

Ljubezen na prvi klik; značilnosti formiranja odnosov *on-line*

“Jst mislm da ma ljubezen na prvi klik skor vec sans da se ohrani kot ljubezen na prvi pogled. Mam izkusnje s tem da je velik na prvi pogled lustnih punc takih ki nimajo ravn najbioljsega karakterja...lazje se navadis na zunanost kot pa na karakter, samo mora pa vseeno bit nek privlak samo ni nujno da je to ze takoj ko se prvic vidita.”¹

(forumi na www.vijavaja.com; naslov foruma: ljubezen na prvi pogled; poslano 8. 11. 2002 ob 11:25:59, avtor: Stanton)

1. RAČUNALNIŠKO POSREDOVANA KOMUNIKACIJA KOT NOVODOBNA AGORA

Računalniško posredovana komunikacija (okr. RPK; angl. CMC – *computer-mediated communication*) je že nekaj časa med zanimivimi raziskovalnimi tematikami. Razlogov za precejšnje zanimanje za ta novi tip komunikacije skorajda ne kaže naštevati. Prvi in najbolj trivialni razlog je v samem dejstvu, da gre pač za nov tip komunikacije. Komunikacija pa že od nekdaj privlači tako ljudi, torej “uporabnike”, kot tudi raziskovalce. V primeru računalniško posredovane komunikacije je kar nekaj motivov, zakaj raziskovati to komunikacijo. Ta komunikacija je namreč soočila posameznike s precej drugačnim komunikacijskim kontekstom, kot pa so ga bili vajeni doslej. Drugačen komunikacijski kontekst pa vsaj do neke mere (lahko) spreminja tudi razumevanje medsebojnih odnosov. Zato smo svoj prispevek tudi podnaslovili “Poskus kontekstualizacije odnosov *on-line*”, s čimer želimo povedati, da bomo skušali nanizati kar se da veliko vidikov, ki zadevajo problem odnosov *on-line*. Pojem “kontekstualizacija” sicer izhaja iz nekega drugega problemskega področja, namreč iz lingvistike,

¹ V tem in naslednjih navedenih primerih smo ohranili originalno sporočilo skupaj z vsemi (ne)namernimi slovničnimi napakami. Zainteresiranemu bralcu posredujemo tudi informacijo, kaj pomeni beseda “privlak”, ki jo najdemo v zgoraj navedenem citatu.

Privlák – pojav, da deluje telo na drugo telo s privlačno silo: privlak pri električnih nabojih; privlak in odboj. (Slovar slovenskega knjižnega jezika, DZS, 2000, stran 1073).

in je, kot ugotavlja Verschueren, med "najpomembnejšimi sestavinami verbalnega tvorjenja pomena".

"Če v jezikovno analizo vključimo kontekst, s tem nikakor ne povzročimo nejasnosti, temveč je prav to prvi pogoj za natančnost."²

Problemski vidiki oziroma kontekstualno relevantni elementi, ki jih bomo predstavili v nadaljevanju, so torej zastavljeni kot nekakšne kontrolne točke, ki naj osvetlijo tako odnose *on-line* kot tudi kontekst teh odnosov.

Pomembna značilnost RPK je njena (pretežno) besedilna narava natipkanega besedila, ki ga uporabniki pošiljajo drugim udeležencem interakcije. Sherry Turkle zgoščeno opiše to komunikacijo po načelu: *All they see are your words*.³ V RPK smo torej soočeni s komunikacijo med fizično ločenimi uporabniki, to komunikacijo definiramo kot proces pošiljanja sporočil z neposredno uporabo računalnikov in računalniških omrežij.⁴

Pri internetu gre torej za precej drugačno pojmovanje komunikacije, kot pa ga poznamo v navadni govorni ali pisni interakciji v vsakdanjem življenju, ki v skladu s svojo specifično naravo vpliva tudi na odnos posameznika do svoje identitete in do skupnosti, v katerih živi. Steven G. Jones ugotavlja, da je zlasti pomembno raziskovati posameznikove nagibe po iskanju skupnosti in oseb v internetnem prostoru. Skupaj z njim se lahko vprašamo: Kdo smo, kadar smo *on-line*?⁵ Prav tako je pomembno vprašanje, ali je računalniško posredovana komunikacija in z njo povezani internetni prostor zgolj nov medij oziroma sredstvo za zadovoljevanje zunajinternetnih potreb in želja, kot je na primer potreba po pripadnosti, interaktivnosti in po udeležbi v javnem življenju. Ali se lahko torej posameznikove potrebe in želje s pomočjo računalniško posredovane komunikacije realizirajo učinkoviteje?⁶

Kljub nedvomnim tehnološkim pridobitvam, ki so značilne za računalniška omrežja, je ta komunikacija v pretežni meri še vedno predvsem besedilno naravnana. Prav zato so jo v začetnem obdobju raziskovanja dolgo razumeli kot izrazito omejen medij, vsaj kar zadeva izmenjavo informacij in kot neustrezen medij za tiste socialne funkcije, ki zahtevajo "bogato", natančno in niansirano komunikacijo. V takih, pretežno tehnološko-determinističnih pogledih, je bil razlog za "neuporabnost" RPK kot komunikacijskega medija v pretežni meri pripisan sami tehnologiji.

Prvi val raziskav o računalniško posredovanem diskurzu (angl. *computer-mediated discourse*) je bil reakcija na nerazumevanje RPK, saj so različne popular-

² Verschueren, 2000, 164.

³ Turkle, 1995, 184.

⁴ Lane Lawley, 1995, 3 v: Praprotnik, 2003a, 6.

⁵ Jones 1997, 9.

⁶ Praprotnik, 2003a, 7.

ne označitve to komunikacijo označevale kot anonimno, neosebno, egalitarno, fragmentirano, "spoken-like", pri čemer so navedene lastnosti pripisovali sami naravi medija. Lingvistka Susan Herring meni, da pri raziskavah ni bilo mogoče razlikovati med različnimi tipi in rabami računalniško posredovanega diskurza.⁷ Izmenjave prek RPK so hitrejšje kot pisane izmenjave, po drugi strani pa bistveno počasnejše kot govorna interakcija, saj je tudi v sinhronih klepetalnicah tipkanje počasnejše od navadnega govorjenja.

Zaradi tovrstnih značilnosti participant razumejo računalniško posredovani diskurz kot distinktivno obliko komunikacije, različno tako od pisanja kot tudi od govorjenja, vsekakor pa kot obliko komunikacije, ki ima svoje tipične omejitve in tudi (z)možnosti.

S stališča lingvističnega raziskovanja je zanimiva percepcija, da je raba jezika v računalniško posredovani komunikaciji manj natančna, kompleksna in koherentna kot raba jezika v tradicionalnem pisanem jeziku. Računalniški jezik naj bi postal fragmentiran in z manj besednega zaklada. Nekateri celo predvidevajo, da bo tovrstna raba jezika čez čas povzročila, da bo ekspresivna funkcija jezika sčasoma izginila. Susan Herring v zvezi s takimi stališči opozarja na dejstvo, da čeprav računalniški jezik pogosto vsebuje nestandardne oblike jezika, lahko samo za relativno majhen delež take rabe jezika ocenimo, da so to napake, katerih vzrok je nepazljivost ali pomanjkanje seznanjenosti s standardnimi jezikovnimi oblikami. Večina "nepravilnosti" je posledica namerne izbire uporabnikov, ki skušajo skrajšati čas pisanja in pisanje približati govoru, ali pa se bodisi želijo kreativno izražati.⁸ Medij kot tak torej ne povzroča osiromašenja in napak; napake so načrtne, a prav ta načrtnost po drugi strani nakazuje na proces standardizacije jezika. Nadaljnja zavestna praksa, ki pripelje do nekonvencionalne ortografije, je tekstualna reprezentacija nekaterih "psihičnih stanj", kot je tipkanje besede "hahaha", kar izraža smeh. Uporabniki računalnikov so tudi razvili različne strategije, ki nadomeščajo kontekstualne znake, ki so običajni v neposredni (angl. *face-to-face*) komunikaciji. Taka strategija je uporaba tako imenovanih smeškov (angl. *emoticons*, *smileys*), ki reprezentirajo obrazne ekspresije in s tem "psihična stanja" uporabnikov. Prav tako pa lahko z besedilom predstavijo fizična dejanja (ploskanje, objemanje sogovorca).

Tovrstne strategije torej ne odražajo nepopolnosti ali osiromašenosti komunikacije, ampak zlasti demonstrirajo sposobnost uporabnikov, da se prilagodijo računalniškemu mediju oziroma da zmožnosti tega medija izrabijo tako, da lahko zadovoljujejo svoje (komunikacijske) potrebe. Taka praksa pelje v rabo jezika, ki kljub svoji naravi zapisanega besedila pogosto vsebuje elemente oralnosti.

⁷ Herring, 2001, 1–2.

⁸ Herring, 2001, 5.

Čeprav je deterministični vpliv računalniškega medija na rabo jezika v številnih nereflektiranih stališčih pretiran, pa nekatere značilnosti računalniških sistemov igrajo (vsaj posredno) vlogo pri oblikovanju rabe jezika znotraj RPK. Taka značilnost je na primer (a)sinhronost. Pri asinhronih oblikah sta čas pošiljanja in čas prejemanja sporočila različna; sporočila so poslana v času X, prejemnik pa jih prebere v času Y. Elektronska pošta ali e-forumi so tak primer. V sinhronih klepetalnicah (na primer v popularnem računalniškem protokolu *Internet Relay Chat*) pa sta pošiljatelj in prejemnik sporočila sočasno navzoča v klepetalnici in se dejansko pogovarjata "v živo" (angl. *real-time chat*). Pri tej obliki komunikacije se sporočilo pošilja kot celota in prejemnik ne ve, da je bilo sporočilo naslovljeno njemu, vse dokler se to sporočilo ne prikaže na računalniškem zaslonu, kar pomeni, da nekateri elementi govorne interakcije manjkajo, saj "govorcu" – na primer – ne moremo skočiti v besedo. Uporabniki so prisiljeni, da zatem, ko z ukazom *send* pošljejo sporočilo, počakajo na povratno sporočilo. V tem primeru torej ne prihaja do časovnega prekrivanja sporočil. V nekem trenutku uporabnik zre v bel zaslon, v naslednjem trenutku pa zagleda celotno sporočilo. Zato se lahko pridružimo Crystalovi trditvi, da je ta sistem "off - on", ki zelo ustreza samemu binarnemu računalniškemu sistemu, radikalno drugačen od kompleksne realnosti vsakdanje konverzacije.⁹

Prvim poenostavljenim interpretacijam RPK, ki so tej komunikaciji spričo odsotnosti nekaterih elementov "normalne" komunikacije pripisovali problematičen značaj, so pozneje vseeno sledili bolj elaborirani pogledi na ta pojav, ki so vzpostavili tudi živahen dialog med bolj ali manj nasprotujočimi si pogledi oziroma interpretativnimi pristopi, ki sicer zelo variirajo glede svojih teoretskih podlag, vsem pa je na določen način skupno naslednje vprašanje: V kolikšni meri naj računalniško posredovano komunikacijo razumemo kot medij, ki je zmožen podpirati socialne odnose? Oziroma z drugimi besedami: V kolikšni meri je ta komunikacija socialna? To vprašanje je spodbudilo različne teorije, ki so skušale oceniti "socialno učinkovitost" računalniško posredovane komunikacije in identificirati posebne okoliščine, v katerih ta komunikacija lahko podpira ali zavira socialni vpliv in odnose. Pri osredotočanju na ta problem so se socialno-psihološke raziskave v pretežni meri osredotočile na besedilno zasnovano sinhrono in asinhrono RPK, ki so jo tako teoretično kot praktično primerjali z neposredno (angl. *face-to-face*) komunikacijo.¹⁰ Vprašanje glede stopnje socialnosti RPK je seveda že v samem temelju izrazito deterministično, saj pripisuje RPK določen status inferiornosti v primerjavi z neposredno komunikacijo. Splošno "pomanjkljivost" RPK so namreč videli prav v

⁹ Crystal, 2001, 30 v Praprotnik 2003b, 40–41.

¹⁰ Spears, Lea, Postmes, 2001, 2.

njeni besedilni naravi, ki ne omogoča posredovanja določenih socialnokontekstualnih signalov, ki jih omogoča neposredna komunikacija (gestikulacija, intonacija v diskurzu).

Različnim bolj ali manj determinističnim interpretacijam so se odzvali različni pogledi in teorije. Eden bolj uveljavljenih je povzet v vprašanju, ki sta ga oblikovala Walther in Burgoon: ali medij oblikuje komunikacijo ali – nasprotno – ljudje uporabljajo medij, da ustreže njihovim (komunikacijskim) potrebam. Walther je nekaj let pozneje (1996) predlagal tudi koncept hiperpersonalne komunikacije (angl. *hyperpersonal communication*), v katerem je zagovarjal hipotezo, da odnosi *on-line* včasih prinesejo bolj socialne in intimne izkušnje kot odnosi *off-line*. Se je pa že sam Joseph Walther zavedal, da tovrstna hipoteza ne upošteva vseh kontekstualnih variabel (na primer narave komunikacijskih ciljev, v katere so vključeni komunikatorji; sestave skupine).¹¹

2. PREGLED OSNOVNIH INTERPRETATIVNIH TEORIJ O RPK

V široki pahljači različnih perspektiv, ki interpretirajo odnos med računalniško posredovano komunikacijo in neposredno komunikacijo, lahko precej natančno prepoznamo dve osnovni perspektivi; ena je tehnološko-deterministični pogled in trdi, da omejitve, ki karakterizirajo RPK, omejujejo njeno uporabnost za posredovanje raznovrstnih, socialno niansiranih informacij. Druga perspektiva pa zastopa stališče, da lahko – podobno kot neposredna komunikacija – tudi (v pretežni meri) tekstualna RPK posreduje socialno raznovrstne in “bogate” informacije.¹²

Tehnološko-deterministični pogledi na RPK so izhajali iz zgodnejših raziskav in večina teh raziskav je vključevala laboratorijske študije ali poskuse, v katerih so majhne skupine delale na strukturiranih problemih in zgolj v omejenem času. Malcolm Parks in Kory Floyd ugotavljata, da so rezultati teh prvih študij na splošno poudarjali socialne pomanjkljivosti računalniško posredovane komunikacije, s tem pa so na splošno tudi implicirali, da visoko razviti, pozitivni osebni odnosi le redko nastanejo v RPK, vsekakor bistveno redkeje kot pa v neposredni komunikaciji. Računalniško posredovane skupine naj bi se soočale s problemom težavnega prepoznavanja in osredotočanja na skupna stališča ali poglede, ki ponavadi tvorijo nekakšen temelj komunikacije. Posamezniki v RPK naj bi bili tudi pogostejše vključeni v nekonformno vedenje.¹³ Te ugotovitve so bile v pretežni meri interpretirane v skladu

¹¹ Hian et al., 2004, 2.

¹² Hian et al., 2004, 3.

¹³ Parks, Floyd, 1999, 2.

s perspektivo oziroma teorijo, ki jo imenujemo redukcija socialnokontekstualnih znakov/signalov (angl. *Reduced social context cues*).¹⁴ Ta perspektiva oziroma interpretativni pristop je nekakšen dežnik, ki pokriva različne, bolj ali manj podobne teorije, ki trdijo, da manko neverbalnih signalov v RPK (gestikulacija, mimika, intonacija v diskurzu) povzroča, da je ta komunikacija bolj neosebna kot neposredna interakcija. Z vidika kontekstualnih in vizualnih signalov naj bi bila računalniško posredovana komunikacija reducirana, zato naj bi bila manj osebna in manj prilagodljiva.¹⁵ Ameriška sociologa Sproull in Kiesler sta na primer trdila, da v računalniško posredovani komunikaciji ni nekaterih relacijskih elementov (socialnokontekstualni znaki/signali), to pa sogovorncem onemogoča, da bi natančno identificirali tip interpersonalne situacije, v kateri se znajdejo. Iz tega sta sklepala, da RPK nastaja v socialnem vakuumu, kjer obstaja težnja po bledenju in zginjanju osebnih identitet. Navedimo tipično stališče, ki ga je zagovarjala ta teorija:

*“People who interact via computer are isolated from social rules and feel less subject to criticism and control. This sense of privacy makes them feel less inhibited in their relations with others”.*¹⁶

Večina kritik na račun te teorije je bila usmerjena na njeno stališče glede manka socialno-kontekstualnih znakov v RPK. Stališče te teorije, po kateri računalniško posredovana komunikacija nastaja v socialnem vakuumu, so razumeli kot izrazito nesprejemljivo, saj tak pristop reducira socialno realnost na določeno obliko fizične povezave med posamezniki. G. Mantovani je to zgostila v naslednji misli: *“To be excluded from the social context isn’t simply a matter of being alone in a room.”*¹⁷

Nekaj podobnega kot teorija o redukciji socialno-kontekstualnih znakov zagovarja tudi tako imenovana teorija socialne prisotnosti (angl. *Social presence theory*). Ta poudarja sociabilnost, toplino, prisotnost osebnih informacij in občutljivost neposredne komunikacije, vse te lastnosti pa naj bi drugi mediji omogočali samo v omejenem obsegu.¹⁸ Teorija ugotavlja, da uporabniki zaradi manjšega števila socialnih kodov, dostopnih znotraj internetnega medija, manj pozornosti namenjajo drugim udeležencem v komunikaciji. Tako je posameznik bolj “pogrešljiv” za druge udeležence.

Pomembno pa je še nekaj. Odsotnost klasičnih vizualnih znakov, ki pona-

¹⁴ Van Dijk, 1999, 16.

¹⁵ Parks; Floyd, 1999, 2.

¹⁶ Sproull, L.; Kiesler, S. (1991), *Connections: New ways of working in the networked organizations*. Cambridge, MA: MIT Press, str. 48; v: Riva, Galimberti, 1998, 22.

¹⁷ Mantovani v: Riva; Galimberti, 1998, 23–24.

¹⁸ Van Dijk, 1999, 15.

vadi spremljajo neposredno komunikacijo in ki kažejo na socialno-emocionalne reakcije sogovornikov, včasih povzroči, da postanejo uporabniki manj družbeno občutljivi in včasih tudi bolj grobi do sogovornikov, na primer s tem, da uporabljajo zelo agresiven jezik in so bolj nagnjeni k nesramnosti in žaljenju, kar v internetnem žargonu imenujemo *flaming*.

Anonimnost naj bi torej imela dvojni učinek; zmanjšuje vpliv socialnega pritiska na posameznika, hkrati pa z "osvobajanjem" posameznika zvišuje stopnjo agresivnega ali vsaj neprijaznega komuniciranja.¹⁹ Vseh tipov "problematične" interakcije pa vseeno ne moremo razlagati kot posledico tehnoloških značilnosti medija, saj bi s tem zdrsnili v tehnološki determinizem. V okoljih računalniško posredovane komunikacije so namreč sporočila pogostejše označena kot agresivna prav zaradi manka konteksta in zaradi nepoznavanja ali neusklajenosti interakcijskih norm pošiljatelja in prejemnika, ali pa zato, ker se komunikacijske norme še niso vzpostavile. V tej smeri gredo tudi nekatere interpretacije, ki skušajo preseči preproste razlage, po katerih so žalitve izključno in tipično fenomen *on-line*.²⁰

Model socialne prisotnosti, ki so ga razvili Short, Williams in Christie (1976), se je osredotočil na komunikacijo po telefonu ter avdio- in videopovezav ter je bil zelo vpliven pri interpretaciji poznejših raziskav na področju RPK. V skladu s tem modelom je kritični dejavnik v komunikacijskem mediju njegova "socialna prisotnost". To je dejavnik, ki vključuje različna razsežja, ki se navezujejo na stopnjo interpersonalnega stika; sem uvrščajo tudi "intimnost", "neposrednost".²¹

Tudi tako imenovana *Media richness theory/ The effects of choosing CMC* se osredotoča na prevadujoči besedni (pisni) način računalniško posredovane komunikacije in v skladu s tem razume RPK kot relativno siromašen, "nerodovit" medij (angl. *lean*), če ga primerjamo z neposredno komunikacijo, ki vsebuje multiple signale in domnevno visoko stopnjo personalizacije. Ta teoretični koncept, ki je bolj teorija o izbiranju medija kot pa teorija o učinkih določenega medija, zastopa stališče, da je tisti medij, ki je manj "bogat" z informacijami, hkrati bolj primeren za manj dvoumne komunikacijske cilje. Po tej logiki je neposredna komunikacija (angl. *face-to-face*) primerna (tudi) za izrazito dvoumna sporočila oziroma za tak tip komunikacije, kjer je mogočih več (nasprotujočih si) interpretacij, medtem ko so "siromašnejši" mediji – kot je

¹⁹ Boudourides 1995, 3–4.

²⁰ O'Sullivan, Flanagan, 2001 v: Praprotnik 2003a, 45–46. Več o problematiki žaljivk v računalniško posredovani komunikaciji: Tadej Praprotnik (2003c), *Pragmatični vidiki žaljive komunikacije v računalniško posredovani komunikaciji: multipla perspektiva*. Teorija in praksa, letnik 40, številka 3, maj–junij 2003, 514–539.

²¹ Spears, Lea, Postmes, 2001, 4–5.

RPK – bolj ustrezni za relativno nedvoumne komunikacijske cilje.²² Koncept sta razvila Daft in Lengel (1984),²³ očitno ne poznavajoč – kot ugotavljajo v svojem članku Spears, Lea in Postmes – predhodnih raziskav, ki so interpretirale RPK s stališča teorije socialne prisotnosti. Osnovna propozicija tega pristopa je v tem, da lahko komunikacijske medije razvrstimo vzdolž kontinuuma “bogatosti” medija in sicer glede na njihovo sposobnost oziroma zmogljivost procesiranja dvoumnih informacij; komunikacijske napake lahko v tem smislu razložimo kot neujemanje med dvoumnostjo komunikacijskih ciljev in bogatostjo izbranega medija.²⁴ Poznejše modifikacije tega modela so ga razširile prek primarno zastavljenih in izrazito informacijsko usmerjenih okvirov. V model so vključile nekatere ideje simbolnega interakcionizma. V tako revidirani verziji so Trevino, Daft in Lengel (1991)²⁵ poudarili, da lahko “eksterne sile” ali kontekstualni dejavniki vplivajo na izbor medija. Sem vključujejo dejavnike, kot so oddaljenost, časovni pritisk, dostopnost medija in obstoj kritične mase uporabnikov. Revidirana interakcionistična perspektiva glede izbiranja medija prepozna, da lahko simbolni pomeni različnih medijev, ki so neodvisni od vsebine sporočila (primerjaj z McLuhanovo znano idejo: “the medium is a message”), tudi vplivajo na komunikacijske izide.²⁶

Razmišljanja, kako “rodovitna” je računalniško posredovana komunikacija, so prav kmalu prekinila različna pričevanja o tem, kako so ljudje v virtualnem okolju interneta vzpostavili izrazito intimne odnose. V ospredje so prišle teorije, ki so skušale natančneje proučiti in pojasniti naravo računalniško posredovanih odnosov, zlasti pa so se zoperstavile tehnološkemu determinizmu, ki je navzoč v polju interpretacij, ki jih s skupnim imenom imenujemo redukcija socialnokontekstualnih znakov/signalov. Alternativni pojasnjevalni pristopi/modele so skušali vključiti širši socialni vpogled v kontekst RPK; pomemben alter-

²² Hian, 2004: 6. V to smer so uperjene tudi nekatere raziskave, ki skušajo ugotoviti zmožnosti računalniško posredovane komunikacije za različne komunikacijske cilje. Na tej ravni na primer skušajo ugotoviti oziroma opredeliti – kot je indicirano v naslovu spodaj navedenega članka – “naravo” računalniško posredovane komunikacije: ali je ta bolj “task-oriented” ali bolj “social-emotion oriented” ali kar oboje? Več o tej problematiki je najti v: Liu, Yuliang, (2002), What Does Research Say about the Nature of Computer-mediated Communication: Task-Oriented, Social-Emotion-Oriented, or Both? *Electronic Journal of Sociology* (URL: <http://www.sociology.org/content/vol006.001/liu.html>).

²³ Spears, Lea, Postmes, 2001, 6.

²⁴ Spears, Lea, Postmes, 2001, 6. V okviru teorije so predlagali štiri dejavnike, s katerimi lahko določamo bogatost medija:

1. sposobnost medija za transmisijo multiplih signalov;
2. sposobnost takojšnjega feedbacka;
3. uporaba naravnega jezika;
4. fokusiranost medija.

Glede na te kriterije oziroma dejavnike se je ponavadi domnevalo, da je RPK relativno “nerodovitna” medij, vsaj če ga primerjamo z neposredno komunikacijo.

²⁵ Spears, Lea, Postmes, 2001, 7.

²⁶ Spears, Lea, Postmes, 2001, 7.

nativni model je tako imenovani model SIDE (*The Social Identity Model of Deindividuation Effects*). Implikacija tega pristopa je naslednja: čeprav vedenjske učinke lahko pripišemo tudi anonimnosti, ne bi smeli domnevati, da ta anonimnost vselej generira določene antinormativne učinke. Specifične značilnosti RPK so odvisne zlasti od posameznih komunikacijskih norm,²⁷ ki so povezane z določeno osebo ali skupinsko identiteto. Ta teza formulira ključno razliko od drugih psiholoških pristopov, ki eksplicitno predvidevajo neosebno naravo anonimne RPK.²⁸

Raziskave so tudi pokazale, da anonimnost poveča stereotipno percepcijo skupin v RPK in da so procesi stereotipiziranja, pa tudi skupinske norme in socialni vplivi bolj navzoči v anonimni RPK, manj pa v pogojih, kjer je identiteto moč prepoznati.²⁹ Kljub očitnemu manku neverbalnih socialnih signalov v

²⁷ Tovrstne norme seveda lahko zelo variirajo glede na kontekst. To se še najlaže vidi pri bolj ekstremnih jezikovnih rabah, na primer pri vprašanju žaljivk v računalniško posredovani komunikaciji (angl. *flaming*), ki se pogosto simplificirano razlagajo kot učinek tehnoloških značilnosti RPK, kot so manko širših kontekstualnih znakov, manko socialne prisotnosti uporabnikov, anonimnost in podobno. Vendar pa je žaljivo vedenje lahko v določenem kontekstu celo predpisano oziroma povedano drugače: uporabnik s takim vedenjem signalizira svojo pripadnost (identifikacijo) določeni skupnosti. Ta pristop lahko tudi pomaga nekaterim drugim uveljavljenim modelom, ki pojasnjujejo vzroke žaljive komunikacije. Analize, ki sta jih opravila Martin Lea in Russel Spears, tudi kažejo na to, da računalniško posredovana komunikacija v diskusijskih skupinah ne reflektira generične norme (neosebna komunikacija, orientacija na naloge), ampak da se norme konstruirajo sproti in šele v sami interakciji. Žaljiva komunikacija ni tipična kar za vse interakcije *on-line*, ampak variira in je bistveno odvisna prav od skupinskih norm.

V nasprotju s precej razširjenim prepričanjem, da se žaljiva komunikacija pojavlja znotraj celotne računalniško posredovane komunikacije, naj bi se ta pojavljala samo v majhnem deležu sporočil, njena absolutna in relativna pogostnost (v primerjavi s komunikacijo *face-to-face*) pa naj bi bila precejšnja. To je med drugim posledica dejstva, da je permanentnost sporočil tekstualne internetne komunikacije bolj distinktivna in se je udeleženci interakcije tudi lažje zapomnijo, prav tako pa sama narava medija, kjer posameznik pošilja sporočila številnim ljudem sočasno (eno sporočilo vidi veliko ljudi), povzroči, da vsako posamezno žaljivko prebere veliko ljudi. Žaljiva komunikacija naj torej ne bi bila generalni učinek medija računalniško posredovane komunikacije. Žaljiva komunikacija je zlasti normativne narave in ni toliko posledica samega medija. Obstaja veliko tipov sporočil, ki bi lahko vsebovali element, ki tipično zaznamuje žaljivo vedenje, ki pa vseeno niso videni kot žaljivke. Kot primer lahko navedemo vulgarnost, ki je jezikovni element, za katerega se predpostavlja, da je ključni indikator žaljivega vedenja. Veliko sporočil uporablja vulgarnost, ki bi jo lahko opredelili za žaljivko, vendar pa je tudi veliko primerov, ko vulgarnosti, uporabljene v sporočilu, ne bi razumeli kot žaljivko. Raba vulgarnega jezika med bližnjimi prijatelji je lahko marker tesnega prijateljstva oziroma utrjenega odnosa. Prijatelji se lahko naslavljajo s sovražnimi ali vulgarnimi termini kot obliko igre ali prijateljskega verbalnega obračunavanja in torej uporabljajo besede, ki jih nikoli ne bi uporabili v komunikaciji z nekom, ki je zunaj njihovega socialnega omrežja. V takih primerih lahko normativna jezikovna raba znotraj skupine vključuje – ali celo predpisuje oziroma predpostavlja kot dobrodošlo – uporabo vulgarnosti. Taka jezikovna raba markira pripadnost skupini. Žaljivo vedenje je pogosto označeno kot antisocialno, ker veliko raziskovalcev teži k ignoriranju vpliva skupinskih norm in prav zato definirajo žaljivke kot protinormativne. Vendar pa so dejanja, ki bi jih zunanji opazovalci lahko razumeli kot žaljivke, lahko "zaželeni in dobrodošli" znotraj specifične skupine, v kateri imajo pripadniki enake norme in pravila interpretacije. Zunaj te socialne mreže, kjer prevladujejo drugačne interakcijske norme, pa bi bila lahko popolnoma enaka jezikovna raba razumljena precej bolj negativno, tako za pošiljatelja kot za naslovnik. Skupne socialne kategorije so torej pomembni viri socialnega vpliva, ne glede na dejansko vsebino sporočila, "rodovitnost" medija in signale, ki jih ta medij vzpostavlja. Prav zato so žaljivke in žaljiva komunikacija opredeljeni kot elementi, ki so radikalno odvisni od konteksta in ki so prepoznani kot specifika skupine in na katere zelo vplivajo normativna pričakovanja (Baym, 2002; Spears et al., 2001, 16–17 v Praprotnik, 2003b, 44–45 in Praprotnik, 2003c, 514–539).

²⁸ Spears, Lea, Postmes, 2001, 15.

²⁹ Spears, Lea, Postmes, 2001, 18.

RPK obstaja v tem okolju – paradoksalno – močnejši osebni vtis o komunikacijskem partnerju, kjer v znatni meri pomagajo procesi stereotipiziranja in generalizacije.

Virtualna realnost je namreč komunikacijsko okolje, v katerem posamezniki zaznavajo prisotnost svojih sogovorcev, precej manj pa so prepričani glede resničnosti predstavljenih identitet svojih sogovorcev. Ta paradoks nastaja, ker je fizična navzočnost drugih oseb simulirana, govorčev pravi realni obraz se lahko “skrije” za masko napačne identitete.

Seveda ni naključje, da se pripadniki e-skupnosti zelo pogosto skrijejo in privzamejo napačno identiteto, bodisi z vzdevkom ali drugače. Posameznik lahko celo igra več identitet, ki jih “postavi na oder”. Pogoste so tudi spremembe spola (angl. *gender switching*), in sicer zaradi specifičnih namenov: da bi ljudje spoznali nasprotni spol, da bi odkrili, kako doživljajo spol pripadniki nasprotnega spola, atraktivno pa je lahko tudi samo “dejanje” preoblačenja v nasprotni spol. Obstaja pa določen problem: kako komunicirati in aktivirati proces umeščanja v neko novo, izmišljeno identiteto, ne da bi pri tem izrazili tudi svojo lastno identiteto? Komunikacija namreč vedno zahteva ogrodje določenih pravil in pomenov, in to je še posebej očitno v RPK, v kateri so določeni tipični elementi neposredne komunikacije odsotni ali vsaj manj prisotni. Ena od rešitev je v tem, da predstaviš virtualno, izmišljeno identiteto tako, da kodiraš kulturna pričakovanja na simbolni ravni. Zato mora pri konstrukciji virtualne identitete posameznik uporabiti širšo paleto socialnih stereotipov, kot bi jih sicer v neposredni komunikaciji, če želi, da bo ta virtualna identiteta prepoznana in sprejeta kot resnična. V tem primeru RPK nekako “sili” posameznike k pogostejši uporabi stereotipnih stališč in vedenjskih obrazcev (“ženski”, “moški” pogled; “ženski”, “moški” stil govora). Predstavljene identitete so lahko tudi neki mogoči vidiki identitete, ki jih zaradi socialnih norm ne izražamo v neposredni komunikaciji. V anonimni RPK lahko torej posamezniki kreirajo neskončno število mogočih identitet, vendar pa je v normalnih okoliščinah repertoar mogočih identitet neka kombinacija posameznikovih osebnih izkušenj in komunikacijskega okolja, ki ga pozna.³⁰

Joseph Walther je v 90. letih 20. stoletja prispeval kar dva interpretativna modela oziroma teoriji, ki sta skušali ponuditi alternativo prevladujočim tehnološko-determinističnim pristopom. Prvi model je poimenoval *The Social Information processing Theory* (okr. SIP).³¹ Ta poudarja, da vsi komunikatorji – ne glede na medij – doživljajo podobne potrebe po redukciji negotovosti in potrebo po naklonjenosti. Pri zadovoljevanju teh potreb uporabniki RPK podobno

³⁰ Riva, Galimberti, 1998, 33.

³¹ Walther, 1992 v Hian et al., 2004, 4.

kot uporabniki drugih komunikacijskih kanalov skušajo izvajati relevantno in socialno ustrezno interakcijo. Razlika med RPK in neposredno komunikacijo po tem interpretativnem modelu ni v sposobnosti za izvajanje socialnih interakcij, razlika med njima nastaja glede stopnje oziroma hitrosti razvijanja odnosov. Razlika je časovne narave, torej kdaj nastopi izmenjava socialno-emocionalnih informacij. To pomeni, da se po določenem času tudi v okolju RPK razvijejo odnosi na enak način kot v neposredni komunikaciji.³² Pozneje je Joseph Walther artikuliral drugačno teorijo, ki je ekstenzija dveh predhodnih teorij oziroma modelov, in sicer modela SIDE in prvega Waltherjevega modela (SIP). Leta 1996 je namreč izdelal tako imenovani *Hyperpersonal communication model*, ki je uvedel nove dejavnike, ki naj pojasnijo, kako lahko virtualno okolje interneta omogoči posameznikom, da izkusijo raven medsebojne bližine, ki je značilna za neposredno komunikacijo, oziroma je ta raven lahko v virtualnem prostoru celo višja kot v neposredni komunikaciji. To izkustvo uporabniki ponazarjajo z lastnimi izkušnjami *on-line*, da se namreč medsebojno hitreje in bolj odkrito spoznavajo, in – na primer – opozarjajo, da vedo “*so much more about each other than is normally possible through a conventional relationship*”. Walther je ta fenomen, v katerem se RPK doživlja kot bolj intimna komunikacija v primerjavi z neposredno komunikacijo, imenoval hiperpersonalna komunikacija (angl. *hyperpersonal communication*).³³ Walther navaja tri nujne pogoje za vzpostavitev hiperpersonalne komunikacije, in sicer:

1. prejemnikova idealizacija sogovorca zaradi pretirane atribucije, kjer prejemnik pripisuje sogovorniku izrazito pozitivne vrednote;
2. pošiljateljeva selektivna samoreprezentacija, v kateri ima pošiljatelj možnost, da optimalno uredi svoje sporočilo, preden ga pošlje;³⁴

³² Hian, 2004, 4.

³³ Parks & Roberts v: McDowell, 1999, 1.

³⁴ Računalniško posredovana komunikacija omogoča manipulacijo in nadzorovanje bolj ali manj relevantnih informacij, ki jih pošiljatelj želi ali noče posredovati. Erving Goffman je v svojem klasičnem delu *The Presentation of Self in Everyday Life* razlikoval med *expressions given* in *expressions given off*. Nas bi lahko zlasti zanimala prva vrsta prezentacij. To so namenoma postavljena sporočila, ki indicirajo, kako nekdo želi biti percipiran, torej kako želi biti viden v očeh drugih ljudi. *Expressions given off* pa so po drugi strani neintencionalna sporočila, torej sporočila, ki jih podamo nehote in so informacije, ki jih oddajamo, ne da bi se tega zavedali. Ena pomembnih topik je njegova koncepcija dramaturškega dela v interakciji. Goffmanovo ogrodje za koncept dramaturgije je postavljeno v knjigi *The Presentation of Self in Everyday Life* (1959). Material v tej knjigi se opira na ideje, ki jih je razvil v doktorski tezi. Goffmanovo centralno zanimanje v knjigi je v tem, kar on imenuje *The art of impression management*. To se navezuje na tehnike, ki jih ljudje uporabljajo za nadzorovanje vtisov, ki si jih drugi ljudje ustvarijo o njih na podlagi njihovih interakcij. Goffmana zanimajo načini, kako ljudje prezentirajo sami sebe z namenom nadzorovanja vtisov, ki jih drugi oblikujejo o njih.

V tem pristupu se predpostavlja, da se posameznik pogosto izraža na način, ki je oblikovan tako, da impresionira druge ljudi. Obstaja subtilnost, ki se je moramo zavedati, in sicer: Goffman razlikuje med dvema tipoma ekspresij. Prve se nanašajo na tako imenovane *expressions given* in nastopajo takrat, ko so različni znaki namenoma uporabljeni, da posredujejo določene informacije drugim ljudem. To so intencionalne in nadzorovane ekspresije. Goffmanova druga kategorija so *expressions given off*, in so način, kjer

3. sklenjen krog povratnih informacij oziroma recipročnost interakcij, kjer medsebojno vplivanje idealizacije in samoreprezentacije postane dinamičen proces.³⁵

Če vsi ti pogoji sovpadajo, lahko po Waltherjevem mnenju ljudje razvijejo občutek bližine (angl. *a sense of closeness*).³⁶ Hiperpersonalni model so potrdile številne študije, ki so dokazovale, da se kljub dejstvu, da je računalniško posredovana komunikacija glede stopnje interakcije počasnejša kot neposredna komunikacija, odnosi v obeh tipih komunikacije po določenem času razvijajo na enak način. Čeprav so interpersonalni vtisi komunikatorjev *on-line* pri prvem medsebojnem srečanju manj razviti, pa se ti vtisi po tretjem srečanju približajo ravni vtisov v neposredni komunikaciji. V večini študij se je hiperpersonalna komunikacija proučevala z merjenjem relacijske intimnosti, ta koncept pa sugerira več kot zgolj neko združenje ali povezanost (angl. *affiliation*). Koncept re-

se informacije posredujejo nenačrtno in nenadzorovano. Če želimo priti do resnice o določeni situaciji, so seveda bolj povedne in indikativne druge informacije – *expressions given off*. Ker vemo, da ljudje radi prezentirajo sami sebe v najboljši luči in da pogosto manipulirajo z znaki, moramo uporabiti *expressions given off* kot kontrolno točko glede resnicoljubnosti oziroma skozi ta vidik preveriti načrtno posredovane interakcije. Če se nenačrtni znaki, geste, besede, ne skladajo z načrtno posredovanimi izrazi, potem je seveda celotna igra, teatralna prezentacija posameznika, dvomljiva.

Tipični primer samoprezentacije so tudi osebne/domače spletne strani posameznikov in posameznic. Poskus aplikacije Goffmanovega koncepta v polju analize domačih spletnih strani lahko najdemo v: Miller, Hugh (1995), *The Presentation of Self in Electronic Life: Goffman on the Internet*. Cyberpsychology at Nottingham Trent University.

³⁵ Na tem mestu lahko nekoliko natančneje prikažemo tipična stališča te teorije, saj se prav ta teorija najbolj usmerja k vprašanju oblikovanja intimnih odnosov v virtualnem prostoru. Poleg zmožnosti komunikatorja, da selektivno predstavlja informacije o sebi in s tem vpliva na (bolj) pozitivno oblikovanje podobe "v očeh" drugih udeležencev, kar je eden od elementov, ki pripomore k hiperpersonalnemu učinku RPK, poznamo še nekatera druga izhodišča, ki so bila podlaga temu pojasnjevalnemu modelu.

1. V neposredni (*face-to-face*) komunikaciji se veliko emocionalne in kognitivne energije porabi v procesu pravilnega konstruiranja in pravilnega razumevanja verbalnega govora (ki je spontan, včasih simultani in zato včasih težko razumljiv). V neposredni komunikaciji moramo biti pozorni na številne neverbalne znake in spoštovati pravila izmenjave govorcev (angl. *the rules of turn-taking*). Nasprotno pa asinhroni tip RPK (kjer se vsak uporabnik ločeno "logira" na forum, torej kadar ima čas ali željo), kjer prihaja do časovnega zamika med sporočili (na primer e-mail, ali e-forumi), omogoča uporabniku več časa za "predah" in za natančno reflektiranje prejetega sporočila, s tem pa omogoča tudi več časa za premišljeno konstrukcijo (povratnega) sporočila. Ker imamo v računalniško posredovani komunikaciji večjo možnost osredotočanja na konstrukcijo sporočila, lahko na ta način komunikacija deluje na bolj "socialno zaželen" način, s tem pa postane RPK učinkovitejša kot pa neposredna komunikacija.

2. Zelo opredeljujoč dejavnik neposredne komunikacije je tudi nujnost fizične vključenosti v interakcijo. Neposredna komunikacija predpostavlja sinhronizacijo med komunikacijski partnerji, zlasti sinhronizacijo v smislu, kdaj sta oba dostopna, da se lahko vključita v neposredno interakcijo. Ta "materialna" sinhronizacija je lahko neudobna in stresna prav zaradi časovnega usklajevanja. Zaradi takega usklajevanja "urnikov" pa lahko "trpijo" druge aktivnosti, ki jih morajo posamezniki tudi opraviti. Ker smo pogosto soočeni s pomanjkanjem časa, je tisti čas, ki ga namenimo neposredni komunikaciji, pogosto zelo "obložen" s trivialnimi, se pravi k cilju usmerjenimi (angl. *task-oriented*) konverzacijami, manj pa k družabnemu govorjenju. Povsem drugače je v asinhroni RPK, ki ne zahteva te oblike sočasne fizične vključenosti; sogovorca medsebojno komunicirata, ko si to sama izbereta, pogosto je to takrat, ko že končata druge "banalne" aktivnosti. Ker lahko oba komunikacijska partnerja sodelujeta v takem odnosu v skladu s svojim, poljubno načrtovanim "urnikom", izginejo nekateri časovni pritiski, s katerimi smo soočeni v neposredni komunikaciji. Zato lahko oba komunikacijska partnerja več časa namenita družabni oziroma emocionalno usmerjeni interakciji, hkrati pa nimata občutka, da sta čas, ki sta ga namenila tej interpersonalni komunikaciji, "ukradla" drugim vsakodnevnim obveznostim (Walther, 1996 v McDowell, 1999, 2).

³⁶ Hian, 2004, 4.

flektira tip bližine in recipročnosti, ki je v medsebojnih odnosih visoko cenjen. Spremembe v relacijski intimnosti so lahko izrazito pomembne za posameznika in jih lahko razumemo kot kazalec razvoja odnosa. Znotraj tega modela so predstavili različne definicije intimnosti; po eni varianti je intimnost tip interakcije, za katero so značilni naslednji elementi:

- a) partnerji se samorazkrivajo oziroma samoizpovedujejo;
- b) partnerji imajo dober občutek o njih samih, o drugih in o sami interakciji;
- c) partnerji percipirajo interakcijo kot proces, ki se nenehno izboljšuje in napreduje in ki reflektira medsebojno razumevanje.

Obstajajo tudi drugačni koncepti relacijske intimnosti, ki so sestavljeni iz treh dejavnikov; to so neposrednost, podobnost in receptivnost.³⁷

Hiperpersonalni komunikacijski model opisuje spremembe, ki se dogajajo v določenem časovnem loku, in razvoj odnosov. Študije, ki pa so proučevale posamezne specifične interakcije, so nagnjene k temu, da bodo našle prednosti neposredne komunikacije; podobni rezultati so bili tudi v primerih, ko so raziskovalci časovno omejili interakcije.

V študijah, ki so analizirale časovno neomejeno interakcijo, pa je prišlo do drugačnih rezultatov. Ugotovili so namreč, da je stopnja socio-emocionalne komunikacije v RPK višja, če čas interakcije ni omejen. Čas je po teh interpretacijah kritični dejavnik za razvoj odnosov, ne glede na način interakcije. Tako v neposredni komunikaciji kot tudi v RPK je trajanje interakcije relativno pomemben dejavnik. To seveda ne pomeni, da odnosi med uporabniki RPK skozi čas nenehno "pridobivajo na intimnosti"; to tudi ne pomeni, da se različni odnosi *on-line* razvijajo z enako stopnjo. Novejše raziskave so namreč pokazale, da so na primer študenti, ki so cenili delo prek RPK, pozitivneje ocenjevali svoje partnerje in so imeli boljše oziroma ustvarjalnejše delovne odnose kot tisti študenti, ki niso imeli predhodnih izkušenj s kolaborativnim delom prek RPK.³⁸ Na stopnjo odnosa znotraj RPK pa lahko vplivajo tudi drugi dejavniki. Uporabniki RPK se lahko namreč prilagodijo specifičnosti medija tako, da modificirajo komunikacijske stile, na primer s tem, da se odrečejo obrobni vprašanjem in odgovorom, ki označujejo normalno, površinsko interakcijo, značilno za neposredno komunikacijo med novimi znanci v neposredni komunikaciji.³⁹ Študija, ki so jo izvedli Horman, Bordia, Irmer in Chang (2002), pa

³⁷ Hian et al., 2004, 4–5.

³⁸ Hian, 2004, 4–5.

³⁹ Problem jezikovne rabe sicer zajema še več vidikov, na primer vprašanje, kako dosledno upoštevati konverzacijske maksime (Grice, 1999), ki so "intuitivna načela, ki naj bi vodila konverzacijsko interakcijo v skladu s splošnim kooperativnim načelom" (Verschuere, 2000: 54). Kot pravi Verschuere (2000: 59–60) "Griceova teorija konverzacijske implikature temelji na komunikacijskem modelu, ki najvišjo normativno vrednost pripisuje zahtevam po racionalnosti in učinkovitosti. Kot je bilo v pragmatični literaturi pogosto omenjeno, pa tudi socialno vedenje vsebuje norme, ki na pogled zahtevajo kršenje maksim."

je pokazala, da računalniško posredovane skupine pri prvi interakciji izražajo več konfliktnih situacij kot neposredne (angl. *face to face*) skupine, vendar ta razlika v nadaljnjih interakcijah izgine. V skladu z modelom hiperpersonalne komunikacije RPK omogoča posameznikom optimalno samoreprezentacijo, spodbuja proces medsebojne idealizacije sogovorcev, tako da naj bi se intimnost med komunikatorji *on-line* povečala. To pomeni, da je rast relacijske intimnosti med prvim in, na primer, tretjim srečanjem večja kot v neposredni komunikaciji.⁴⁰ Analiza, ki so jo izvedli Hian, Chuan, Trevor in Detenber (2004), je pokazala, da se v omenjenem eksperimentu ni potrdila postavljena hipoteza, da je razlika v relacijski intimnosti med računalniško posredovano komunikacijo in neposredno komunikacijo na prvem srečanju statistično pomembna, se je pa potrdila naslednja hipoteza, ki je predvidela, da bo rast intimnosti med prvim in tretjim srečanjem večja v računalniško posredovani komunikaciji (rast v računalniško posredovani komunikaciji je statistično pomembna, v neposredni komunikaciji pa ne).⁴¹ Raziskovalni rezultati omenjene študije so torej pokazali, da je število srečanj močan dejavnik, kakšen bo razvoj intimnosti v računalniško posredovani komunikaciji. Dejstvo, da relacijska intimnost med različnimi tipi komunikacije ne variira, pa lahko po njihovem mnenju hkrati podpira zavrnitev perspektive tehnološkega determinizma, po kateri je računalniško posredovana komunikacija inherentno inferiorna oziroma že "po naravi" prikrajšana za sposobnost izvajanja oziroma "spodbujanja" intimnih socialnih interakcij ter da značilnosti medija določajo, kako se bo komuniciralo oziroma kakšen tip komunikacije se bo razvil v posameznem

Zlasti vljudnostne norme pogosto ne dovoljujejo povsem informativnih izjav, neublažene resnice ali popolne jasnosti". O strategijah vljudnosti sta najbolj elaborirano teorijo izdelala Peneleo Brown in Stephen Levinson (1987).

Socialno interakcijo vodita dve osnovni pravili komunikacijske kompetence, in sicer:

1. svoj prispevek naredi čim bolj enoznačen (ta se navezuje na Griceove maksime konverzacije);
2. biti vljuden.

Jasnost (urejenost, točnost, relevantnost) izražanja in vljudnost oziroma obzirnost sta po drugi strani nasprotujoči si komunikacijski načeli, ki včasih tudi trčita drugo ob drugo. Biti vljuden včasih vključuje določeno stopnjo dvoumnosti, medtem ko hotenje po neposrednosti lahko povzroči užaljenost na strani prejemnika. Dvoumnosti lahko zmanjšujejo "ilokucijsko moč" izjave. Izjava: "Poročilo hočem imeti na svoji mizi ob treh," je jasno, pa tudi nekoliko ostro, medtem ko je izjava: "Če ti ni preveč naporno, bi te prosil, če mi lahko okoli treh prineseš tisto poročilo," precej dvoumna, zlasti pa uničuje v prvi izjavi jasno izraženo željo, da naj bo poročilo pripravljeno do tretje ure. Ta trk dveh načel je še posebej očiten v organizacijskih kontekstih – in veliko RPK se odvija prav v takih kontekstih. Zgrešene interpretacije sporočil so lahko v okolju RPK zelo pogoste, saj nekateri kontekstualni markerji – ton glasu, mimika – manjkajo. V takih primerih tudi nastajajo žaljivke (*flaming*), ki sicer ne bi nastale v fizični interakciji (Morand, Ocker, 2003: 8).

Moramo se zavedati, da se internet in računalniško posredovana komunikacija nenehno razvijata, da v polje te komunikacije vstopajo vedno novi ljudje, vse to pa daje tej komunikaciji nekakšen fluiden značaj. Pričakujemo pa lahko, da se bodo sčasoma, ko bo ta komunikacija postala še bolj vsakdanja in še bolj množična, vzpostavila tudi normativna pričakovanja in bolj utrjene in predpisane norme komunikacije. Tako normiranje bo seveda zajelo tudi vprašanje vljudnosti, tako da bodo tudi vzorci in strategije vljudnosti postale bolj predvidljive in enoznačne.

⁴⁰ Hian, 2004, 5–6.

⁴¹ Hian et al., 2004, 11–12.

mediju. Ta študija tudi podpira hiperpersonalni komunikacijski model, ki trdi, da medsebojna idealizacija in sposobnost nadzorovanja samoreprezentacije omogoča RPK, da je ta ugodna za razvoj medsebojnih odnosov. Nizka stopnja intimnosti v neposredni komunikaciji je po drugi strani lahko posledica občutka mučnega oziroma nerodnega položaja, ki je značilen že za neeksperimentalne situacije, kadar se tujci nenadoma srečajo iz oči v oči.⁴² Mučnost tovrstne neposredne situacije pa se – paradoksalno – lahko potencira prav zaradi dejstva, da neposredna komunikacija sogovornem omogoča vpogled v celo vrsto verbalnih in neverbalnih signalov. Mučnost situacije lahko dobro izražajo in sporočajo različni paralingvistični signali (nemirnost, odsotnost očesnega stika med sogovornicema). Take manifestacije medsebojnega nelagodja pripeljejo do napete atmosfere, ki nikakor ne spodbuja kake posebne intimnosti. V takem primeru je sposobnost neposredne komunikacije, da posreduje številne neverbalne signale, pravzaprav “škodljiva” za proces oblikovanja odnosa.⁴³ Osnovno sporočilo te študije je torej v sklepu, da je čas glavni dejavnik v procesu razvoja medsebojnih odnosov, in to naj bi veljalo za vsak komunikacijski kontekst. Hkrati pa je vsekakor zelo pomembno, da se izvajajo longitudinalne raziskave, ki prikažejo daljši časovni lok medsebojnih odnosov. Zanimivo bi bilo proučiti, ali obstaja določena zgornja meja, torej “plafon”, kjer stopnja intimnosti doseže točko stagnacije in se ne more več izboljšati. To velja zlasti za računalniško posredovano komunikacijo,⁴⁴ res pa je, da takšne “plafone” lahko doživimo tudi v drugačni interakciji, saj so konec koncev ljudje tisti, ki določajo, kdaj ali kje je “plafon” določenega odnosa, ne pa komunikacijski medij. Nekatere odgovore na ta problem bomo poskusili nakazati v nadaljevanju prispevka, kjer

⁴² Malinowski pravi, da v vseh družbah in kulturah lahko zasledimo težnjo po zbiranju, biti skupaj, biti drug drugemu družba. Različni občutki, kakršni so moč, simpatija, ambicije, so vselej odvisni in povezani z osnovno tendenco k prisotnosti drugih. Govorjenje je temeljni element te tendence k zbliževanju, tako da sogovorničeva tišina pogosto pomeni alarm. Molčečnost lahko pomeni nevljudnost, ki sicer kulturno variira, a na splošno velja tako v primitivnih družbah kakor v razvitih civilizacijah. Prekinitev tišine je prvo dejanje vzpostavljanja skupnosti. Moderna angleška fraza *Nice day-to-day* je nujna, da se preseže tuja in neprijetna tenzija, ki jo ljudje občutijo, ko se z drugimi soočijo v tišini. Po tej formuli pride do širšega pretoka besed, nenamenskih izrazov preferiranja, pripomb o nebitvenih dogodkih, komentarjev o očitnih stvareh. Takšen *gossip*, ki ga najdemo tudi v primitivnih družbah, je le malo drugačen od naše interakcije. Struktura je zmeraj zelo podobna; afirmativnim stavkom odobravanja lahko sledijo nepričakovani stavki nestrinjanja, eni življenjski zgodbi sledi druga. Ta pojav je Malinowski imenoval *fatična komunikacija* (angl. *phatic communion*) in je tip govorjenja, v katerem se vezi neke skupine vzpostavijo zgolj z izmenjavo besed. Besede v tej skupnosti niso uporabljene zato, da posredujejo specifična namenska sporočila, jezik ni uporabljen za transmisijo misli. Sociabilnost se v tem primeru ne vzpostavlja s kako posebno akcijo, ampak zgolj z izmenjavo besed. Celotna situacija se sestoji zgolj iz tega, kar se lingvistično zgodi. Slehera izjava je dejanje, ki rabi za povezovanje poslušalca in govorca. Govor postane fatičen, rabi za povezovanje ljudi, ki so se po naključju znašli skupaj, in ta komunikacija nima funkcije posredovanja idej. Včasih si ljudje nimajo kaj povedati, toda dokler imamo ljudje besede, se bomo (skoraj) zmerom zapletli v vljuđen odnos (Malinowski, 1999: 302–305).

⁴³ Hian, 2004, 15.

⁴⁴ Plafon lahko po drugi strani razumemo tudi kot situacijo, kjer partnerji *on-line* preprosto dosežejo skupno soglasje, da jim je odnos *on-line* “premalo”, in se torej poslužijo drugih komunikacijskih kanalov.

bomo prikazali določene partikularne primere in skušali še enkrat premisliti kontekst računalniško posredovane komunikacije.

3. NA KRILIH E-LJUBEZNI

Tak je naslov članka, ki smo ga zasledili v slovenski modni, oziroma, natančneje, *lifestyle* reviji Gloss (www.gloss.si), in na kratko opisuje zgodbo o uspešno "realizirani" e-ljubezni. Polona in Andrej, ki sta akterja v tej zgodbi, sta se spoznala prek portala www.ona-on.com, ki je portal za druženje, spoznavanje in zabavo in utripa pod sloganom "Spoznavaj, osvajaj, zabavaj" ter ima 26.000 rednih članov in okoli 45.000 takih, ki le "čekirajo". Uporabniki na tem portalu lahko sami sebe opišejo in dodajo svojo fotografijo, kar je močno zaželeno, saj se s tem poveča možnost, da nekdo klikne na njen oziroma njegov profil.⁴⁵

Ob lastnem preverjanju spletne klepetalnice sem na naslovni, vstopni strani lahko prebral: Ona-on.com: osvajaj, zaljubi se prek mreže (glej spletno stran: URL: <http://www.ona-on.com/SVN/europage.jsp>). Vhodna spletna stran ponuja tudi možnost klika na hiperlink "Na hitro o vsem", in s tem povezavo na naslednjo stran, kjer lahko preberemo naslednje:

"Tole je pravi prostor zate, če si naveličan/a biti sam/a in če ti preprosto zmanjkuje časa, da bi vsak večer prekrižaril/a 'samsko sceno' s skritim vprašanjem: Morda pa ga/jo srečam ravno nocoj?" V nadaljevanju preberemo še naslednje: "Morda si želiš le novih prijateljev, morda malo nedolžnega flirta in zabave, ali pa življenjskega partnerja; ni pomembno ! Ona-on.com zagotavlja varno in prijetno okolje za spoznavanje sorodnih duš."

Zelo obiskana internetna "servisa" za spoznavanje partnerjev je tudi Kupid na spletni strani <http://www.kupid.com/login.php> in internetna stran Zmenki-online (kupid.tk): <http://mt.streznik.org/datemaker/>.

Tovrstna internetna mesta za spoznavanje in flirtanje so po svetu zelo priljubljena. Največji svetovni ponudniki, kot so www.match.com ali www.yahoo!personals, imajo več milijonov članov, ki plačujejo mesečno članarino, da lahko klepetajo po svetovnem spletu. Tuje raziskave napovedujejo spletnim stranem za zasebne stike še naprej nadaljnjo skokovito rast.

Primeri svetovnih spletnih strani za spoznavanje novih partnerjev:

1. Yahoo!Personals (URL: <http://personals.yahoo.com/>), ki svoje storitve ponuja pod geslom: *Discover great singles near you at Yahoo!Personals.*
2. Match.com (LOVE@Netscape by match.com)
(URL: <http://wbcenter.match.love.netscape.com/index.aspx?trackingid=501269>), ki

⁴⁵ Kokelj, 2004, št. 90, URL: <http://www.gloss.si/clanek.asp?ido=3167>.

svoje spletne storitve reklamira pod geslom: *Match.com: Millions of possibilities to meet your match.*

3. Nekoliko bolj "vroče" zmenke pa obljublja spletna stran *Passion.com* (URL: <http://passion.com/go/p128234>), ki se oglašuje z naslednjim sloganom: *Sexy personals for Passionate People.*
4. Med spletnimi stranmi za spoznavanje novih partnerjev lahko omenimo še naslednje: *DatingDirect.com* (www.datingdirect.co.uk), ki svoje storitve oglašuje pod naslednjim geslom: *DatingDirect.com – Speed Dating Parties; join free today. Over 1.5 million UK members profiles with photos mean more choice. You too could be dating tonight.*
5. Zanimiva je tudi naslednja spletna stran: *SpeedDater* (<http://www.speeddater.co.uk>), ki takole pojasnjuje svoj namen: *Speed Dating is a great way to meet other professionals in London and across the UK. It's fast, it's fun and if you don't meet someone you'd like to see again your next speed dating event is Free. Dating Success is Guaranteed with SpeedDater!*

V našem primeru iz ona-onove klepetalnice se je odnos začel razvijati na ona-onovi novoletni zabavi v nekem ljubljanskem lokalu, kjer sta glavna akterja priplesala v jutro, pozneje pa je sledila "kava", in tako naprej do poroke na ribniškem gradu.⁴⁶

Takih primerov je v slovenskem prostoru še relativno malo, precej več pa v svetovnem merilu, kjer so bile opravljene tudi raziskave o problematiki navezovanja odnosov *on-line* in o problemu prehajanja stikov *on-line* v kontekst neposredne (*face-to-face*) komunikacije. Navedimo zgolj en, precej zabaven primer, pravzaprav gre za knjigo. Na spletni strani založniške hiše www.Amazon.com najdemo zanimivo predstavitev knjige o ljubezni po elektronski pošti in forumih (tako imenovanih *bulletin board*). Naslov knjige je: *E-mail: A Love Story*. Avtorica Stephanie D. Fletcher je napisala zanimivo zgodbo, ki se v celoti dogaja na internetu in se začne z nedolžno prošnjo/izgovorom glavne junakinje (Katherine, 44, v svetu *on-line* znana pod vzdevkom "Katie"), rahlo naveličane gospodinje v štiridesetih, ki na tako imenovani *bulletin board* pošlje naslednje sporočilo: *"This is the first public post I have ever made and I really don't know how this works. But, if you are willing, I would enjoy some correspondence."*

Junakinja kmalu vzpostavi veliko poznanstev *on-line*, in se zaplete tudi v dve razmerji *on-line*. V naslednjih mesecih se njeno življenje *on-line* čedalje bolj intenzivira in pogloblja ter začne prevzemati prioriteto nad njenim zakonskim življenjem. Celotna zgodba je povedana skozi računalnik junakinje, se pravi po elektronski pošti in prek sporočil v *bulletin board system*, kar omogoča bralcu, da se počuti, kot da bi on bil sam nekakšen "prežalec" (angl. *lurker*).

⁴⁶ Kokelj, 2004, št. 90, URL: <http://www.gloss.si/clanek.asp?ido=3167>.

4. CYBERSPACE IS SIMPLY ANOTHER PLACE TO MEET

V znanstvenem, zlasti pa v popularnem tisku zasledimo še več različnih primerov, ko je računalniško posredovana komunikacija med dvema sogovorcema prerasla v resen odnos, ki se je "konzumiral" tudi v neposredni komunikaciji. Taki primeri so torej nedvomen dokaz, da je tovrstna komunikacija zmožna preseči začetne omejitve in da je posameznikom na voljo dovolj dodatnih interakcijskih strategij, ki računalniško komunikacijo ohranjajo na dovolj visoki ravni, kar omogoči vzpostavitev medsebojne naklonjenosti. Kot ugotavljata Parks in Floyd, je čas zares ključni element, ki je nujen za proces prilagoditve novemu kontekstualnemu okolju. Ker ljudje želijo preseči dejavnike negotovosti pri posredovanju svojih sporočil, razvijejo široko paleto tekstualno zasnovanih signalov, ki nadomeščajo navadne vizualne signale, dostopne v neposredni komunikaciji. Medtem ko multipli komunikacijski kanali in neverbalni signali, ki so dostopni v neposredni komunikaciji, omogočajo hitrejšo izmenjavo vsakovrstnih sporočil in metasporočil, kar pomeni tudi hitrejšo dekodiranje sogovorčeve komunikacijske intence, pa tudi hitrejšo preseganje vrzeli med tako imenovanim dobesednim pomenom (angl. *sentence meaning*) in pomenom, ki ga je skušal posredovati govorec (angl. *speaker meaning*), je tovrstna izmenjava sporočila v računalniško posredovanih okoljih počasnejša, saj zahteva oblikovanje novih, zgolj na tekstu zasnovanih signalov (smeškoti-emoticons za izražanje "čustvenih stanj", različne jezikovne standardizacije, na primer uporaba velikih črk, ki se v virtualnem prostoru ponavadi interpretira kot "kričanje"). Pomembno je naslednje: računalniško posredovana komunikacija je vsekakor sposobna posredovati informacije izrazito osebne narave, razlika je v tem, da pri tej posredovani komunikaciji ta proces traja dlje, kar je že pokazala prej omenjena raziskava;⁴⁷ delež sporočil z izrazito socialno-emocionalno vsebino se poveča, če interakcija *on-line* ni časovno omejena. Ko so se raziskave preusmerile iz laboratorijskih situacij na dejanski "teren", je hkrati postalo očitno, da obstajajo bistveno raznovrstnejši tipi medsebojnih odnosov, kot pa jih je predvidevala teorija o redukciji socialnokontekstualnih signalov. Drugi način za preseganje tehničnih omejitev RPK je seveda še najbolj preprost; komunikacijo *on-line* lahko namreč dopolnimo z dodatnimi komunikacijskimi kanali. Če je predhodna komunikacija *on-line* potekala znotraj sinhrone klepetalnice ali prek asinhronega diskusijskega foruma, lahko to komunikacijo dopolnimo z (prav tako računalniško posredovano) elektronsko pošto, ali pa s telefonom, v končni fazi pa se seveda lahko partnerji soočijo tudi v neposredni komunikaciji.⁴⁸

⁴⁷ Hian et al., 2004.

⁴⁸ Parks, Floyd, 1999, 3.

Malcolm Parks in Kory Floyd sta v študiji skušala tudi ugotoviti, kdo vzpostavlja osebne odnose *on-line*. V ta namen sta izbrala določeno število diskusijskih skupin (t. i. *newsgroups*), v naslednji etapi pa sta med vsemi aktivnimi udeleženci naključno izbrala 22 ljudi. Tem ljudem sta prek elektronske pošte poslala vprašalnik; vrnjenih je bilo 33 odstotkov vprašalnikov. Tipičen respondent je bil star 32 let, z večjo verjetnostjo, da je moški, in z večjo verjetnostjo, da je samski kot pa poročen.

Namen raziskovalcev je bil med drugim ugotoviti, ali obstajajo kakšne demografske ali socialne značilnosti, s katerimi bi lahko napovedovali, kdo je bolj nagnjen k temu, da bo razvil osebne odnose prek interneta. Primerjala sta ljudi, ki so imeli odnose *on-line* s tistimi, ki takih odnosov niso imeli, in sicer glede na demografske značilnosti in glede na način vključenosti na internet. Analiza je pravzaprav predvidljivo pokazala, da ni pomembnejših demografskih elementov, ki bi povečevali verjetnost, da bo nekdo oblikoval e-odnos. Najpomembnejša dejavnika, s katerima lahko predvidevamo, ali je nekdo razvil e-odnose, sta trajanje in frekventnost participacije.⁴⁹ Na razvijanje osebnih odnosov *on-line* najbolj vpliva dejavnik preproste osebne izkušnje, ne pa demografske ali osebnostne značilnosti. Tovrstne rezultate lahko tudi soočimo z nekaterimi drugačnimi raziskavami, ki so predvidevale tipične "rizične dejavnike", ki sprožijo tako imenovano "zasvojenost z internetom". Ali intenzivne in osebno obarvane odnose *on-line* zares vzpostavljajo zgolj tisti, ki so bodisi "osamljeni" v fizičnem vsakdanjem svetu, ali bodisi tisti, ki so fizično ali kako drugače hendikepirani? Nikakor ne. Težko pa je postreči s preprosto razlago. Verjetno lahko različne analize približno detektirajo dejavnike, ki lahko statistično napovedo večjo nagnjenost k določenemu komunikacijskemu obnašanju uporabnikov interneta, vseeno pa so tovrstne napovedi zelo tvegane.

Raziskovalca sta skušala z določenimi parametri tudi ugotoviti, kolikšen delež ljudi je v izbranih diskusijskih skupinah (*Usenet newsgroups*) razvil interpersonalne odnose *on-line*. Interpersonalni odnosi so po njunem mnenju ponavadi konceptualizirani kot odnosi, ki se razvijejo iz neosebnih, in sicer skozi serijo relativno specifičnih razsežij: povečanje medsebojne soodvisnosti, globina interakcije, interpersonalna predvidljivost in razumevanje, jezikovna raba, obvezanost ter konvergenca socialnih omrežij obeh participantov. Respondenti, ki so poročali o tem, da so imeli osebne odnose *on-line*, so morali oceniti raven tega razvoja, in sicer s pomočjo odgovarjanja na določene trditve, ki naj bi merile te dimenzije. Te trditve so temeljile na predhodnih teoretičnih osnovah. Ker ni bilo primerjalnega vzorca, s pomočjo katerega bi merili raven razvoja od-

⁴⁹ Parks, Floyd, 1999, 5–6.

nosov, sta raziskovalca uporabila teoretično sredino kot referenčno točko. Ta postopek je omogočil določiti, ali se večina odgovorov uvršča pod teoretično sredino, kar bi indiciralo nizko raven razvoja, ali nad sredino, ki kaže na primerjalno visoko raven razvoja.⁵⁰ Raziskovalca sta ugotovila, da je raven soodvisnosti približno na sredini. Respondenti so morali oceniti vnaprej postavljene trditve, in sicer z lestvico ocen od 1 do 7, kjer višja ocena pomeni višjo raven strinjanja s trditvijo. Raziskovalca sta najprej skušala ugotoviti stopnjo soodvisnosti, kjer so morali respondenti oceniti stopnjo strinjanja z različnimi trditvami. Navedli bomo nekatere trditve:⁵¹ Odvisna sva drug od drugega; So situacije, ko sva počakala, da bova videla, kakšno mnenje ima drugi partner, in šele nato sva sprejela določen sklep; Imava velik medsebojni vpliv; Pogosto vplivava na čustva drugega partnerja.

Respondenti so na splošno poročali o srednji do visoki ravni širine in globine interakcije. Dobra polovica (57 odstotkov) respondentov je navedla nadpovprečno širino interpersonalnih odnosov. Tipične trditve, na katere so morali odgovarjati respondenti v tem polju merjenja, so na primer: Najina komunikacija je omejena zgolj na nekaj specifičnih topik; Ko enkrat začneva komunicirati, zlahka preideva na druge topike; Medsebojno kontaktirava na različne načine, ne samo po internetu.

Globino interakcije so ugotavljali s pomočjo trditev, ki so oblikovane za merjenje intimnosti in samorazkrivanja. V tem primeru je 61,2 odstotkov respondentov navedlo nadpovprečno globino interakcije. Tu so se respondenti soočili z naslednjimi trditvami: Ponavadi povem tej osebi natanko to, kar mislim; Svoje osebne komentarje skušam obdržati zase, če ta oseba reče ali naredi nekaj, s čimer se ne strinjam; Tej osebi sem povedal, kaj mi je všeč na njej/njem; Tej osebi ne bi nikoli povedal ničesar intimnega ali osebnega o meni samem; Tej osebi sem povedal nekatere osebne zadeve, za katere ta oseba ne bi mogla izvedeti nikjer drugje.

Po drugi strani je raziskava pokazala, da večina osebnih odnosov ni razvila visoko specializiranih komunikacijskih načinov. Navedimo nekaj trditev, ki so jih ocenjevali respondenti: Ni veliko razlik med načinom, kako komuniciram s to osebo, in načinom, kako na splošno komuniciram na internetu; Razvila sva sposobnost, da sogovorčeva sporočila "bereva med vrsticami" in tako ugotoviva, kaj je resnično v glavi sogovorca; Uporabljava zasebne signale in tako komunicirava na način, ki ga drugi ne bi razumeli; Imava posebne vzdevke, ki jih uporabljava za najino medsebojno interakcijo; Svoje sporočilo (idejo) lahko

⁵⁰ Parks, Floyd, 1999, 6.

⁵¹ Natančnejši vpogled v raziskavo in pregled vseh raziskovalnih vprašanj in rezultatov je na voljo v: Parks, Floyd, 1999.

posredujem tej osebi v bistveno krajšem sporočilu; Imava poseben jezik oziroma žargon, ki ločuje najin odnos od drugih.

Dejavniki obvezanosti temu odnosu se je tudi izkazal na teoretični sredini, medtem ko se kriteriji, ki so merili konvergenco socialne mreže obeh udeležencev tega odnosa, niso posebej dobro izkazali. Samo 31,3 odstotkov odnosov je bilo rangiranih v zgornjo polovico lestvice, kar pomeni, da konvergenca medsebojnih socialnih mrež v večini odnosov ni velika. Trditve so bile: Ne pozna oseb, ki bi jih oba poznala; Predstavila sva drug drugega svojim sodelavcem, bodisi "v živo" ali kako drugače; Predstavila sva drug drugega svojemu krogu prijateljev ali družini, bodisi "v živo" ali kako drugače; Kontaktirava z obema poznanimi ljudmi na internetu; Vključena sva v precej istih virtualnih skupin; Najini socialni krogi na internetu se prekrivajo; Najini socialni krogi zunaj interneta se prekrivajo.

Na splošno sta raziskovalca ugotovila, da 40 odstotkov respondentov ni imelo nikakršnih osebno obarvanih odnosov *on-line*, 30 odstotkov jih je imelo slabše razvite osebne odnose in približno 30 odstotkov respondentov je imelo odnose, ki bi jih po mnenju raziskovalcev lahko legitimno opredelili kot visoko razvite osebne odnose.⁵² Večina respondentov (98 odstotkov) je uporabila neposredno elektronsko pošto, presenetljivo veliko pa tudi druge načine komunikacije; tretjina (35,3 odstotka) jih je uporabila telefon, 28,4 odstotka klasično pošto, 33,3 odstotka pa kar neposredno komunikacijo. Ti rezultati kažejo, da se odnosi, ki se začnejo v virtualnem prostoru, redko zadržijo v tem območju in da jih veliko "migrira" v neposredno komunikacijo. Raziskovalca na koncu ugotavljata, da rezultati jasno kažejo, da so osebni odnosi *on-line* na visoki ravni mogoči, razlog za uspešnost teh odnosov pa pripisujeta zlasti dolgotrajni in frekventni interakciji, kar je tudi v skladu z Waltherjevim modelom (*The Social Information processing Theory*). Tisti, ki dlje in pogostejše sodelujejo v mrežnih interakcijah, imajo namreč več možnosti, da razvijejo odnose *on-line*. Podatek, da je 63,7 odstotka respondentov z osebnimi odnosi *on-line* "migriralo" v druge komunikacijske kontekste (klasična pošta, telefon, neposredna komunikacija) oziroma so ti komunikacijski kanali bili (vsaj) "dodatek" k RPK, pa je seveda tudi zelo pomenljiv.

Večina respondentov te študije ne vzpostavlja ostre ločnice med odnosi v virtualnem prostoru in odnosi v "realnem svetu". Podobno kot ljudje v različnih gostinskih lokalih tudi ljudje na internetu svoja srečanja pozneje lahko predstavijo v druge kontekste ali fizične okoliščine, torej stran od mesta, kjer so se srečali prvič. Raziskovalca dodajata, da se večina respondentov tudi strinja z naslednjo trditvijo: "*cyberspace is simply another place to meet*".⁵³

⁵² Parks, Floyd, 1999, 6–10.

⁵³ Parks, Floyd, 1999, 11.

Zanimiva je tudi študija, ki jo je opravila sociologinja Andrea Baker⁵⁴ in se osredotoča na ugotavljanje značilnosti odnosov *on-line*, ki peljejo v smer intimnih odnosov. Andrea Baker je sociologinja na Ohio University, kjer opravlja raziskave s področja interneta. V sklopu svojega projekta *Online Couples Project* raziskuje ter išče pare, ki so se srečali v virtualnem prostoru interneta. Študija se je osredotočila na 18 parov, ki so svoj odnos *on-line* "nadgradili" z neposrednim srečanjem, se pravi "*in real life*" (okr. IRL). Avtorica opozarja, da je bil v analizi poudarek na participaciji obeh partnerjev v paru, zato se je osredotočila na "cele" pare, ne pa na tiste, ki so se razšli. Tako usmerjena metoda zbiranja je torej izbrala uspešnejše pare in ne predstavlja vseh ljudi, ki so skušali vzpostaviti odnos.

Ti pari so začetno spoznavanje *on-line* razvili v prijateljstvo ali pozneje v zmenke, nekatere pa je to vodilo tudi k poroki. Izbiranje parov je potekalo s pomočjo spraševanja kolegov in prijateljev, ki so priporočali nadaljnje ljudi, torej po metodi snežne kepe. Nekateri respondenti so se odzvali tudi na internetno vabilo, ki je iskalo prostovoljce. Rezultati analize 18 parov so pokazali, da sta se dva para razšla, nekaj jih je bilo med zbiranjem podatkov že poročenih, ali pa so se poročili prav v času analize. Nekateri so zaročeni ali pa "zgolj" živijo skupaj, drugi pa še ne živijo v skupnem gospodinjstvu. Dolžina odnosa variira od nekaj mesecev pa tja do šest let. Starost respondentov variira v razponu od 16 do 57 let, večinoma pa so v dvajsetih (15), v tridesetih (10) in štiridesetih (7), med njimi pa so tudi trije najstniki in moški v petdesetih. Večina jih ima relativno visoko izobrazbo. Večinoma so se srečali med relativno banalnimi aktivnostmi, med igranjem igrice ali med pošiljanjem sporočil v diskusijske skupine. Zlasti moški so poročali, da so imeli v virtualnem prostoru manj težav pri posredovanju svojih intimnejših misli in pri posredovanju misli in občutkov.⁵⁵

Tipično zaporedje tovrstne komunikacije iz konteksta *on-line* v fizični prostor poteka na premici javni diskurz *on-line* – zasebna elektronska pošta, ali pa na premici zasebni klepet (*chat*) – telefonski pogovor; v obeh primerih pa je končni izid neposredno srečanje (*face to face*). Pomembnost predhodne izmenjave fotografij precej variira; za nekatere tovrstna "dodatna informacija" ni pomembna, saj so bila čustva že tako navzoča, spet za druge pa so fotografije sogovorcev pomembne, saj lahko povedo, ali lahko nastopi tudi morebitna fizična privlačnost, ki bi se ujemala z že vzpostavljeno mentalno in čustveno povezanostjo. Opozorili so zlasti na obrnjeno situacijo, saj se ljudje najprej dodobra spoznajo, nato pa se preskusijo še na "trdnih tleh". Namesto dvostopenjskega procesa so predlagali tristopenjskega: srečanje *on-line* in interakcija – telefon-

⁵⁴ Baker, 1998.

⁵⁵ Baker, 1998, 3.

ski pogovor – srečanje v živo. Pari so variirali tudi glede tega, kdaj so naredili “usodni korak”, torej po kolikšnem času so se prvič srečali “v živo”; sedem parov je na ta korak čakalo dva do štiri mesece, nekateri so to naredili v nekaj tednih, spet drugi pa šele po pol leta ali celo šele po enem letu. Neki zelo “hiter” par se je v živo spoznal po manj kot tednu dni, dva para pa sta to srečanje izpeljala po več kot enem letu poznanstva. Eden temeljnih problemov tovrstnih živih srečanj je seveda morebitna fizična oddaljenost, ki so jo morali premagati pari. Ker gre za ameriško raziskavo na pretežno z Američani “naseljenih” forumih, je logično, da je šlo zlasti za prebivalce ZDA, ki so bili iz bolj ali manj oddaljenih ameriških zveznih držav, v dveh primerih pa je fizično srečanje zahtevalo prekooceanski let (iz ZDA na Nizozemsko ter iz ZDA v Veliko Britanijo).⁵⁶

Večina sogovorcev je svoje fotografije poslala pred srečanjem v živo. Pričakovanja ljudi so bila precej realistična, nekateri pa so bili pozitivno ali negativno presenečeni spričo izrazitega neujemanja med fotografijami in poznejšim videzom *off-line*. Kar nekaj parov je izrazilo stališče, da bo že vzpostavljena ljubezen prevladala nad fizičnimi značilnostmi. Takšno je bilo na primer stališče informantke Sally, “*who knew that even before the photos were exchanged a couple of months before meeting, they were completely in love*”.⁵⁷ Zelo veliko srečanj se je končalo izrazito uspešno in je potrdilo medsebojna pričakovanja v smislu: “*he felt like they had been living next door all that time*” ali pa: “*it was like I had known him for a long time*”, ali pa so poudarili, da so bili partnerji “*like someone I’ve known for my whole life, like he had always been there*”.⁵⁸

Namen prispevka je bil predstaviti dejanske izkušnje ljudi in pokazati, da lahko ljudje kljub pripisani nesposobnosti interneta tudi prek tega medija uspešno vzpostavljajo odnose. Taka srečanja lahko postanejo zelo pogosta praksa, kar je deloma odvisno od samega privajanja na medij, prednosti dostopa do širšega kroga ljudi pa so že dolgo poznane. Avtorica dodaja, da se starejše teorije o medsebojni privlačnosti, ki so to privlačnost pogojevale s (fizično) bližino, težko soočijo s tovrstnimi pojavi.

5. MANKO SOCIALNOKONTEKSTUALNIH SIGNALOV KOT PRIVLAČNOSTNI ELEMENT KOMUNIKACIJE *ON-LINE* OZIROMA INTERAKCIJA POD GESLOM: MANJ JE VEČ

“Sem moderen moški, ki gre v korak s časom, zato je računalnik moje okno v svet. Kot čedalje več tipov, ki jih poznam, se tudi sam rad odločim za virtualno različico

⁵⁶ Baker, 1998, 3–4.

⁵⁷ Baker, 1998, 4.

⁵⁸ Baker, 1998, 5.

seksa, ki prinaša številne prednosti pred 'živim' udejstvovanjem. Lahko si privzameš takšno (spolno) identiteto, kakršno si od nekdaj želiš, če pa je tudi ptička za drugim računalnikom podobno domiselna, lahko tovrstne seksualne perverzije občutno presežejo živo izkušnjo. Živel kiberseks!"

(Grega, 35 let, komercialist; Anketa o moških spolnih fantazijah: "Od pasov za nogavice do kosmatih nožnih palcev", Viva, št. 79, leto VIII)

Uporaba računalnikov za vzpostavljjanje intimnih odnosov je seveda relativno nov pojav, vsekakor pa vsaj za nekatere izrazito razburljivo doživetje, enako močno kot doživljanje fizične interakcije in odnosa. Na internetu lahko namreč povsem anonimni posamezniki vstopijo v naše življenje, ne da bi bili fizično navzoči. V tem procesu tudi nastopi element domišljije, ki je lahko tudi privlačnostni element virtualnega prostora. To idejo smo kondenzirano izrazili v naslovu poglavja: *manj je več*.

V virtualnem prostoru interneta se nekateri ljudje tudi hitreje zaljubijo. To stališče lahko slišimo ali preberemo marsikje. Je to zlasti in predvsem "značajska lastnost" določenih posameznikov? Več interpretacij je nagnjenih v smer, da je "pozitivna okoliščina" prav manko določenih socialno-kontekstualnih elementov. Tu sicer po eni strani zadenemo ob teorijo redukcije socialno-kontekstualnih znakov/signalov, vendar pa je bistvena prav izpeljava, ki jo pripišemo temu manku. Ali ta "manko" določenih elementov "normalne" komunikacije zares omejuje razvijanje odnosov? Če pogledamo dejanske prakse, ugotovimo, da lahko tovrsten manko uporabniki do določene mere presežejo in tudi v tem okolju zadostijo svojim komunikacijskim potrebam ali, na primer, domišljiji. Osnovna linija interpretacij pelje v smer, da odsotnost širših socialno-kontekstualnih elementov in anonimnost spodbujata intenzivnejše zamišljanje partnerjev, kot pa se to dogaja v neposredni interakciji. Zakaj obstaja v virtualnem prostoru interneta tako veliko ljubezni *on-line*, veliko flirtanja v klepetalnicah? Ali je kakšna razlika med spletno ljubeznijo in neposrednimi zmenki?⁵⁹

Za nekatere je opolzko klepetanje ali izmenjava romantično obarvanih sporočil zlasti oblika rekreacije oziroma zabave. Za druge je tovrstno udejstvovanje resna zadeva, zato nekateri internet uporabljajo kot dobrodošlo pomoč pri navezovanju stikov, ki se lahko pozneje prelevijo v neposredna srečanja iz oči v oči.

Skeptiki razumejo spletno ljubezen kot hladno, kot računalniško posredovanje "napačno ljubezen", ki uničuje vse tisto, kar šteje za "avtentično" in za "vrednoto" v medsebojnih odnosih. Seveda taka trditev že *a priori* predpostavlja, da obstaja nekakšna univerzalna Vrednota, in avtentično doživljanje odno-

⁵⁹ Benschop, 2004.

sa, in kot da obstajajo za selekcioniranje “pravih” stvari od “napačnih” nekakšni “izmerljivi” kazalci. Po drugi strani tudi vemo, da smo ljudje simbolna bitja in da je za naše doživljanje sveta pomembna ravno sposobnost, da upomenimo stvari, da dogodkom ali odnosom pripišemo določen pomen, ki je neodvisen od dogodka ali samega odnosa.⁶⁰ Ljudi, stvari ali pa določenih medsebojnih odnosov nimamo radi (zgolj) zato, ker so dobri ali lepi, dobri in lepi so v pretežni meri zato, ker jim mi pripišemo takšen pomen. Prav zato je lahko tudi spletna ljubezen, ki ohranja svoj odnos zgolj v virtualnem prostoru, še kako resnična, kar so dokazali tudi primeri, ko se ljudje znajdejo pred dilemo, ali naj obdržijo odnos *off-line* ali naj ga nadomestijo z novim odnosom *on-line*. Če torej posamezniki definirajo ta tip elektronske ljubezni kot realen, lahko ta postane realen tudi v svojih konsekvencah. Da je problematika razumevanja spletne ljubezni pravzaprav problematika pripisovanja pomena določenemu odnosu, nam lahko najlažje ilustrira situacija “varanja”. Kako bodo posamezniki opredelili s spolnostjo obarvano komunikacijo, ki so jo izvajali na internetu z neznancem? Kako jo bo opredelil “aktivni” člen, torej tisti, ki je “varal”, in kako jo bo opredelil “prevarani”, njegov partner *off-line*?⁶¹ Za dodatno ponazoritev naj citiramo še eno misel, ki zadeva vprašanje odnosov *on-line*:

*“When you think about on-line relationships and how do you view them? Do you see them as relationships filled with emotion, productivity, intimacy and communication or do you view them as relationships with about as much interpersonal communication as standing with strangers on a bus, or asking paper or plastic when you check out at the grocery store? More and more of research is moving away from this impersonal notion and towards an idea that online relationships do have meaning for its participants”.*⁶²

Učinek “anonimnosti” ima torej poleg “demokratizacijske” plati (odsotnost socialnih in vizualnih znakov/informacij o pošiljatelju sporočila, kar zmanjšuje vpliv socialnega pritiska na posameznika), še vsaj eno plat: odsotnost teh informacij je namreč pogoj za razraščanje “domišljije” uporabnikov.

Anonimnost pa je tudi atraktivnejša plat računalniško posredovane komunikacije. Neka udeleženka pravi, da svoje identitete ne skriva zato, ker bi se ba-

⁶⁰ Mirjana Nastran Ule v svoji knjigi *Sodobne identitete; v vrtincu diskurzov* predstavlja različna pojmovanja in interpretacije pojma identitete, v poglavju “Konstrukcija identitete v interakcionističnih teorijah” pa navaja tudi osrednji pojem Meadove teorije identitete, to je pojem družbenega delovanja. Za našo razpravo je lahko pomenljiva naslednja trditev: “Ne živimo neposredno v svetu stvari, dogodkov in dejanj, temveč v svetu pomenov, ki jih imajo te realnosti za nas. Šele z zaznavanjem teh pomenov dobimo interpretacijo lastnih in tujih dejanj in glede na to interpretacijo oziroma definicijo tudi delujemo.” (Nastran Ule, 2000, 163–164)

⁶¹ V nekaterih državah je dejstvo, da partner veliko časa preživi na internetu, že zadosten vsebinski argument za sprožitev ločitvenega postopka.

⁶² Anstey, 1999, 9.

la stikov z drugimi ljudmi, ampak zato, ker je anonimnost del same magije.⁶³ Prav tako nekateri trdijo, da je prišlo v polju interneta do svojevrstnega obrata, saj sama možnost satisfakcije (primer so seksualne igrice) šteje za dejansko satisfakcijo. Kot so v pogovorih povedali nekateri aktivni udeleženci seksualnih igric na francoski predinternetni mreži *Minitel*, bistvo in čar igre ni v tem, da nekoga spoznaš in z njim nekaj dejansko počneš, ampak je tipkanje in razkrivanje lastnih fantazij samo po sebi velika fascinacija. V tem smislu naj bi sama možnost že dala dejansko zadovoljstvo. Sama ideja torej, da si zmožen nekaj uresničiti, a tega ne narediš, ti daje več zadoščenja kot pa dejanska izvedba. V klepetalnica ali e-forumih nikoli ne greš "do konca", ampak zgolj ponavljajš določen tip "igre". Vseskozi napoveduješ, a nikoli ne izvedeš.⁶⁴

Če drži, da udeleženci tovrstne interakcije pravzaprav ne potrebujejo partnerjev, s katerimi bi nekaj počeli, ampak, na primer, zgolj razkrivajo svoje fantazije, bi lahko trdili, da je potreba po partnerju oziroma sogovorniku zgolj potreba po nekem poslušalcu. Svojih fantazij in neuresničenih želja namreč posamezniki ne morejo "razkrivati" pred sabo. Drugače pa je, če njihovo razkrivanje in izpovedovanje spremlja nekdo drug. Šele pod tem pogojem se posameznikove želje dejansko "razkrivajo." Te so torej intersubjektivne; dokler jih nihče ne opazi, jih "ni". Hkrati pa lahko rečemo, da ta napetost, ki jo ohranja jo sogovorniki z razkrivanjem, ohranja napetost "komunikacije", ohranja poslušalčevo prisotnost, ki jo govorec potrebuje, kar pravzaprav zopet pomeni, da si želi komunikacije.⁶⁵

Odsotnost oziroma manko informacij o sogovorniku lahko seveda povzroči tudi razočaranje, če se s svojim virtualnim ljubimcem ali ljubimko posamezniki srečajo iz oči v oči. Za razočaranje je lahko pravzaprav kriva sama oseba, ki ob odsotnosti fizične in siceršnje mentalne podobe idealizira svojega virtualnega partnerja/partnerico.

Idealizacija je namreč bistveni element romantične ljubezni, kjer je mogoče partnerja poljubno skonstruirati. Njegovo podobo in značaj lahko prilagajamo lastnim željam. Kje drugje je to lažje, kot prav v virtualnem okolju? Tu si lahko posameznik svobodno slika partnerjevo fizično in mentalno podobo. Tipičen primer je naslednji. Neka ženska je izmenjavala veliko zelo intimnih in seksualno obarvanih sporočil po elektronski pošti s kolegom s sosednjega oddelka velike korporacije. Njun dialog je postajal vsak dan bolj ekspliciten. Vsa kič, ko je na zaslonu zagledala e-naslov svojega partnerja, ki je napovedoval novo sporočilo, je – kot je pripovedovala – skoraj doživela orgazem. Vendar pa je

⁶³ Baym 1998a, 55.

⁶⁴ Poster, 1998, 191–192.

⁶⁵ Praprotnik, 2003a, 46–47.

v realnih stikih s tem moškim na hodnikih korporacije, kjer sta se srečevala, vse ostajalo popolnoma enako. Sama se je ob teh srečanjih zelo vznemirila, on pa je bil videti popolnoma ravnodušen. Ko ji je bilo dovolj te bizarne igre, je nekega dne moškega potegnila v svojo pisarno in ga vprašala, ali bosta tudi realno začela "hoditi skupaj". Njegov odgovor je bil precej presenetljiv: "Ne vem, kaj naj rečem. Morda ja, morda ne. Ali ne moreva samo nadaljevati te najine *e-mail* romance"?⁶⁶ Se je ta moški česa bal? Se je morda bal, da bodo realni zmenki skazili podobo, ki si jo je ustvaril o svoji dopisovalki? Ali gre za to, da ni želel iti "do konca", da je torej nenehno proizvajal oziroma ohranjal manko, ki ga je prav kot tak – torej kot manko dokončne realizacije – še najbolj "osrečeval" in mu pravzaprav zadovoljeval (vse) želje?⁶⁷ Če upoštevamo trditev, da ima sama možnost zadovoljitve funkcijo zadovoljitve, lahko trdimo, da posamezniku pravzaprav ni toliko do "prave" ljubezni, ki jo čaka, tesnoba ne nastopi, ker mu objekt, razlog želje zmerom manjka, kajti "želja ni želja objekta, ampak želja manka objekta, objekta kot manka; je želja najti objekt kot manko".⁶⁸ Kako lahko to uspe subjektu?

*"Zadostiti želji pomeni ohraniti željo odprto. Da pa bi bila želja zadovoljena in ostala hkrati odprta, bi morala najti objekt, ki reprezentira, še bolje, ki je sama odsotnost objekta. Pravi objekt želje, objekt/razlog želje, je objekt kot manjkajoč, manko objekta kot objekt."*⁶⁹

Težave pa so lahko tudi drugačne narave. Obstajajo številna pričevanja, kako se je ob prvem neposrednem srečanju izgubila vsa "kemija", ki se je prej "napletla" v glavah partnerjev *on-line*. Navedli bomo tipičen opis tovrstne izkušnje:

*"Denise, 23, connected with David, 34, through an Internet dating service. After two months of 'heavy netting', she arranged to meet him in the flesh. But what sizzled on-line fizzled face-to-face. 'I was running out of ways to talk about the weather,' she says."*⁷⁰

⁶⁶ Chenault, 1997, 4.

Lesley Dornen v tem primeru navaja žensko z imenom Vicky, ki se je zapletla v to office romanco in ta ženska opisuje ravnodušnost svojega partnerja *on-line* z naslednjimi besedami: *"Every day our dialogue got more explicit. When that message sign blipped, I'd be practically orgasmic. I'd see him in the hall and blush like crazy, but he'd be totally normal. Rocklike. It was bizarre!"* (Chenault, 1998, 7)

⁶⁷ Za primerjavo naj navedemo citat iz Dolarjevega članka *Interpasivnost* (1997, 21): "Če je želja res obramba pred užitkom, potem je ena od poti obrambe v tem, da užitek preložimo na drugega. Obstoji bližnjica, ki vodi od 'Drugi uživa, torej bi rad užival tudi jaz' do 'Drugi uživa, torej hvala Bogu meni ni treba, kakšno olajšanje!' Naj *la clacque* počne tisto, kar tako ali tako domnevamo, da počne, t.j. uživa – namesto nas. Naj video sam gleda moje najljubše filme, ker drugače bi jih moral gledati sam, kar bi bilo nevzdržno. Vnaprej lahko slutim razočaranje, ki bi ga to prineslo; vnaprej vem, da bi nikoli ne mogel biti na višini domnevnega užitka. S tem, da prepustim zadovoljitev drugemu, lahko še naprej upam in domnevam, da obstoji zadovoljitev želje. Če pa bi moral uživati sam, bi se upanje razblinilo, in če drugi uživa zame, lahko tako ohranjam svojo željo kot obrambo pred užitkom, v skladu z osnovno naravo želje."

⁶⁸ Riha, 1997, 4.

⁶⁹ Riha, 1997, 4.

⁷⁰ McLean, 2004, 6.

V tem primeru si je ženska pravzaprav kar sama naredila največ "škode". Verjetno bi bilo bolje, če bi svojega lastnega "Godota" zadržala v odnosu *on-line*. Z "živim srečanjem" pa je pravzaprav kar sama "ubila" svojega bolj ali manj idealiziranega partnerja. To stališče bomo skušali še nekoliko pojasniti.

Kot je namreč sovražnik lahko samo anonimni sovražnik, saj ga prav kot takega – kot anonimnega – lahko konstruiramo in si ga kot anonimnega – na neki način virtualnega – predstavljamo, velja tudi za "prijatelja". Tudi tega si, kar zadeva virtualni svet, laže predstavljamo in si ga laže idealno tipsko konstruiramo, dokler ga ne srečamo v "realnem življenju". Samo kot anonimnež je primeren za to, da okoli njegove virtualne fizične in mentalne podobe ovijemo zajetno fantazijsko "štreno".

Podobno strukturo zgodbe ima klasično modernistično delo Samuela Becketta *Čakajoč na Godota*, v katerem je vse, kar se dogaja, to, da se nič ne zgodi oziroma je dogajanje strukturirano kot pričakovanje Godota, ko bi se končno Nekaj zgodilo, pri čemer pa že vnaprej vemo, da je Godot zgolj metafora Niča, da nikoli ne more priti. Modernistični postopek/čeprav da videti, da je Godot zgolj učinek strukture/s tem, da Godota ne pokaže, še vedno na določen način ohranja odprto možnost, da zadevo interpretiramo iz perspektive "odsotnega Godota". Torej iz perspektive tega, da Godot preprosto manjka.⁷¹ Ta situacija je podobna Hitchcockovemu suspenzu oziroma "slepemu polju", kjer je prava filmska groza vedno funkcija razmerja med pokazanim in nepokazanim, med (vidnim) poljem in tistim, kar je iz polja izključeno. Ogrožajoči objekt je, če ga ne vidimo, še toliko bolj grozen (predstavljamo si ga hujšega, kot je "v resnici").⁷²

To situacijo lahko primerjamo z Godotom, saj njegova "odsotnost" konstruira zajetno fantazmatsko zgodbo. Ker je "zgolj odsoten", ga lahko ohranjamo "pri življenju" ves čas. Sporočilo in smisel drame *Čakajoč na Godota* je namreč med drugim tudi v tem, da nam pokaže, da igro strukture pravzaprav poganja neko prazno mesto, in vsak objekt-subjekt, ki se znajde na tem mestu, je zgolj pozitivacija te praznine. Vsakdo je torej primeren, da zasede to mesto, saj se tudi samo čakanje na Godota odvija zgolj v glavi potepuhov. To vlogo/Godota namreč/igra iz povsem strukturnih razlogov, zgolj zato, ker se je znašel na tem mestu, ne pa zaradi svojih dejanskih lastnosti.

Podobno kot je Godot zgolj odsoten, se dogaja tudi z internetskimi ljubimci in ljubicami ali prijatelji in prijateljicami. Nekateri ljudje si bolj želijo ohranjati idealnega partnerja, kot pa se spet srečati s "trdo" realnostjo. Prav zato, kot kaže eden izmed navedenih primerov, in sicer tisti o *e-mail* romanci v veliki korporaciji, ne težijo vedno k temu, da bi se spoznali "v živo". V tem prime-

⁷¹ Riha, Žizek, 1985, 131–132.

⁷² Riha, Žizek, 1985, 130–131.

ru bi razpadla tudi celotna fantazijska projekcija, ki se je napletla v glavi posameznikov. Posamezniki si torej morda ne želijo realnih srečanj prav zato, ker želijo, da izbrana oseba še naprej igra natančno določeno vlogo, ki ji je bila dodeljena v trenutku, ko se je znašla na mestu "izgubljenega partnerja". Svojega lastnega "Godota" potemtakem ne smejo nikoli srečati, saj s tem izgine sam Godot. Če pa ga srečajo, na mesto prejšnjega Godota prav gotovo zdrkne nekdo drug.⁷³

Namesto te interpretacije pa lahko v premislek ponudimo tudi stališče Johna Sulerja, ki se raziskovalno ukvarja s psihologijo kiberprostora in proučuje komunikacijsko dinamiko v različnih kontekstih RPK. Skozi raziskovanje značilnosti formiranja odnosov *on-line* po elektronski pošti je med drugim ugotovil, da nekateri ljudje redno komunicirajo s svojimi prijatelji ali kolegi in sicer tako v neposredni konverzaciji, kot tudi s pomočjo elektronske pošte. Suler v zvezi s tem opozarja, da so tovrstna dualna, dvokanalna razmerja lahko precej problematična. Zastopa namreč stališče, da se lahko ti dve medsebojni interakciji (torej *off-line* in *on-line* interakcija med dvema osebama) izrazito razlikujejo in da se lahko zgodi, da začne odnos operirati na dveh različnih psiholoških ravneh. Zaradi manka nekaterih signalov/znakov, ki so značilni za neposredno komunikacijo (gestikulacija, očesni stik, intonacija v diskurzu), začneta partnerja v komunikaciji s pomočjo e-pošte izražati bistveno več intimnejših misli in se bolj razkrijeta pred partnerjem, kot bi se sicer, če bi neposredno komunicirala. Če se to izražanje intimnosti ne začne posredovati tudi v neposredni komunikaciji, lahko nastaja čedalje večja (psihološka) vrzel med neposrednim odnosom in računalniško posredovano interakcijo med partnerjema/prijateljema. V takem primeru lahko postane v situaciji neposrednega srečanja čedalje težje komunicirati o stvareh, ki sta si jih predhodno sporočila oziroma izpovedala prek e-pošte. Zato lahko postanejo tovrstna srečanja *off-line* izrazito neprijetna, če ne celo stresna (Suler, 2003: 24).⁷⁴

Tovrstnih situacij je verjetno kar nekaj, tudi tisto o *e-romanci* med sodelavcema v veliki korporaciji bi lahko na določen način uvrstili v ta kontekst. Predstavljanje medsebojnega razmerja v "višjo prestavo" lahko v interakciji *on-line* poteka bistveno hitreje, kot se to ponavadi dogaja v neposredni komunikaciji. Vse pa je zopet odvisno od posameznikov. Nekateri vseeno raje "menjajo prestave" v neposrednem odnosu, kjer moraš prestavo tudi dosledno zamenjati, z vsemi posledicami, ki sledijo. Zastavljamo tudi vprašanje, ali bi tovrstna vrzel med intimnostjo v neposredni komunikaciji in intimnostjo v RPK pomenila

⁷³ Praprotnik, 2003a, 50–51.

⁷⁴ Suler, 2003, 24. Situacijo je koristno primerjati s hiperpersonalnim komunikacijskim modelom, ki smo ga predstavili v 2. poglavju.

problem tudi, če bi bil položaj nasproten, torej ko bi si partnerja v srečanjih v živo izmenjala veliko intimnih občutkov in bi to razmerje skušala nadaljevati še po e-pošti? Ali bi v tem primeru tudi prišlo do vrzeli oziroma ali bi se odnos prek obeh komunikacijskih kanalov uskladil?

6. INTERAKTIVNOST KOT TOTEMSKA MASKA

*"These people aren't computer addicted, they're communications addicted. They're addicted to the particular level and class of communication they get on those systems – there's no physical danger, there's a constantly changing variety of people to communicate with ... It's a place where you can meet real people and have real conversations with them, and that's all very attractive."*⁷⁵

(Pavel Curtis, v: Snell, 2004: 3)

Mladen Dolar v članku *Interpasivnost*⁷⁶ razpravlja o konceptu "interpasivnosti" kot opoziciji do koncepta "interaktivnosti". Govor je o "paradoksnih človeški zmožnosti delegiranja svoje 'pasivnosti', svojega 'občutenja' na druge", primere pa ponazarjajo tibetanski molilni mlinčki ali žalovalke vse do tako imenovanega *canned laughter*, to je "konzerviranega smeha", ki spremlja številne televizijske oddaje, v katerih se televizija "smeje namesto nas". Pasivnost kot drža namreč ni videti posebno priljubljena, zlasti ne v sodobnih družbah, kjer je eno udarnih gesel ravno interaktivnost, ki pomeni izhodišče za hvalnico določenim oblikam sodobnih medijev in njihovim domnevnim prednostim. Posamezniki si torej težko obetajo sloves od tega, da bi priznali lastno pasivnost. Dolar nadaljuje:

"Prej lahko domnevamo, da bo človek prišel na slab glas, če bo javno priznal, da gleda televizijske oddaje, ki jih spremlja canned laughter, 'konzervirani smeh' – oddaje, ki jih označuje nova angleška beseda sitcom, situacijske komedije, ki so, kolikor vem, prve uvedle ta nadvse nenavaden fenomen. Še bolj bi škodilo priznanje, da lahko človek ob tem uživa. Kakšne vrste užitek bi si lahko obetali od tega? Brez dvoma gre za užitek, ki ga ne gre javno obešati na velik zvon, za drobni, 'umazani' zasebni užitek, ki očitno meji na nekaj perverznega, za skrivni užitek, povezan s krivdo. Ni se težko predstaviti kot junak interaktivnosti, kot nekdo, ki jemlje stvari v svoje roke, jih soustvarja s svojo kreativnostjo, obstoječim idealom dodaja nove, si ne pusti narekovati, temveč tako rekoč udari nazaj – skratka kot nekdo, ki je subjekt (četudi v nekoliko dvomljivem pome-

⁷⁵ Pavel Curtis, raziskovalec na Xerox's Palo Alto Research Center; v intervjuju z Jasonom Snellom, 2. december 1993. Pavel Curtis je avtor in operater objektno orientiranih virtualnih skupnosti LambdaMOO (MOO pomeni objektno orientiran MUD), ki je eden od najpopularnejših večuporabniških sistemov, tako imenovanih MUD (MUD – Multi User Dimensions), v: Snell, 2004, 3.

⁷⁶ Dolar, 1997, 9–30.

nu kmeta v globalni vasi). Toda interpasivnost? Ta drža bi se težko potegovala za 'glamour'. Videti je, da je v pasivnosti nekaj sramotnega in poniževalnega."⁷⁷

Kaj je torej "interaktivnost"? Ta koncept se je na široko začel uveljavljati z nastopom novih komunikacijskih tehnologij, zlasti z nastopom interneta. Tehnologija interneta namreč spričo specifičnih tehnoloških možnosti omogoča novo obliko komunikacije, internet predstavljajo kot prvi medij *many-to-many*, medij, ki omogoča hitro in večsmerno komunikacijo, ki uporabnika ne drži več v pasivni vlogi prejemnika sporočil, temveč mu omogoči aktivno, dialoško oziroma poliloško interakcijo. Računalniško posredovana komunikacija omogoča vzpostavljanje zelo pestrih medsebojnih odnosov in ponuja skoraj neomejene možnosti komuniciranja, vse to pa spodbuja med drugim tudi anonimnost, in v temelju inverzen proces spoznavanja sogovorcev. Virtualne konverzacije in zmenki se razvijajo, kot pravi Albert Benschop,⁷⁸ "from inside to outside"; najprej smo torej soočeni z medsebojno (tekstualno) komunikacijo o različnih (osebno obarvanih) vsebinah (*inside*), šele nato pa (lahko) spoznamo drugo, se pravi fizično plat osebe (*outside*). To "strukturno značilnost" računalniško posredovane komunikacije najpogosteje slišimo kot tisto značilnost, ki tej komunikaciji omogoča "demokratizacijski učinek", saj so v tem mediju končno prišle do veljave prave informacije o sogovorniku, torej njegova stališča, mnenja, vrednote, ne pa barva kože, spol in podobno. To stališče je na "predteoretski" ravni slikovito izrazil tudi diskutant, ki smo ga navedli na samem začetku prispevka: *lazje se navadis na zunanost kot pa na karakter*.

Taka mnenja posamezniki z zmenki *on-line* pogosto omenjajo:

"One of the best things about Net dating is that you're not prejudiced by appearance. You can judge brothers by their wit and intelligence, not by how they rate on your personal Denzel⁷⁹ meter".⁸⁰

Interaktivnost kot prav tako pomembna prednost interneta pa se pravzaprav ne izkaže kot "prednost", ampak včasih na določen svojevrsten način zgolj določena "cena", ki so jo ljudje pripravljeni plačati, da lahko sodelujejo v tem prostoru. Če se ozremo na sam spletni "promet", namreč hitro opazimo, da interaktivnost pravzaprav ni vedno tisto, po čemer ljudje tako neznansko hlepijo. Interaktivnost pomeni možnost neomejenega izbiranja različnih komunikacijskih interakcij in je možnost aktivnega uveljavljanja odnosa do spletnih vsebin, bodisi da so to spletne strani ali pa forumi. Vendar pa ta informacijska avtocesta ljudi niti ne fascinira, vsaj vseh ne.

⁷⁷ Dolar, 1997, 9–10.

⁷⁸ Benschop, 2004, 7.

⁷⁹ Uporabnik v tem primeru verjetno misli na znanega ameriškega igralca Denzla Washingtona, ki je za veliko ljudi nekakšen standard atraktivnosti in (spolne) privlačnosti.

⁸⁰ McLean Greaves, 2004, 3.

*“Vprašaj ljudi, na katerih straneh so, in vsi so specializirani: Argentinci so na argentinskih straneh in tako naprej. Zlasti Argentinci zunaj Argentine. Ali pa strani gayev in lezbijk ali klub ljubiteljev aeronavtičnosti ali katerekoli od nešteti specializiranih strani. Zato v tem pogledu nikakor ne moremo govoriti o superavtocesti. To je bolj podobno novi vrsti oddajanja.”*⁸¹

Zato bi lahko rekli, da posamezniki v virtualnem prostoru ne iščejo toliko “širine” kot zlasti “istost”, seveda na drugačen način. Obstaja nov kanal za posredovanje socialnih reprezentacij in klasičnih ideoloških elementov, kot je nacionalna skupnost. Tako hvaljena in propagirana širina, ki naj bi jo ponujal internet, znana tudi kot informacijska avtocesta, je morda zgolj “totemska maska”. Kot pravi Anderson, ljudi ta avtocesta pravzaprav sploh ne zanima preveč:

*“Všeč jim je, da obstaja tristo kanalov, a jih v resnici ne uporabljajo. Hočejo, da so na voljo, dejansko pa sledijo le dvema ali trem. Zato mislim, da gre za nekakšno fetišiziranje pojma izbire.”*⁸²

Podoben problem kot z interaktivnim udejstvovanjem na internetu pa je tudi v polju konverzacije in medsebojnih odnosov. “Demokratizacijski učinek”, ki ga omogoča tekstualna interakcija, namreč pelje k nekakšnemu faustovskemu paktu tipa “nič ni zastonj”.

Res je namreč, da tovrstno “inveržno” spoznavanje ljudi omogoča manjšo možnost stereotipiziranja in zavračanja ljudi na podlagi fizičnih lastnosti, hkrati pa tudi drži, da kljub odsotnosti fizičnih lastnosti ljudje vseeno ustvarjajo določene podobe o sogovornikih. Po drugi strani pa je zanimivo, da prav ta inverznost in spričo teksta vzpostavljena anonimnost omogoča tako imenovani “elektronski oportunizem”. S tem pojmom so nekateri opisali specifičnost komunikacijske dinamike na internetu, kjer se prejemnik sporočila lahko kadarkoli odloči, da konča interakcijo, ali pa jo nadaljuje in se spremeni v pošiljatelja. Ta odločitev ni nepomembna in je odvisna zlasti od tega, kako prejemnik interpretira situacijo, kakšni so njegovi osebni cilji in katerim socialnim normam se podreja v komunikaciji.⁸³ Za uporabnike pa je pomemben še en element. Njegovo pomembnost mu pripisujejo sami uporabniki, to pa seveda največ šteje, če hočemo ugotoviti, kako sami uporabniki razumejo sebe in svojo interakcijo v tem prostoru. Vse pojave *on-line* moramo venomer gledati zlasti z vidika pomembnosti, ki ga ima neki pojav za določene posameznike, gre torej za pomen, ki ga posameznik pripiše socialni situaciji ali neki stvari. McLean Greaves na primer opisuje svoje bolj ali manj romantične izkušnje, ki jih je dobil z dopisovanjem po elektronski pošti:

⁸¹ Anderson, 1999, 4.

⁸² Anderson, 1999, 4.

⁸³ Riva; Galimberti, 1998, 21.

“Although I really wasn’t interested in dating (due to an ongoing threesome with a demanding career and a subservient 486 laptop) cyberromance was the sole exception. After all, there is no need for nouveau dinners, frivolous clothing or nocturnal debates about who gets to sleep in the wet spot. Like television, cyberspace offers romance conveniently packaged in a 14-inch screen without commercial breaks.”⁸⁴

Internet vsekakor omogoča posameznikom raznovrstno nadzorovanje elementov; omogoča natančno nadzorovanje besed, torej skrbno kontroliranje besed, posredovanje – kot bi rekel Goffman,⁸⁵ – *expressions given*, ne pa tistih “sramotnih” (*expressions given off*), omogoča *the art of impression management*, torej idealno reprezentacijo posameznika. Izraz se navezuje na tehnike, ki jih uporabljajo ljudje za nadzorovanje vtisov, ki jih drugi ljudje dobijo o njih. Internet omogoča boljši nadzor nad komunikacijsko dinamiko, saj lahko kontroliramo, kdaj, s kom, koliko časa bomo komunicirali. “Prihranek energije” lahko zasledimo še na (vsaj) dveh ravneh:

1. Odsotnost socialnokontekstualnih znakov/signalov so v RPK nadomestile precej inventivne jezikovne rabe, ki naslovniku omogočajo prepoznavanje pravilne komunikacijske intence pošiljateljev; pošiljatelji namreč uporabljajo poseben sistem znakov, tako imenovane smeške (angl. *emoticons*, *smileys*), in še nekaj drugačnih “jezikovnih standardizacij”, s katerim so skušali nadomestiti nekatere običajne kontekstualizacijske signale (angl. *contextualization cues*)⁸⁶, ki nastajajo v neposredni komunikaciji. Taka “kodirana” komunikacija pa je po drugi strani izrazito preprosta za uporabo, saj je uporabnik računalniško posredovane komunikacije “prisiljen” upoštevati samo nekaj v tej komunikaciji oblikovanih jezikovnih rab (VELIKE ČRKE pomenijo kričanje). Posameznikom je namreč treba za posredovanje določenih komunikacijskih signalov in intenc zgolj natipkati nekaj simbolov ali besed, ki pa imajo – in to je bistveno – že izrazito konvencionalni, standardizirani pomen. V neposredni komunikaciji, kjer imamo na voljo več socialnokontekstualnih signalov, smo nekako bolj odgovorni za uspešno komunikacijo, za ustrezen sprejem sporočila; na voljo imamo jezik, roke, noge, obrazno mimiko, intonacijo. Prav zaradi “rodovitne” narave neposredne komunikacije smo v večji meri sami odgovorni za uspešnost komunikacije, odgovorni smo za to, v kolikšni meri bodo naslovljenci prepoznali našo komunikacijsko intenco. V “nerodovitni” RPK pa se torej lahko vsaj deloma prepustimo “ugodju”, ki nam ga omogoča zgolj na besedilu zasnovana komunikacija. Poznavanje določenih stan-

⁸⁴ McLean Greaves, 2004, 1.

⁸⁵ Goffman, 1959.

⁸⁶ Z izrazom “kontekstualizacijski signal” označujemo jezikovne signale, ki so pogosto prozodični in omogočajo razumevanje sociokulturnih vidikov pomena v situaciji. Pojem lahko posplošimo tako, da označuje vsako jezikovno sled kontekstualizacijskega procesa (Verschueren, 2000, 165).

Več o vlogi kontekstualizacijskih signalov v: Gumperz, 1982, *Discourse strategies*, poglavje “Contextualization conventions”: 130–152.

dardiziranih jezikovnih rab (smeški, velike črke) je namreč pravzaprav vse, kar lahko sami storimo, da omogočimo uspešno komunikacijo. Nekatere komunikacijske spodrsjlaje lahko pripišemo "nejasni" tehnologiji ali pa (komunikacijsko) okornemu naslovljencu.

Na tem mestu lahko omenimo še lingvista Davida Crystala (2001: 41), ki navaja komentatorja, ki je elektronski diskurz označil s sintagmo "metakomunikacijski minimalizem".⁸⁷

2. Joseph Walther in Lisa Tidwell (1995)⁸⁸ ugotavljata, da računalniško posredovana komunikacija pogosto posreduje neverbalne signale skozi "sporočila, vezana na čas". Različna uporaba časa pošiljanja lahko sporoča naslovnikom določene informacije. Na podlagi raziskovanja trdita, da je čas "intrinzični del" naše socialne interakcije in da čas pošiljanja sporočila posreduje določen pomen. Kako je torej čas "uporabljen", lahko pomaga udeležencem opredeliti naravo in kakovost medsebojnega odnosa. V raziskavi sta uporabila dve spremenljivki: čas pošiljanja sporočila in reakcijski čas. Slednji pomeni časovno razliko, torej koliko časa je trajalo, da je pošiljatelj prejel odgovor. Skušala sta ugotoviti, kako takšna "manipulacija s časom" vpliva na percepcijo intimnosti/afekcije v računalniško posredovanih sporočilih. Čeprav je na primer *e-mail* asinhroni tip komunikacije, lahko tu čas bolj neposredno nadzorujemo in z njim manipuliramo.⁸⁹ Vsakdo, ki je že imel izkušnjo s pošiljanjem elektronske pošte, in ki je hkrati vedel, da je prejemnik "na zvezi", torej "*on-line*" (nekateri imajo celo vgrajen program, ki jih sproti opozarja na novo e-pošto), vendar "ne odgovarja" na poslano pošto, zelo dobro ve, da "ažurnost" reagiranja (torej kako hitro se je prejemnik sporočila odzval) lahko vpliva na pošiljateljeve občutke. Če prejemnik pošte hitro odpiše, se to lahko interpretira kot zanimanje tega posameznika za pošiljatelja ali za njegov problem. Počasno odzivanje na e-pošto v tem istem položaju pa lahko šteje za "ignorantsko", "snobovsko" in podobno.

Njuni hipotezi sta bili:

- a) Čas je v interakciji z vsebino sporočila, iz česar sledi: "socialno" sporočilo, ki je poslano ponoči, je bolj intimno/afektivno kot "socialno" sporočilo, ki je poslano podnevi. K obveznosti usmerjeno sporočilo (angl. *task message*), ki je poslano ponoči, je manj intimno kot to sporočilo, če je poslano podnevi.

⁸⁷ Termin metakomunikacijski minimalizem opisuje takole: "Textual cyberspace filters away all qualities of a personal self save the highly mediated, acutely self-conscious elements that appear in written language. Phatic or metacommunicative cues, the linguistic and paralinguistic signs that maintain cognizance of the social relation between the sender and receiver of a message, are drastically reduced in this medium." (Crystal, 2001: 41).

⁸⁸ Chenault, 1998, 13.

⁸⁹ Manipulacija s časom je tipično prisotna tudi pri mobilnih telefonih, kjer na primer vemo, ali je naslovljen-čev telefon "zabeležil" klic, ali je telefon "odklopljen". Tudi tu hitrost reagiranja lahko kaj pove o prejemniku, hkrati pa je tudi res, da posamezniki oblikujejo svoja interna pravila komunikacijskega obnašanja. Nekateri so nenehno *on-line*, drugi imajo mobilni strogo za "funkcionalne" namene in nadzorujejo, kdaj bodo dostopni, tretji pa ga sploh nimajo.

- b) Čas je v interakciji z vsebino sporočila še na en način: počasni odgovor na "socialno sporočilo" je bolj intimno/afektivno kot ažuren/hiter odgovor na "socialno sporočilo". Ažuren/hiter odgovor na prošnjo, usmerjeno k cilju (angl. *task request*) je bolj intimen/afektiven kot počasen odgovor na tovrstno, k določenemu (delovnemu) cilju usmerjeno prošnjo.⁹⁰

In končno internet omogoča nadzor nad fizičnim dogajanjem, omogoča nadzorovanje, kdaj, če sploh kdaj, se bomo srečali z določeno osebo še na "trdnih tleh", torej iz oči v oči. Že omenjena strukturna značilnost spoznavanja sogovorcev, "from inside to outside" velja za "demokratizacijski učinek", po drugi strani pa ji posamezniki torej pripišejo še "udobnost". Računalniško posredovana komunikacija namreč omogoča "kontrolirano" konverzacijo, saj lahko z ljudmi zgolj komuniciraš po internetu, nadaljnje korake, ki peljejo v interakcijo *off-line* pa povsem nadzorujemo, kar je po eni strani "varnostni ventil", hkrati pa tudi s strani večine posameznikov točno prepoznana "prednost" oziroma "udobna lastnost". Pravzaprav se posamezniki, kadar razpredajo o prednostih računalniško posredovanega komuniciranja in ko pojasnjujejo značilnosti te komunikacije, sami nekako ujamejo "na laži". Po eni strani smo nenehno soočeni z argumenti o "demokratizacijskem učinku", o prednostih anonimnosti in breztelesnosti, ki omogoča, da se v medsebojnih odnosih in v komunikaciji končno vpostavijo bolj relevantne informacije o sogovorcu, torej argumenti besed, ne pa argumenti barve kože, spola ali nacionalnosti, socialnega oziroma premoženjskega statusa. Hkrati lahko slišimo tudi argument o interaktivnosti, ki je že skoraj zapovedana vrednota. Po drugi strani pa je koristno, če se na tem mestu še enkrat spomnimo, na kaj opozarjajo izkušeni uporabniki RPK, zlasti tisti, ki so izkusili internetno romanco. Vsekakor omenjajo udobno lastnost, da v tem e-zmenku ni treba iti v fizično realnost, ni treba skrbno izbrati garderobe za večerjo ob svečah (to tudi sicer ni potrebno, če se odločimo za "večerjo v živo"), virtualni zmenki torej odstranijo vso "embalažo", vse potencialne "šume", s katerimi smo soočeni v neposredni interakciji. Toda če prav pomislimo, je lahko taka drža pod krinko "interaktivnosti" izrazito pasivna.

Na tem mestu moramo posebej opozoriti, da nikakor ne trdimo, da skušajo ljudje ohranjati le neki "neobvezen" e-odnos in da je to prevladujoča raba interneta. In seveda tudi če želijo neosebne odnose, je to povsem njihova osebna stvar. Računalniško posredovana komunikacija kljub pregovorno skopi ortografiji vseeno omogoča, da ljudje komunicirajo na način, ki zadovolji njihove (komunikacijske) potrebe. Prek računalniško posredovane komunikacije je torej mogoče vzpostavljati enako široko paleto bolj ali manj kompleksnih med-

⁹⁰ Chenault, 1998, 13.

sebojnih odnosov, kot to počnemo v neposredni komunikaciji. Naš namen je torej zgolj opozoriti, da ta medij preprosto ponuja določen tip komunikacije, ki prej ni bil mogoč. Samo dejstvo, da lahko imajo ljudje zelo "brezosebne odnose", seveda nikakor ni posledica takšnega ali drugačnega medija ali njegovih (tehnoloških) značilnosti, ampak je to zavestna odločitev posameznika, ki želi imeti določene odnose. Internet je morda zgolj bolj natančno omogočil, da se ljudje pokažejo še v drugi luči, da torej v popolnosti izrazijo ves svoj "interpasivni" potencial. Možnost "pasivizacije" so torej sprejeli samo nekateri posamezniki, kar pomeni, da je "problem" v posameznikih, ne pa v tehnologiji. Zato naj še enkrat navedemo pomembno misel, ki naj prežene argumentacijo, ki se giblje znotraj horizonta "socialnosti" posameznih medijev. S to mislijo želimo torej opozoriti na problematičnost stališča, ki pripisuje "asocialnost" računalniško posredovani koimunikaciji: *"To be excluded from the social context isn't simply a matter of being alone in a room."*

Opozoriti želimo zgolj na možnost, da lahko določeno "pomanjkljivost" RPK (anonimnost, odsotnost konteksta) posamezniki na internetu "strateško" izkoristijo. Posamezniki se namreč lahko vključujejo v določen tip RPK, ker skušajo ohranjati ali pa reproducirati venomer isti tip (nefizičnega) odnosa, ker pač želijo kontrolirati kontekstualne parametre situacije ali ker želijo kontrolirati, kakšen tip informacij bodo posredovali.

V neposredni komunikaciji smo na primer bolj ali manj prisiljeni vključiti celotno paleto lingvističnih in paralingvističnih aktivnosti (tudi tisto, česar ne želimo vključiti v komunikacijo, pravzaprav pogosto "pricurlja skozi" komunikacijo). Neposreden fizični stik dveh ali več sogovorcev je vsekakor določen "stres", ki ga na internetu lahko "obidemo". Posamezniki lahko "v imenu bolj demokratičnega, neprisilnega, emancipirajočega medija" namerno izberejo medij, ki sam po sebi ne ponuja oziroma ne omogoča vseh korakov, ki so značilni za neposredno komunikacijo. Ker internet ne nudi fizičnega stika (ne omogoča neposredne komunikacije, upoštevanja standardiziranih pravil menjave govorcev, prisiljenega objemanja, rokovanja), se lahko posamezniki kar sami zaslepijo za spoznanje, da so oni sami tisti, ki zares ne želijo fizičnega stika. RPK namreč ponuja "varno" okolje, kjer smo končno gospodarji svojih želja, saj lahko nadzorujemo skoraj vse; nadzorujemo, "do kod bomo šli", ali bomo torej le klepetali z virtualnim ljubimcem, ali bomo svoj odnos preobrazili v "materializirano obliko".

Prav značilnost RPK, da ta komunikacija sama po sebi ne omogoča "materialnih" dejanj, je torej lahko "glavni dobitek" na tomboli medsebojnih odnosov. RPK kot medij ima svoj nedoumljiv in končen "plafon", prek katerega preprosto ne moremo (tu zanemarimo, da obstajajo video in avdio povezave, sinhrona komunikacija, računalniški stimulatorji, ki simulirajo različna "materialna deja-

nja”). Posamezniki so se v RPK “prisiljeni” prilagoditi “omejujočemu” mediju in vzpostaviti drugačne odnose, saj “materialnih” niti ne morejo vzpostavljati. V tem primeru lahko torej na medij delegirajo svojo pasivnost, njemu pripišejo “odsotnost” širše oblikovanega odnosa. Svojo pasivnost, svoj “drobni, umazani, zasebni užitek” lahko pripišejo oziroma delegirajo na “omejujoči” medij; ta je kriv, da ne morejo v polnosti oblikovati odnosa. Hkrati pa je ta umazani užitek, užitek udejstvovanja pasivni drži, vsiljeni “od zunaj”, torej “s strani računalnika”, eden izmed motivov, zakaj komunicirati prav v tem virtualnem okolju.

Jason Snell⁹¹ v svoji magistrski nalogi z naslovom “*Turn On, Log In, Drop Out: The social world of the Internet*” opisuje družabno življenje študentov ob petkih zvečer. Slednje je v študentskem naselju kalifornijske univerze podobno nočnemu življenju pred dvajsetimi leti; študenti žurirajo, obiskujejo lokale ali pa diskutirajo v svojih sobah. Vendar pa eno bolj “vročih” družabnih mest najdemo v kleti zgradbe, poimenovane Evans Hall. Klet te zgradbe, ki je znana pod imenom Mreža (*the Web*), je napolnjena z ducati računalniških terminalov, priključenih na internet. Vsi prostori v kleti te zgradbe – podobno kot drugje po ZDA – so polni študentov. In to ne samo ob petkih zvečer, temveč vsak dan in ob kateri koli uri. Študenti, ki se nahajajo v tej kleti, se ne pogovarjajo med sabo, sploh se ne pogovarjajo. Mreža je tiha, edini hrup povzročajo prsti, ki udarjajo po računalniških tipkovnicah. Ti študenti imajo namreč zabavo *on-line* in meje te zabave se ne ustavijo v tem kalifornijskem študentskem kampusu, ampak gredo tudi prek meja ZDA.

Virtualni prostor interneta je na določen način vsekakor podoben vsakdanjemu življenju. Tudi tu se soočamo s precej podobnimi problemi; navsezadnje smo tudi na internetu zgolj “bitja na tipkovnici”, se pravi vselej-že subjekti, pripeti na določene reprezentacije in v ideologiji. Predstavljeni problemi odslikavajo zgolj delček zanimivih problemov, s katerimi se ukvarjajo raziskovalci, kot tudi tisti, ki “naseljujejo” ta prostor. Nancy K. Baym⁹² je v intervjuju za revijo *Metrotimes* izrekla naslednjo misel:

Everything bad that happens online happens offline too.

Verjetno se lahko strinjamo, da “ni vse zlato, kar je *on-line*”, kakor tudi ne drži, da je virtualni prostor predvsem in zgolj nekaj negativnega. Take izključujoče se pozicije so prej znamenje nezmožnosti privzeti odgovorno držo in se soočiti s čim več vidiki problema. Tudi problematika razvijanja in ohranjanja od-

⁹¹ Snell, 2004.

⁹² Baym, 1998b, 6.

nosov *on-line* je zelo zmuzljiva problematika, kjer lahko najdemo verjetno toliko interpretacij, kolikor ljudi bomo povprašali, kaj si sami mislijo o takem razmerju *on-line*. Ali je torej v resnici sploh pomembno raziskovati, "od kod" ali pa, zakaj nastaja tolikšen interes za zmenke *on-line* ali za klepetanje *on-line*, ki lahko preraste v resno zvezo. Nam lahko pomaga, če zgornjo trditev postavimo v "pozitivni obliki" in se torej soočimo z naslednjo trditvijo:

Everything good that happens online happens offline too.

Oziroma v vprašalni obliki:

Everything good that happens online happens offline too?

Nam odgovor na to vprašanje, pa če je to "ja" ali "ne", sploh kaj pomaga oziroma ali si s tem sploh kaj pojasnimo? Ali pač s tem, ko "pade" odrešilni odgovor, le klecemo nazaj, se pravi, v vzpostavljanje distinkcije med komunikacijo *on-line* in *off-line*, s tem pa tudi v apriorno pripisovanje določenih "značilnosti" samemu mediju? Torej nazaj v takšen ali drugačen determinizem. Še več. V determinizmu ali vsaj v neko implicitno vrednotenje in ocenjevanje pademo že s tem, da takšno trditev sploh postavimo. S tem, ko trditev postavimo, že sprožimo implicitno predpostavko glede superiornosti ali inferiornosti komunikacije *on-line*; opozicijo/distinkcijo med mediji naredimo tam, kjer te distinkcije sploh ni. Če smo še bolj natančni, trditve se lahko postavljajo po mili volji, težava nastane, ko določeno trditev *prepoznamo* za relevantno. Takrat smo že znotraj vnaprej določenega horizonta. V tem primeru smo spregledali samo prepoznanje.

Če torej na problematiko računalniško posredovane komunikacije gledamo skozi "optiko" *social pain or social gain?*, se kar sami okrnimo za prava vprašanja. Take izključevalne distinkcije namreč delajo razliko na mestu, kjer ni pravega vzroka, s samim pojavljanjem pa tako rekoč performativno vzpostavljajo diskusijo znotraj napačnega horizonta. Prav zato pa včasih rečemo, da je zmagovalec ideološkega diskurza tisti, ki določa polje relevantnosti, polje diskutabilnosti; zmagovalec je tisti, ki določi vprašanje, saj s tem določi tudi horizont mogočih odgovorov.

Izhod se morda nakazuje v drugi smeri, v smeri, kjer so stvari lahko "takšne ali drugačne",⁹³ zlasti pa odvisne od posameznika in od njegovega razumevanja, kako razume sebe in druge v računalniško posredovani komunikaciji in seveda v neposredni komunikaciji.

⁹³ Na internetu oglašujejo zelo pestre stvari; sam sem naletel na oglas za knjigo, ki ponuja nasvete in rešitve, kako se zaljubiti po internetu. O knjigi z naslovom "*Falling In Love Over The Internet*" (avtor: Ernie Rohrbacher) in s podnaslovom "proven strategies for falling in love and attracting that special someone over the internet" so na spletni strani http://www.alovelinkplus.com/shopping/luv_doctor.htm zapisali tudi naslednje: "*Many authors have attempted to tell you what Ernie Rohrbacher has very well put it: How to meet someone online and be sure they are 'The One' as you progress through a relationship over the Internet*". Na isti spletni strani vam ponujajo tudi brezplačen *download* intervju z avtorjem knjige.

LITERATURA:

- ANDERSON, Benedict (1999): "So ljudje zaradi interneta bolj svetovljanski? Ne.", Intervju z Benedictom Andersonom, *Novi razgledi*, Ljubljana, št. 3/1130;
- ANSTEY, Shelly (1999): "Module 3: On-Line Personal Relationships". University of Wisconsin, Milwaukee.
(URL: <http://www.uwm.edu/Course/com813/anstey3.htm>);
- BAKER, Andrea (1998): "Cyberspace Couples Finding Romance Online Then Meeting for the First Time in Real Life". *CMC Magazine*, July 1998, (URL: <http://www.december.com/cmc/mag/1998/jul/baker.html>);
- BAYM, Nancy K. (1998a): "The Emergence of On-Line Community". V: Steven G. Jones (ur.), *Cybersociety 2.0.; Revisiting Computer-Mediated Communication and Community*. Thousand Oaks, London, New Delhi: SAGE Publications;
- BAYM, Nancy K. (1998b): "Bonding by modem: An interview with Nancy Baym". *Metrotimes; metrodetroit's news, arts & culture weekly*. (URL: <http://www.metrotimes.com/news/stories/webex/18/44baym.html>);
- BAYM, Nancy K. (2002): "Flame Wars".
(URL: <http://aoir.org/pipermail/air-1/2002-January/001012.html>);
- BENSCHOP, Albert (2004): "NetLove and CyberSex; The (im)possibilities of bodiless intimacy".
(URL: <http://www2.fmg.uva.nl/sociosite/websoc/love.html>);
- BOUDOURIDES, Moses A. (1995): "Social and Psychological Effects in Computer-Mediated Communication". Contributed paper at the 2nd Workshop/Conference "Neties'95", Greece, 12-13 oktober 1995,
(URL: <http://www.math.upatras.gr/~mboudour/articles/csi.html>);
- BROWN, Penelope, LEVINSON, Stephen C. (1987): *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge: Cambridge University Press;
- CHENAULT, Brittney G. (1998): "Developing Personal and Emotional Relationships Via Computer-Mediated Communication". *CMC Magazine*, May 1998,
(URL: <http://www.december.com/cmc/mag/1998/may/chenaunt.html>);
- CRYSTAL, David (2001): *Language and the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press;
- DIJK, Jan van (1999): *The Network Society; Social Aspects of New Media*. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications;
- DOLAR, Mladen (1997): "Interpasivnost". *Filozofski vestnik/Acta Philosophica*, Letnik XVIII, številka 3. Ljubljana: Znanstvenoraziskovalni center SAZU. Filozofski inštitut;
- GOFFMAN, Erwing (1959): *The Presentation of Self in Everyday Life*. Harmondsworth: Penguin;
- GRICE, Paul H. (1999): "Logic and Conversation". V: Adam Jaworski, Nikolas Coupland (ur.), *The Discourse Reader*. London in New York: Routledge;
- GUMPERZ, John J. (1982): *Discourse strategies*. Cambridge: Cambridge University Press;
- HERRING, Susan C. (2001): Computer-Mediated Discourse. *The Handbook of Discourse Analysis*, ur. Deborah Tannen, Deborah Schiffrin in Heidi Hamilton. Oxford: Blackwell Publishers, 612-634. (URL: <http://www.slis.indiana.edu/faculty/herring>);
- HIAN, Lee-Bee, CHUAN, Sim Li, TREVOR, Tan Mon Kiat, DETENBER, H. Benjamin (2004): "Getting to Know You: Exploring the Development of Relational Intimacy in Computer-Mediated Communication". *Journal of Computer-Mediated Communication*, Volume 9, No. 3 (april 2004) (URL: <http://www.ascusc.org/jcmc/vol9/issue3/detenber.html>);
- JONES, Steven G. (1997): "The Internet and its Social Landscape". V: Steven G. Jones (ur.), *Virtual Culture; Identity & Communication in Cybersociety*. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications;
- KOKELJ, Nina (2004): "Na kriilih e-ljubezni". *Gloss*, št. 90, (URL: <http://www.gloss.si/clanek.asp?ido=3167>);
- LANE LAWLEY, Elizabeth (1995): "The Sociology of Culture in Computer-Mediated Communication: An Initial Exploration". Paper submitted in partial fulfillment of the requirements for 1995 Seminar in Research Design.
(URL: <http://www.rz.uni-koeln.de/themen/cmc/text/lawlen01.htm>);
- LIU, Yuliang (2002): "What Does Research Say about the Nature of Computer-mediated Communication: Task-Oriented, Social-Emotion-Oriented, or Both?". *Electronic Journal of Sociology*. (URL: <http://www.sociology.org/content/vol006.001/liu.html>);
- MALINOWSKI, Bronislaw (1999): "On Phatic Communion". V: Adam Jaworski, Nikolas Coupland (ur.), *The Discourse Reader*. London in New York: Routledge;
- MCDOWELL, Sophia W. (1999): "The Development of Online Romantic Relationships: A Turning Point Study". Internet Romance Organization. (URL: <http://www.internetromance.org/thesis8.htm>);

- MCLEAN, Greaves (2004): "He typed, she typed – two people discuss the cyberdates they had with each other on the Internet; includes tips on cyber-etiquette".
(URL: http://www.findarticles.com/p/articles/mi_m1264/is_n10v26/ai_17764987/print);
- MILLER, Hugh (1995): "The Presentation of Self in Electronic Life: Goffman on the Internet". CyberPsychology at Nottingham trent University (URL: <http://ess.ntu.ac.uk/miller/cyberpsych/goffman.htm>);
- MORAND, David. A., OCKER, Rosalie J. (2003): "Politeness Theory and Computer-Mediated Communication: A Sociolinguistic Approach to Analyzing Relational Messages". *Proceedings of the 36th Hawaii International Conference on System Sciences* (HICSS) -2003.
(URL: <http://csdl.computer.org/comp/proceedings/hicss/2003/1874/01/187410017babs.htm>);
- NASTRAN ULE, Mirjana (2000): *Sodobne identitete: v vrtincu diskurzov*. Zbirka Sophia. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče;
- O'SULLIVAN, Patrick B., FLANAGIN, Andrew J. (2001): "An Interactional Reconceptualization of 'Flaming' and Other Problematic Messages". (URL: <http://www.ilstu.edu/cposull/flaming.htm>);
- PARKS, Malcolm R., KORY Floyd (1999): "Making Friends in Cyberspace". *Journal of Computer-mediated communication*. University of Southern California. (URL: <http://www.ascusc.org/jcmc/vol1/issue4/parks.html>);
- POSTER, Mark (1998): "Virtual Ethnicity: Tribal Identity in an Age of Global Communications". V: Steven G. Jones (ur.), *Cybersociety 2.0: Revisiting Computer-Mediated Communication and Community*. Thousand Oaks, London, New Delhi: SAGE Publications;
- PRAPROTNIK, Tadej (2003a): *Skupnost, identiteta in komunikacija v virtualnih skupnostih*. Zbirka Documenta. Ljubljana: ISH – Fakulteta za podiplomski humanistični študij;
- PRAPROTNIK, Tadej (2003b): "Jezik v (kon)tekstu računalniško posredovane komunikacije". Nastopno predavanje za izvolitev v naziv docenta. Monitor ISH, Vol. 5, št. 3–4. Ljubljana: ISH-Fakulteta za podiplomski humanistični študij;
- PRAPROTNIK, Tadej (2003c): "Pragmatični vidiki žaljive komunikacije v računalniško posredovani komunikaciji: multipla perspektiva". *Teorija in praksa*, maj–junij 2003, let. 40, št. 3; 514–539;
- RIHA, Rado, ŽIŽEK, Slavoj (1985): *Problemi teorije fetišizma*. Ljubljana: Analecta;
- RIHA, Rado (1997): "Modeli politične subjektivacije / 3", pisna različica predavanja na ISH, Ljubljana (modul Teorija institucije in konstrukcije subjekta);
- RIVA, Giuseppe, GALIMBERTI, Carlo (1998): "Computer-mediated communication: identity and social interaction in an electronic environment". (Unrevised version of the paper published by the journal *Genetic, Social and General Psychology Monographs*, 124, str. 434–464. Heldref Publications, (URL: http://www.heldref.org/html/body_mono.html);
- SNELL, Jason (2004): *Turn On, Log In, Drop Out: The social world of the Internet*. Masters Thesis, UC Berkeley Graduate School of Journalism. (URL: <http://www.intertext.com/jason/thesis.html>);
- SPEARS, Russell, LEA, Martin, POSTMES, Tom (2001): "Social psychological theories of computer-mediated communication: Social pain or social gain?". V: P. Robinson & H. Giles (ur.) *The Handbook of Language and Social Psychology*. Chichester Wiley;
- SULER, John (2003): "E-Mail Communication and Relationships". (URL: <http://www.rider.edu/csuler/psycyber/emailrel.html>);
- TURKLE, Sherry (1995): *Life on the screen: Identity in the age of the Internet*. New York: Simon & Schuster;
- VERSCHUEREN, Jef (2000): *Razumeti pragmatiko*. Ljubljana: Založba cf*.