imajo v tem smislu vsi udeleženci skoraj enake možnosti, da najdejo prijatelja na spletu. Kljub temu se nekaterim skupinam uporabnikov prijateljstvo vztrajno izmika, razlog pa izvira iz njihovega posebnega načina delovanja. V skupini so namreč pasivni gledalci, v žargonu *lurkerji* (opazovalci), ki lahko sporočila povsem redno prebirajo, svojih misli in vprašanj pa nikoli ne delijo z drugimi člani. A rastoča kultura druženja ima svoje zahteve. Ni dovolj, da v prostoru obstajaš, "biti moraš viden, če se želiš družiti z drugimi, kar na internetu pomeni, da moraš spregovoriti" (Wallace 1999, 140).⁶ Toda večina tistih, ki v razpravljalnih forumih le redko aktivno sodelujejo, se v ta okolja vrača zaradi prijateljskega, toplega vzdušja. Seveda ostaja vprašanje, na osnovi česa si takšno prijateljsko podobo sploh oblikujejo.

Primeri prijateljskih vezi na spletu med mladimi kažejo, da predvsem dekleta večkrat uporabljajo "maškaradne igre vlog", ko se drugim predstavljajo drugačne, kot v resnici so. Dekleta na ta način navidezno utrjujejo občutek večje socialne moči, čeprav se zaradi osebne pretvarjanja njihovo dožemanje privlačnega, ki izvira predvsem iz tega, kar je lepo, sploh ne spremeni. Prav nasprotno, s pomočjo interneta (re)konstruirajo natančno tiste standarde zaželenega, za katere verjamejo, da so tudi v fizičnem svetu bolj sprejeti. V klepetalnicah se zato dekleta opisujejo

vitkejša, večja, starejša in bolj izobrazena, kot dejansko so, z daljšimi, najpogosteje blond lasmi. Toda ta občutek "večje moči" je varljiv in hipen. Ko se računalniški ekran zatemni, z njim izgine tudi preobrazena idealna samopodoba.

Po drugi strani pa Clarkova študija priča o tem, da je pri sklepanju prijateljskih vezi v teh prostorih fizični izgled vrstnikov lahko precej manj odločilen kot v realnem svetu (Clark 1998, 167). Zaradi tovrstne prednosti se mladi znebijo pritiska vrstniških skupin, ki imajo oblikovana svoja merila sprejemljivega in privlačnega: "Namesto pritiska vrstnikov, ali se družijo s "pravimi" dekleti, ki so po videzu primerljiva z idealom, omogoča internet veliko bolj enakopravno izmenjavo, osvobojeno večine omejitev, ki jih nalaga soglasje vrstnikov" (Clark 1998, 168). Prav zato, ker fizični stiki prek interneta niso mogoči, se mladim zdijo ta okolja svobodnejša, saj lahko med seboj komunicirajo na način, ki presega socialne omejitve in se ograjuje od pritiskov vrstnikov.

Od prijateljstva k romanci

Sodeč po nekaterih študijah, je med mladimi v prostorih za klepet najbolj zaželen interakcija v obliki heteroseksualnega para. Zato ne preseneča, da je prav v najstniških klepetalnicah potreba po preverjanju starosti in spola veliko večja kot drugod (Clark 1998, 162). Gradnja intimnejših razmerij v teh prostorih pa med mladimi izvira iz naraščajoče potrebe, da se izognejo emocionalnemu tveganju, ki ga prinašajo bolj "globoke", torej odgovorne zveze. V primerjavi z lastnostmi, ki jih imajo trdna razmerja, ki temeljijo na medsebojnem zaupanju, odkritosti in popolni avtentičnosti, je v odnosih v klepetalnicah *v ospredju zabava*: "Lahko si, kdorkoli želiš, in fantje so lahko, kakršnikoli si pač želijo biti. Zato ni nujno, da gre za *iskreno* razmerje, važno je, da se zabavamo. Odnos ne more biti resen, saj se s fantom prek interneta ne moreš tako preprosto zaplesti kot z nekom, ki ga dejansko vidiš in z njim govoriš. Tu gre predvsem za zabavo" (v Clark 1998, 179). Prav zato so tovrstni odnosi predmet nenehnih pogajanj, saj se ves čas gibljejo na tanki črti med iskrenostjo in neiskrenostjo, med odkritostjo in igro, med resničnostjo in domišljijo.

V takšni "romantični" kulturi druženja so odnosi torej pogojeni z zadovoljevanjem specifičnih potreb, ki prinašajo užitek. Zabava je tu sprejeta kot skupna norma, ki obvladuje okolje in njegove udeležence. Na ta način mladi težko oblikujejo občutek navezanosti na druge, prav tako ne izkusijo potrebe po obvezi ali odgovornosti do drugega. Zdi se, kot da takšni odnosi nimajo nikakršnih realnih posledic in zato ne prinašajo realnih tveganj. V klepetalnicah postavljajo intimne meje vsakdanjega življenja igra, neresnost in užitek. Seveda samo v primeru, ko sta pomanjkanje resnosti in želja po zabavi sprejeti pravili, ki ju soglasno privzemajo vsi udeleženci.⁷

Premoč užitka?

Problem nastane, ko se spontani vzorci druženja, zavezani predvsem zabavi, nekritično prenesejo v tiste situacije, v katerih neodgovornost do drugih ni več merilo skupne kulture klepeta. Anonimnost posameznikovega delovanja in odsotnost avtoritete postaneta v tem primeru spodbujevalna dejavnika, ki zmoreta prostor prijaznega klepeta preobraziti v prostor žalitev in groženj, verbalnega nasilja, nestrpnosti in medsebojnega izključevanja. Sodeč po nekaterih študijah, spadajo med najbolj provokativne prav tiste žalitve, kjer gre za napade na

posameznikov značaj, njegovo kompetenco ali fizični izgled (Martin, Anderson in Horvath 1996). Spodbuja jih možnost, da so ljudje, ko so prepričani, da jim njihovih lastnih dejanj ne moremo osebno pripisati, manj obremenjeni z družbenimi konvencijami (Wallace 1999, 125).⁸

V tem kontekstu postanejo napotki, ki jih otrokom in staršem narekuje v uvodu omenjena preventivna kampanja, vprašljivi in so dolgoročno lahko celo dvorezen meč. V imenu njihove samozaščite namreč pripadnike *chat room* generacije dobesedno spodbujajo k anonimnosti, ki deluje kot norma "primernega" obnašanja v spletnih klepetalnicah. Toda če je anonimnost v nekaterih primerih pogoj za učinkovito druženje (recimo v terapevtskih skupinah), kjer posamezniku nudi (*po*)moč pri reševanju njegovih lastnih težav, se lahko v drugih primerih anonimnost preobrazi tudi v (*pre*)moč, ki jo posameznik izkorišča v odnosu *proti* drugemu. Zaradi raznovrstnih kultur druženja, ki jih lahko identificiramo v prostorih spletnega klepeta, kažejo kakršnikoli poskusi vnaprejšnje univerzalizacije vedenja ali uniformiranosti mišljenja na nerazumevanje njihovega družbenega in kulturnega utripa, ki nikakor ni enoličen. Razmah različnih kultur druženja v klepetalnicah, kjer v očeh mladih postaja prav užitek pomemben vir njihove osebne moči, predstavlja namreč kompleksen in ne več zgolj obroben pojav. Emancipatorne potenciale novih prostorov druženja, ki jih mladi sami, kot kažejo študije, izkušajo v različnih situacijah, je zato smiselno umestiti v širši kontekst mladinske kulture in se natančneje vprašati, kaj se na oni strani računalniškega zaslona dogaja takšnega, da trend medsebojnega druženja za maskami vzdevkov narašča. Po drugi strani je odgovore na takšne dileme smiselno oblikovati tako, da upoštevamo posebnosti računalniško posredovanega komuniciranja in natančno proučimo, kaj je v prostorih za klepet takšnega, kar mlade privlači. S tem prispevkom smo s pomočjo drugih analiz, opravljenih na tem področju, že nakazali nekatere smernice, ki jim lahko sledimo, za njihovo podrobnejšo pojasnitev v okviru slovenskega kulturnega okolja pa bo v prihodnje treba več raziskovalne pozornosti nameniti razmahu slovenske *chat room* generacije.

Opombe:

1. V praksi se to denimo kaže v najpogostejših vprašanjih, ki jih posamezniki izmenjajo skoraj nemudoma po tem, ko si izberejo svojega sogovornika. Če posameznikov vzdevek pomaga k razkrivanju spolne identitete govorcev, potem se eno od prvih vprašanj v prostem pogovornem stilu običajno glasi: "Kolk star(a)?"
2. Ta okolja predstavljajo pomemben del kibernetskega prostora, saj omogočajo neposreden in običajno nefiltriran stik mnogih z mnogimi. Kot natančneje opisujemo tudi drugod (Pinter in Oblak 2000), jih po izvedbeni plati opredeljujejo 1) možnost, da v njih aktivno sodeluje več oseb, 2) obči dostop in 3) trajanje v času.
3. Na tem mestu je treba omeniti še eno ugotovitev. Izbrano ime je običajno trajno, posamezniki ga namreč redko spremenijo, pa čeprav je tehnično to povsem nezahteven postopek (gl. Bechar-Israeli 1996).
4. V slovenskem prostoru predstavlja enega takšnih fenomenov recimo spletna stran "Med.Over.Net", kjer je skupaj več kot 50 različnih forumov razdeljenih v dve ločeni skupini: na eni strani so forumi prostih pogovorov, kjer potekajo debate o žalovanju, neplodnosti, prehrani, rekreaciji, spolnosti, pa tudi o avtomobilizmu, domačih živalih in podobnem, na drugi strani pa gre za pogovore med "pacientom" in izbranim strokovnjakom; tu je diapazon tem vezan skoraj izključno na področje zdravja (dermatologija, porodništvo, psihiatrija, motnje hranjenja), vendar se vse bolj dopolnjuje z drugimi temami (ljubezen, pomoč ženskam, starejšim).

5. Indikativen primer predstavlja izpoved enega od udeležencev foruma *Seniornet*, namenjenega predvsem starejšim uporabnikom interneta: "Ko ne morem zaspati, je vse, kar moram storiti, vključiti računalnik in tam je vedno kdo, s komer se lahko pogovarjam, smejem in izmenjam ideje" (Furlong 1989 v Wellman in Gulia 1999, 173).

6. Razlike med udeleženci izvirajo tudi od drugod; eden takšnih dejavnikov je poznavanje teme, o kateri je govor, kar je opazno predvsem v tematsko specifičnih razpravljalnih skupinah. Kot drug pomemben dejavnik se kaže talent za nastopanje (Baym 2000, 160).

7. Tega recimo ne moremo reči za vse bolj popularen pojav na internetu – *online dating* (spletni zmenki). Gre namreč za iskanje partnerjev prek klepetalnic in spleta, ki danes (poleg pornografije) velja za eno najbolj dobičkonosnih storitev (gl. prispevek "Ljubezen na prvi klik" v Sobotni prilogi, Delo, 16. 8. 2003).

8. Raziskava Kieslerjeve in njenih sodelavcev je recimo že zgodaj pokazala, da anonimnost na računalniško posredovanih konferencah spodbuja število napadov in žalitev v skupini; v primerjavi z neanonimno udeležbo je delež sovražnih pripomb tu namreč kar šestkrat večji (Kiesler, Siegel in My Guire 1984).

Literatura:

- Baym, Nancy. 1998. "The Emergence of Online Community", V S. Jones (ur.), *Cybersociety 2.0: Revisiting Computer-Mediated Communication and Community*, 35–68. London: Sage.
- Baym, Nancy. 2000. *Tune In, Log On: Soaps, Fandom, and Online Community*. London: Sage.
- BBC News Online. 2003. "Net Industry Must Fight Paedophiles". Dostopno na: <http://news.bby.co.uk/1/hi/technology/2632197.stm>.
- BBC News Online. 2003. "The Threat of the Net". Dostopno na: <http://news.bby.co.uk/1/hi/uk/2631025.stm>.
- BBC News Online. 2003. "Online Child Safety Drive Launched". Dostopno na: <http://news.bby.co.uk/1/hi/uk/2629611.stm>.
- Bechar-Israeli, Haya. 1996. "From <Bonehead> to <cLoNehEAd>: Nicknames, Play, and Identity on Internet Relay Chat", *Journal of Computer Mediated Communication* 2, 1–31. Dostopno na: <http://www.ascusc.org/jcmc/vol1/issue2/bechar.html>.
- Clark, S. Lynn. 1998. "Dating on the Net: Teens and the Rise of "pure" Relationships", V S. Jones (ur.), *Cybersociety 2.0: Revisiting Computer-Mediated Communication and Community*, 159–183. London: Sage.
- CNN.com. 2003. "Avoding Dangers in Chatrooms". Dostopno na: <http://www3.cnn.com/2003/tech/internet/07/15/chatroom.warning/>.
- Davis, Richard. 1999. *The Web of Politics: The Internet's Impact on the American Political System*, Oxford: Oxford University Press.
- Fernback, Jan. 1999. "There is a There There: Notes toward a Definition of Cybercommunity", V S. Jones (ur.) *Doing Internet Research: Critical Issues and Methods for Examining the Net*, 203–220. London: Sage.
- Halloway, L. Sarah in Gill Valentine. 2003. *Cyberkids: Children in the Information Age*. London: Routledge.
- Jones, Steve. 1998. *Cybersociety 2.0: Revisiting Computer-Mediated Communication and Community*. London: Sage.
- Jones, Steve. 1999. *Doing Internet Research: Critical Issues and Methods for Examining the Net*. London: Sage.
- Kiesler, S., J. Siegel in T. W. McGuire. 1984. "Social Psychological Aspects of Computer-mediated Communication", *American Psychologist* 10, 1123–1134.
- King, B. Adam. 2001. "Affective Dimensions of Internet Culture", *Social Science Computer Review* 4, 414–430.
- Martin, M., C. M. Anderson in C. L. Horvath. 1996. "Feelings about Verbal Aggression", *Communication Research Reports* 13, 19–26.
- McKenna, Y. A. Katelyn, Amie S. Green in Marci E. J. Gleason. Relationship Formation on the Internet: What's the Big Attraction?, *Journal of Social Issues*, 58, 1, 9–31.

- Med.Over.Net – Forumi – Zdravje in medicina za vas. Dostopno na: <http://med.over.net/forum>.
- Parks, M. R. in K. Floyd. 1996. "Making Friends in Cyberspace", *Journal of Communication* 1, 80–97.
- Pinter, Andrej in Tanja Oblak. 2000. "Obeti in problemi elektronske demokracije: komunikacijski vidiki računalniško posredovanih razpravljajnih forumov". *Zbornik DMRS*.
- Praprotnik, Tadej. 2003. *Skupnost, identiteta in komunikacija v virtualnih skupnostih*. Ljubljana: ISH.
- Raba Interneta v Sloveniji. 2001. Dostopno na: <http://www.ris.org> .
- Smith, A. Marc in Peter Kollock. 1999. *Communities in Cyberspace*, London: Routledge.
- Streck, John. 1998. "Pulling the Plug on Electronic Town Meetings: Participatory Democracy and the Reality of the Usenet", V C. Toulouse in T. W. Luke (ur.), *The Politics of Cyberspace*, 18–47. London: Routledge.
- Sveningsson, Malin. 2002. Cyberlove: Creating Romantic Relationships on the Net, V: J. Fornas, K. Klein, M. Ladendorf, J. Sunden, M. Sveningsson (ur.), *Digital Borderlands: Cultural Studies of Identity and Interactivity on the Internet*, 48–78. New York: Lang.
- Toulouse, Chris in Timothy W. Luke. 1998. *The Politics of Cyberspace*. London: Routledge.
- Wallace, Patricia. 1999. *The Psychology of the Internet*. Cambridge: Cambridge Press.
- Walther, B. Joseph. 1996. Computer-Mediated Communication: Impersonal, Interpersonal and Hyperpersonal Interaction, *Communication Research*, 23, 1, 3–43.
- Wellman, Barry in Milena Gulia. 1999. "Virtual Communities as Communities: Net surfers don't ride alone", V M. A. Smith in P. Kollock (ur.) *Communities in Cyberspace*, 167–194. London: Routledge.
- Wilhelm, G. Anthony. 2000. *Democracy in the Digital Age: Challenges to Political Life in Cyberspace*. London: Routledge.

588 **javnost**