



# Kdo s kom kaj – in zakaj?

TEKST Tamara Langus ■ ILUSTRACIJA Adam Hughes

**Dobrodošli v svetu, kjer smo vsi vsaj znanci, če že ne prijatelji. Vemo, kaj kdo počne za vrati svojega doma, kaj si kdo želi, o čem razmišlja**

**in kje ta trenutek je. Vsi si izmenjujemo fotografije, zgodbe in filme. Vsi smo omreženi in takih svetov je še mnogo. Dobrodošli!**

V prostem času (no, priznamo si, da tudi v službenem ni dosti drugače) se družimo in zabavamo. Smo člani spletnih skupnosti. Imamo bloge, spletne kamere, klepetalnice, varnostne kamere, paparace, tračarske revije ... Kadarkoli se želimo malo odklopiti, se moramo le priklopiti. In ne, ne uživamo le ob opazovanju drugih, ampak radi vidimo, da gledajo tudi nas. Naj nas obiskujejo, naj nas občudujejo, naj nas na veliko komentirajo in zasledujejo! Pa vemo, v kaj s podajamo, ko se prijavimo

na nov resničnostni šov? Bo naše dekle zaslovelo in obogatelo, če bo na televiziji razkrilo svoja najgloblja čustva in nekdanji prijateljici reklo, da je navadna prasičica? Vemo, kaj ima oblečeno hči na svojih predstavitvenih fotografijah v številnih spletnih skupnostih, katerih članica je? Kakšne videe snema in objavlja sin? Kje je meja med zabavo in vdorom v zasebnost? Kako naj jo določimo? Razkrivamo nekaj resnic, ki jih je dobro poznati, ko se podajate globoko v osrčje naše voajerske družbe.

## 1. Voajerstvo je mainstream

Radi gledate? Prisluhnete pogovoru na hodniku? Stopite na balkon, ko slišite, da je na parkirišču počila pločevina? Skrivaj opazujete par, ki se mečka na plaži? Naj vas ne bo sram! To počnemo vsi. Bolj ali manj. Vsekakor pa čedalje bolj.

»Bila sem pred ogledalom na ženskem stranišču v klubu in opazila razvnet mlad par. Ko sta dobila priložnost in prosto WC-

kabino, sem tudi jaz malo počakala. Vzela sem si čas za mejkap, frizuro ... in zraven vlekla na ušesa. Prav pasalo mi je, ko sem ju slišala, kako uživata. Mislila sem si, da bom vsaj poslušala, če že sama nisem imela te možnosti,« nam je zaupala SANDRA. Bi se raje pokazali svetu? Drugim ni, zato tudi vam ne sme biti nerodno razgaliti svojega zasebnega življenja. Vsi to počno! Poglejte Almo, Miša, Naskeja, Jasmno in še mnoge druge, ki jim nevedneži komaj poznamo ime, bolje 'obveščeni' pa o njih vedo vse. Prijavili so se v ta ali oni resničnostni šov, prestali izbor, se za tri mesece odpovedali zasebnosti oziroma jo nesebično delili z javnostjo, na koncu pa postali prepoznavni in po nekih v zadnjih letih splošno sprejetih merilih tudi uspešni. Ena ima agencijo, drugi lokal, tretji je dobil nagrado, vsi pa so redni gostje estradnih zabav in tračarskih rubrik. Potrebovali so le odskočno desko. »Kdor v Sloveniji potrebuje odskočno desko, nima na sceni kaj početi!« je sicer odločen JONAS ŽNIDARŠIČ, ki si je pot do prepoznavnosti utiral počasi in na drugačne načine. Toda to je bilo še pred letom 2004, ko smo Slovenci začeli okušati slasti voajerizma, ki so nam ga velikodušno servirale nove tehnologije. Junija nas je z 11-minutnim posnetkom in penino rajcala Severina, septembra nam je POP TV postregel s prvim poskusom romantične resničnostne serije Sanjski moški. Nato je šlo hitro naprej. Ali navzdol, kakor vam je ljubše.

V Sloveniji so se tedaj pojavili tudi prvi pisni blogov in njihovo število je le počasi raslo. »Zakaj bi pisarili neznanecem? Koga sploh briga, kaj se temu in temu dogaja?« so bila tipična vprašanja, ki smo si jih v tistih časih še zastavljali. Kdor ni poskusil, se to sprašuje še danes. V letu 2005 pa smo v našem podalpskem svetu dokončno odkrili 'resničnost' in se začeli nad njo brezsravno naslanjati. Zvedavi Slovenci so na spletu izbrskali zbirke erotičnih fotografij Gregorja Hvastje, žgečkljiva in dramatična razodetja – prav taka, kot pritičejo sočnemu dogajanju v resničnostnih šovih – pa smo lahko spremljali jeseni, ko nam je POP TV serviral Bar. Zgrajali smo se, a vseeno gledali. Številke ne lažejo. In drugod ni bilo nič drugače, le za nekaj let so nas prehiteli. Leta 1997 so na Švedskem predvajali Survivorja, čez dve leti pa na Nizozemskem Big Brotherja. Oba sta doživela ogromno različic po vsem svetu. Spletno ledino je orala Jennifer Rigley, ne ravno nadarjena 19-letnica, ki je leta 1996 namontirala kamero v svojo študentsko sobo in jo priklopila na splet. Sedem let je nesebično in necenzurirano razdajala svojo intimo prek JenniCAM (pri tem mislimo na res intimne podrobnosti, od razmišljanj do golote, striptiza, spolnih odnosov in samozadovoljevanja), dokler ni zaradi anonimnežev in groženj gledalcev za Jennifer vse skupaj

postalo prenaporno. Kljub temu se je zapisa v zgodovino kot prva znana spletna osebnost. Kot računalniški virus pa se je leta 2003 po svetovnem spletu razširil zasebni pornič razvajenke Paris Hilton, ki je že nakažoval razcvet domače 'filmske produkcije'.

## 2. V voajerski družbi posel cveti

Mnogi menijo, da so voajerski vzgibi amaterski fenomen, ki je zanimiv le za zabavo otrok. Saj jih bo z leti minilo ... Toda pozor, to ni le hobi, temveč gre za velik in dober posel! Objavljanja nas opogumljajo, da objavljamo še več, in hitro začnemo vrskavati tudi življenja drugih. In voajerska družba se razvija. Korporacije, ki se tega zavedajo, na naš račun služijo gore denarja. Rumene tračarske revije ne umrejo, ampak nastajajo nove, snemajo se resničnostni šovi in število uporabnikov Facebooka raste. Več kot 175 milijonov uporabnikov te najhitreje rastoče spletne skupnosti je trznilo šele v začetku februarja, ko je Facebook objavil nove pogoje uporabe. Če so bili lastnikom Facebooka (med investitorji naj bi bilo tudi podjetje, povezano z ameriško CIA) nekoč na voljo prav vsi podatki in vsa naložena vsebina članov skupnosti (ja, vse vaše fotografije in sporočila bivši puncici), so 4. februarja sklenili, da bo to veljalo tudi za vse tiste, ki bodo Facebook zapustili. Tako rekoč posthumno. Ti greš, tvoji podatki, fotografije, izjave, stališča ... jim ostanejo. Toda ljudje so se odzvali in zaradi številnih (Facebook)

Rupert Murdoch je na MySpace oral ledino pri usmerjanju sporočil na točno določene ciljne skupine. Uporabniki so srečevali le tiste oglase, ki bi jih potencialno lahko zanimali. Če danes pogledamo Facebook, nam je hitro jasno, kako čudovito izkoriščajo vse, kar povemo o sebi. Ste poročen možki v srednjih letih, ki je član skupine oboževalcev Rafaela Nadala? Verjetno vas zanimajo teniški loparji, športna prehrana, poceni kartuše za tiskalnike ali počitnice v Dubaju. Ste ženska sredi tridesetih let? Facebook vam priporoča tablete za hujšanje, odstranjevanje dlak, sadno nagradno igro in revijo z najnovejšimi modnimi trendi!

Vedno več podjetij nam pomaga pri razgaljanju in opazovanju drug drugega. Več ko vedo, manj nadzora imamo nad svojim življenjem. Spomnimo se samo, denimo, da je dokaze o delu na črno za obtoženega varnostnika v tragediji pred Globalom prikrbela varnostna kamera pred lokalom. In da si policija po svetu vedno bolj pomaga s Facebookom ...

Mimogrede: ste že opazili oglas za storitev, prek katere naj bi lahko zasledovali uporabnike mobilnih telefonov? Zabavno? Grozljivo? Naj vas pomirimo, da gre pri tem le za neokusno šalo. Pravo tovrstno storitev je v februarju ponudil Google! Google Latitude je namreč združljiv z računalnikom in mobilnim telefonom, omogoča pa, da vaši prijatelji vedo, kje ste. To vidijo na zemljevidu in vas lahko nemudoma kontaktirajo s kratkimi sporočili in z neposrednim klepetom. Super, kajne? Hm, zakaj že?

»Pravzaprav sam Latitude nima resne uporabne vrednosti. Ta se začne kazati šele skupaj z drugimi geolokacijskimi storit-

**Radi gledate? Prisluhnete pogovoru na hodniku? Skrivaj opazujete par, ki se mečka na plaži? Naj vas ne bo sram! To počnemo vsi. Bolj ali manj. Pravzaprav čedalje bolj.**

peticij, medijskega odziva in izpisovanja uporabnikov je Facebook kmalu vrnil pogoje uporabe v prejšnje stanje. »Začasno.«

Si mislite, kaj mi pa morejo, saj ne objavim nič takega? Morda res, toda ne podcenjujte vrednosti osebnih podatkov. Njihov pomen le v času svetovnega boja proti terorizmu le še krepí. Obsežne, podrobne in samogenerirajoče se zbirke podatkov, kakršna je Facebook, so za marsikoga neprecenljive. V pomoč so pri odkrivanju prevar, pri znanstvenih raziskavah in seveda v marketingu. In da ne bo pomote, samo pridobivanje podatkov ni v nobenem pogledu etično sporno, vprašanje, vredno pozornosti in pazljivosti, pa je, za kaj bodo ti podatki porabljeni. »Ni vprašanje, ali smo paranoični, temveč, ali smo dovolj paranoični,« je misel scenariста Jamesa Camerona iz filma Strange Days, ki si jo velja zapomniti.

vami, kot so iskanje poti, prikaz zanimivih točk okoli lokacije, izpis recenzij o izbrani točki itd. Tudi uporabnost za podjetja se pokaže šele skupaj s temi storitvami. Potenciala je ogromno, izkoriščanje pa je 'samo' vprašanje poslovne ideje in časa,« pravi TOMASZ PIRC, svetovalec za interaktivne medije in uporabniške izkušnje ter večletni strokovni sodelavec pri predmetu Internetni praktikum na Fakulteti za družbene vede.

Kaj pa zasebnost? »Podatek o lokaciji deliš z ljudmi, do katerih nimaš zadržkov. Storitve omogoča nastavitve takšnega nivoja zasebnosti, kot ga uporabnik želi. Verjetno v krog ljudi, s katerimi boš delil podatke, že v prvi vrsti ne boš vključil bežnih znancev. Pa tudi, če že imaš med 'prijatelji' vseh 800 znancev, obstaja opcija, da se lokacija ne posodablja samodejno, ampak takrat, ko to sam želiš.« Vseeno na koncu

doda: »Kaj Google počne s temi podatki, pa je povsem druga zgodba ...«

In to niso edini podatki, ki jih poseduje ta svetovni gigant. **DR. JURE LESKOVEC**, 28-letni raziskovalec, ki je naziv pridobil v ZDA z disertacijo Dinamika velikih omrežij, opozarja: »Treba se je zavedati, da se na internetu shrani vsak klik. Tako na primer Google pozna vsa naša iskanja, elektronsko pošto, katere strani smo si ogledali ... Seveda so po drugi strani zadetki na Googlu tako zelo dobri ravno zato, ker pozorno analizirajo, kaj uporabniki iščejo in na katere zadetke klikajo.« Vse te podatke Google in druga spletna podjetja pridno shranjujejo. Kaj pa lahko z njimi storijo? »Načeloma se vsa ta podjetja zavežejo, da bodo s podatki ravnala skrbno, ampak resnica je, da ti vseeno niso več samo v našem računalniku,« pravi Leskovec. Presoja o tem, kako daleč bomo šli in koliko se bomo razgalili, je prepuščena nam, ki pa se tega lotevamo elektronsko komaj kaj pisemeni.

### 3. Zasebnost je ... precejena?

**JANNA MALAMUD SMITH** v knjigi Private Matters: In Defense of the Personal Life piše, da »večina napisanega o zasebnosti temelji na ideji, da je nekoč varovana zasebnost šele zdaj postala ogrožena«. A nekoč, ko ljudje še niso imeli ogromnih zasebnih posesti in dragih avtomobilov, o tem sploh niso razmišljali. Velike družine so skromno živele v natrpanih prostorih in na pomanjkanje zasebnosti niso niti pomislile. Nam razcvet voajeristične družbe namiguje, da si pravzaprav želimo živeti v tesno povezani skupnosti? Da iz izoliranosti sodobnosti bežimo v skupnost, ki je bila pred 500 leti nekaj vsakdanjega?

Državnih institucij in velikih podjetij ni težko obtožiti kraje zasebnih podatkov ali vdo-

ra v zasebnost. Veliko težje je karkoli očitati slave željnim posameznikom, nastopajočim v resničnostnih oddajah, blogerjem in uporabnikom Facebooka, ki sami prostovoljno razkrivajo svoje skrivnosti. Kdo je s kom par? Kdo se ločuje? Kaj si kdo misli? Kdo je gej? Koliko je kdo star? Kaj ima v omari? Kje je? Kdo je najnovejša pevka s silikonskimi pljuči?

Glavna tema tabloidov so pač ljudje in odnosi med njimi. Rumeni mediji navdušeno ustvarjajo in poudarjajo svoje 'slavne', ko se ti iztrošijo, se jih naveličajo, nazadnje pa lahko pozornost pritegnejo le še škandali in prilehnosti. Sliši se preprosto in kruto, a se spleta! Televizija kakopak ne zao-staja. Resničnostne oddaje so industrija, svet slavnih pa iz tega ali onega razloga prav tako. Zares pomembno je menda le, da se zadovolji povpraševanje. »Javnost ima pravico vedeti,« v en glas vzklikajo predstavniki medijev. Če lahko še kaj vidimo, toliko bolje ...

**Doc. dr. MARKO MILOSAVLJEVIČ** tako ugotavlja, da »tabloide, posebej tiste agresivne, spremljajo zgodbe o poseganju v zasebnost, tako znanih kot tistih neznanih, ki so se po spletu okoliščin znašli v središču pozornosti. Spremlja jih tudi sloves površnega poročanja, nepreverjanja informacij, številnih napak in včasih celo odkritih laži.« **Dr. BREDA LUTHAR**, redna profesorica in predstojnica Katedre za medijske in komu-

**Nam razcvet voajeristične družbe namiguje, da si želimo živeti v tesno povezani skupnosti? Da iz izoliranosti sodobnosti bežimo v skupnost, ki je bila pred 500 leti nekaj vsakdanjega?**

nikacijske študije na Fakulteti za družbene vede, gre še dlje, ko brez zadržkov pove, da je »popularni žurnalizem danes eden glavnih kolonizatorjev razuma.«

»Novinarjeva temeljna obveznost v praksi rumenega tiska pač ni slediti pravici javnosti

do čim boljše obveščeni, ampak pridobivati čim večje dobičke za medijske lastnike in druge pomembne nosilce ekonomske moči ter oblasti,« pojasnjuje profito logiko rumenega tiska **dr. MELITA POLER KOVAČIČ**, predstojnica Katedre za novinarstvo na Fakulteti za družbene vede in predavateljica novinarske etike v intervjuju za publikacijo Media Watch. »Tržno naravnano novinarstvo je usmerjeno k temam, ki naj bi bile zanimive širokemu krogu občinstva, k senzacionalističnemu upovedovanju in k poudarjanju čustvenih vidikov zgodb.«

Če niste lepi, pametni ali vplivni, da bi lahko svojo zasebnost 'prodajali' na televiziji, v politiki in na estradni sceni, vam za to najboljše in najcenejše možnosti ponuja splet. »Uporabniki interneta pri objavljanju osebnih in celo intimnih podatkov na internetu praviloma ne razmišljajo o dolgoročnih posledicah takega početja, kar velja predvsem za mlajše. Skrb za zasebnost se žal pogosto začne šele, ko pride do zlorabe, vendar je takrat že prepozno,« pravi **dr. MATEJ KOVAČIČ** s Fakultete za družbene vede in Centra za raziskovanje javnega mnenja in množičnih komunikacij. Kovačič navaja primere, ko so uporabniki Facebooka na spletu objavili pikantne fotografije s študentskih zabav. »V času objave in v kontekstu študentskega življenja se take fotografije zdijo predvsem zabavne, vprašanje pa je, kako jih bo kdo razumel čez na primer deset let.« Hm, ste že

preverili, kaj vse lahko o vas najde Google? »Tako je znan primer uporabnika, ki je nekaj časa po objavi fotografije, na kateri je bil pijan, zaprosil za službo, delodajalec pa ga je na razgovoru vprašal, ali je alkoholik, in mu pokazal fotografijo iz Facebooka ...«

A pozor, niso le naše objave tiste, ki nam lahko nekoč kasneje povzročajo preglavice. Tem se bomo namreč z nekaj premisleka lahko izognili. Svojevtrstna težava na spletu je v tem, da je gradivo, ki je 'ušlo' na internet (tukaj se moramo spomniti modelov Gregorja Hvastije in sladke Severine), zelo težko spraviti z njega, iz zasebnih zbirk posameznikov pa je to nemogoče. Z najboljšo primerjavo nam je postregel dr. Kovačič: »Objava na primer fotografij na internetu je podobna kot stiskanje zobne paste iz tube – saj teoretično jo lahko spravimo nazaj v tubo, v praksi pa je to zelo težko, če ne celo nemogoče.«

### 4. Svet voajerjev je svet zasvojenih

Vtipkajte naslov [www.amaterji.com](http://www.amaterji.com) in našli boste kupe fotografij, kjer v glavni vlogi nastopa gospodična češplja, njen moški kolega ali pa kar oba skupaj. Če vas zanimajo še večje zbirke, se lahko ozrete v katere od tujih galerij. Na primer [www.xtube.com](http://www.xtube.com) se zdi neskončen. Gradiva ne bo zmanjkalo. Ni težko sklepati, zakaj bi kdo iskal in gledal fotografije ali filmčke razgaljenih Slovenk in Slovencev, a zakaj jih objavljati? »Zaradi užitka. Zaradi komentarjev in malo tudi zaradi popestritve spolnega življenja, saj je zanimivo videti svoje slike, ki jih deliš z drugimi, in čakati na komentarje,« nam je povedal par, ki že tri leta objavlja svoje fotografije in filme na spletu. »V osnovnem pomenu besede nisva ekshibicionista, po internetu pa zagotovo malo,« sta razložila. Všeč jima je pozornost.

Ja, v voajerski družbi smo vsi malo odvisni od pozornosti in zato nima smisla skrivati svoje zasebnosti. Poglejmo na primer Twitter, ki postaja čedalje bolj zanimiv tudi za Slovence. Uporabniki večkrat na dan v kratkih objavah

(140 znakov ali manj) poročajo o dogajanju v svojem življenju. Sporočila prihajajo na mobilne telefone, profile na Facebooku in spletni strani prijateljev, znancev ali popolnih tujcev. »Plačujem mesečne položnice in razmišljam,« »Vstal ob 4:45, od petih pa se spreham iz dnevne sobe v spalnico in merim stene

**Ni težko sklepati, zakaj bi kdo iskal in gledal fotografije ali filmčke razgaljenih Slovenk in Slovencev, a zakaj jih objavljati? »Zaradi komentarjev in popestritve spolnega življenja!«**

ter preračunavam opcije za pohišstvo.« »Danes grem zgodaj spat, še vedno namreč verjamem, da bom vstala ob dveh zjutraj in gledala oskarje.« Naključno klikanje pripelje do zapriseženih uporabnikov macov, ki si izmenjujejo informacije o najnovejših programih, do filmskih in glasbenih navdušencev, ki si posredujejo informacije o aktualnih filmih in bendih, do objav o otrocih in domačih živalih, do pritoževanj nad vremenom ... Twitter je resničnosti šov brez dramatičnih zapletov. »Saj ni mišljeno, da bi prenašal kompleksna sporočila, ampak v resnici je Twitter to, kar iz njega narediš,« v enem od intervjujev razlaga njegov soustanovitelj **JACK DORSEY**. Twitter je že kmalu po ustanovitvi marca 2006 presegel svoj osnovni namen – biti preprost kanal za obveščanje bližnjih o vašem življenju. **ALES PRELOG**, ki uporablja Twitter pod vzdevkom Volkec, razlaga, da ga je začel uporabljati »iz dolgčasa, ker ravno takrat nisem imel kaj delati, potem sem se pa navadil malo spamat kratka sporočila. In zabavno je.« **SAŠA PUKŠIČ**, 36-letnik, ki svoja razmišljanja objavlja tako na blogu kot na Twitterju, pravi: »Iz firbca se je razvila velika ljubezen, ki mi omogoča spoznavanje ljudi in informacij. Da ne omenjam občutka povezanosti.« Pa je to spoznavanje ljudi resnično? Je povezanost pristna, če ima človek na voljo le 140 znakov? »Ne verjamem, da je lahko ta občutek povezanosti lažen. Mislim, da je izkušnja pristna, kolikor so

pristni ljudje, ki jih spremljaš.« **DAMJAN JAGAR** na kratko našteva razloge, zakaj ima rad twitter: »Sveži linki, informacije, navezovanje stikov, zabavno je, všečno pa ker je minimalistično in pogosto.« **ALENKO ŽAVBI** so navdušili drugi: »Preveč privlačno in prepričljivo je bilo, da ne bi pokukala, kako zgleda zadeva, na

katere se hitro lahko navežeš.« In je ostala navezana.

Več ko objavljamo, bolj smiselno se nam zdi objavljati še več. Vse podrobnosti iz našega življenja. Primer? Če smo nekoč, ko smo postali lačni, vstali, šli do hladilnika in si naredili sendvič, se zdi danes povsem razumljivo, da o tem obvestimo ljudi, ki nas spremljajo. O smislu objave se ni treba spraševati. Ko enkrat začneš, zakaj bi s tem končal? No, silno pretiravanje le ni posebej zdravo in lahko vodi v različne oblike zasvojenosti, opozarjajo strokovnjaki.

Bomo kje treščili ob rob in prenehali objavljati vse svoje intimne podrobnosti? »Predvidevam, da se bo žal nivo zavedanja o pomenu zasebnosti opazneje dvignil šele takrat, ko bomo uporabniki soočeni z večjim številom zlorab,« meni dr. Matej Kovačič.

### 5. Med voajerji nismo nikoli sami

In nič drugačni od drugih. Številni se počutijo poklicane, da povejo svojo zgodbo in razkrijejo svoje življenje. Če upoštevamo, da moramo v življenju igrati številne vloge (skrbni starši, pridni delavci, ljubeči partnerji, dobri prijatelji, zanesljivi sodelavci ...)

## REALNI SVET ONKRAJ ATLANTIKA

### 1928

Usmrtitvena kamera: ameriški fotograf Tom Howard je na usmrtevec Rutha Synderja prethotapil fotoaparata. Fotografija je bila objavljena na naslovnici newyorškega Daily News.

### 1947

Resničnostna TV: Allen Funt je začel predvajati svojo radijsko oddajo Candid Microphone (Skriti mikrofoni, op. p.). Naslednje leto se je že preselil na televizijo, kjer skrita kamera v različnih izvedbah živi že več kot 50 let.

### 1973

Ameriška družina: oddaja PBS predvaja poročila pripetljajev iz vsakdanjega življenja nič kaj popolne kalifornijske družine Louds. Da se je nabralo dovolj materiala za 12 enournih serij, so kamere družino spremljale celih sedem mesecev. Vrhunec dosežejo, ko Pat od moža Williama zahteva ločitev.

### 1991

Resnica ali izživ: Madonna v tem 'dokumentarcu' bodočim starletam razloži, kako ne glede na vse ostati v središču pozornosti. Potem ko je zdravnik Madonno vprašal, ali bi se z njim raje pogovorila za kamerami, je Warren Beatty dejal: »Ne želi živeti za kamerami. Zakaj bi sploh kaj govorila, ko so kamere ugasnjene. V čem je potem sploh smisel obstoja?«

### 1992

Resnična resničnostna TV: na MTV začno vrteti The Real World. Petsto ljudi je želelo postati del sedmerice, ki si je 13 tednov delila štirisobno stanovanje na Manhattnu.

### 1996

Življenje na spletu: Jennifer Rigley omreži svojo sobo za počitek s spletnimi kamerami in začne oddajati JenniCam. Med letoma 1996 in 2003 brez kakršnihkoli zadržkov živi pred javnostjo in s tem navdihne naslednike, kot sta Justin Kan in Sarah Austin.

### 1999

Orwell se moti: Big Brother se ni pojavil leta 1984, temveč leta 1999 na Nizozemskem! To je leto, ko je televizija Veronica v stanovanje zaprlo skupino ljudi, jih snemala 24-ur na dan in postala svetovni fenomen.

### 2002

Dooce: Heather Armstrong odpuštilo z mesta oblikovalke spletnih strani, ker je na spletu opravljala sodelavce. »Odpustili so me, ker sem na spletu objavljala zgodbe, v katerih so nastopali tudi nekateri ljudje iz mojega delovnega okolja. Moj nasvet je, da ne bodite enako neumni, kot sem bila jaz.« Dooce, ime njenega bloga, se nato pojavi v leksikonu. Dooceed po angleško zdaj pomeni, da vas odpustijo, ker blogate o svoji službi.

### 2003

Video, ki ti uniči življenje: francoski Kanadčan posname film, v katerem se pretvarja, da je Darth Maul. Sošolci po naključju najdejo kaseto in rodi se prvi zvezdnik, čigar video se je po e-pošti širil hitreje kot virus. Video malega oponaševalca glavnega junaka Vojne zvezd je bil ogledan več kot 900-milijonkrat.

### 2003

Preprosto življenje: nekaj tednov pred prvo oddajo Preprosto življenje (Simple Life) se na spletu pojavi domači erotični video s Paris Hilton v glavni vlogi. Od tedaj se začno na spletu kar po tekočem traku pojavljati videi, v katerih slavni razkazujejo svoje spolno (ne) znanje.

### 2005

tmz.com: ta spletna stran prva postreže z videi aretacije Mela Gibsona zaradi vožnje pod vplivom alkohola in njegovega poznejšega nadutega vedenja. Spletna stran kasneje prva ponudi fotografije Britney Spears z obrito glavo.

## PODALPSKA ČASOVNICA

**Oktober 1990:** Izhajati začne prvi slovenski tabloid Lady. Slovenskih tračev v tistem času skoraj še ni bilo, zato so obdelovali predvsem tuje zvezdnike in člane kraljevskih družin. Po današnjih kriterijih sila benigno branje.

**Junij 2001:** V prvi številki slovenskega Playboya razgalimo Tino Gorenjak. »Nisem ekshibicionistka, čeprav je delo v šovbiznisu že samo po sebi delno ekshibicionistično,« je priznala Tina. Kot veste in vidite, so njenemu zgledu sledile tudi druge.

**Pomlad 2003:** Takratni častni slovenski generalni konzul na Novi Zelandiji Dušan S. Lajovic objavi spletno stran [www.udba.net](http://www.udba.net) s Centralno abecedno evidenco Republiškega sekretariata za notranje zadeve Socialistične republike Slovenije. Javnost se je lahko seznanila s posamezniki, ki jih je Udba nadzorovala, s tistimi, ki so z njo sodelovali, in z zaposlenimi v Udbi. Temu je sledila odmevna afera Udbe.net.

**Začetek 2004:** Pojav prvih slovenskih blogov. Machael Manske, radijski voditelj in Newyorčan, ki ga je ljubezen pripeljala v Maribor, je na blogu Glory of Carniola do začetka lanskega leta objavljaj svoje hudomušne misli o podalpski deželici. Kljub temu da ni pisal o zasebnosti, je bil kdaj tarča anonimnih nadlegovalcev in zaradi tega tudi že izbrisal kaj napisanega. BeeBee na blogu My So-Called Blog še vedno objavlja novice iz zasebnega življenja in tako tudi v tujih krajih ohranja stik z domačimi in bližnjimi. Najbolj sočna pa je bila Anaiis, ki se je po nesrečni ljubezni 'terapevtsko' razgaljala spletni javnosti – v besedah in fotografijah. Naval na njen blog je bil vedno večji in čedalje drznejši, zato ga je Anaiis v želji po ohranitvi anonimnosti izbrisala.

**Junij 2004:** Po spletu zaokroži 11 minut in 43 sekund dolg domači pornič s Severino Vučkovič. Splitčanko smo oboževali od Vardarja pa do Triglava – pa i šire, kot kaže vsaj dva primerka njenega videa na [www.youporn.com](http://www.youporn.com).

**September 2004:** POP TV začne predvajati prvo slovensko romantično resničnostno serijo Sanjski moški, posneto po licenčni oddaji The Bachelor iz ZDA. Sledita še dve sezoni serije s podobnim konceptom – Sanjska ženska.

**Pomlad 2005:** Da je tudi splet lahko majhen, so dokazali srečni najditelji golih fotografij bivše mis Hawaiian Tropic in Playboyevega dekleta Ines Juranovič. Sledile so še druge razgaljene Slovenke, ki jih je na tujem portalu objavljaj erotični fotograf Gregor Hvastja. »V resnici je bilo najdenih le nekaj deklet, pa še te zgolj po zaslugi Ines, ki je bila v slovenski javnosti pač preveč prepoznavna in je kot takšne sploh ne bi smel slikati,« je povedal zdaj že filmar Hvastja, ki živi in dela na Češkem.

**September 2005:** Komericalna televizija nam z zasebnimi zdravami in tekmo 13 mladostnikov postreže v Baru. Dvajset kamer vsak večer razen v nedeljo razkriva dogajanje v TV-oddaji, na spletu pa lahko špegamo v življenje mulcev 24 ur na dan, sedem dni v tednu. Ideja je švedska in tam je premiero doživela leta 2000. Prvi sezoni je čez leto dni sledila še druga. Golote še vedno ne vidimo.

**Marec 2007:** A kanal začne oddajati še en resničnostni šov. Big Brother bi verjetno ne dosegel odmevnosti, kakršno je, če ne bi bili tekmovalci bolj sproščeni glede golote in če ne bi tekmovalca Jasmina in Robert v njem seksala. Odmev je bil pričakovan, velik in zaželen – moralna policija z Angelco Likovič v prvih bojnih vrstah je skočila v zrak!

**Avugust 2007:** Predsedniška kampanja, v kateri dr. Danilo Türk zasede svoj kotic tudi na Facebooku. Hej, vsi na Facebook – postanimo prijatelji predsednika Slovenije!

**Sedanost** pa spremljate, kajne?

in ob tem še ugajati, lahko zraven pridelane frustracije terapevtsko omilimo z izpovedovanjem na spletu. Nekdo tam zunaj nas bo že poslušal. Saj včasih potrebujemo le nekaj pozornosti in potrditve, ne? Ko se razgaljamo, spoznamo, da so naše težave znane tudi drugim. »Vem, kako se počutiš ...« napiše bralec bloga v komentar, se še on izpove – in že imamo spontano skupino za samopomoč! **ALEŠ PRELOG** je le eden iz množice slovenskih blogerjev, ki mu je nekoč pisal fant v stiski, ki je že razmišljal o samomoru. »Prevzelo ga je, ko je na mojem blogu videl, kako sem bil nekoč obupan in kako sem bil zmotno prepričan, da sem pozabljen od vseh.«

Cilj objavljanja svojega zasebnega življenja in s tem zabavanje drugih, dajanje nasvetov, motiviranje teh 'drugih' ... pa ni zaslužek, temveč zadovoljstvo. Stvari, izkušnje, mnenja ... delimo, ker nas to osrečuje. Lepo, ne?

## 6. Življenje v vojajski družbi ne osrečuje

»Blog pišem iz čistega ekshibicionizma. Ker se ne morem registrirati na GlasujZame, ker nisem dovolj lep za naslovnice revij in nimam niti žlahtnega slavkoivančičevega glasu, sem se odločil za blog. No, tudi za pisanje nisem preveč nadarjen, ampak to se lahko mlogrede zamaskira v modernističen slog, tak, kjer ni nujno, da so vejice na pravih mestih, in kjer se besede sklapijajo brez Toporišičeve privolitve,« je na svojem blogu zapisal **MARIN**. Četudi se zdi njegova izjava precej logična, pa je le malo takih, ki v svojem objavljanju vidijo ekshibicionizem. Pisci blogov običajno navajajo družbeno sprejemljivejše razloge, denimo željo po spoznavanju novih ljudi ali arhiviranju dogodkov.

»Ljudje imamo potrebo po tem, da nas opazijo in potrdijo drugi ljudje. V osnovi si za to izberemo 'svoje' ljudi, kadar pa je potreba res velika, se zadovoljimo z množicami neznanih. Zaradi te potrebe ni najhujša kazen smrt, ampak izobčenje in samica,« razlaga **SANJA ROZMAN**, psihoterapevka in avtorica štirih knjig. »V bistvu potrebujemo potrditev, da smo sami sebi v redu. Poteši nas, če to res začutimo v sebi.«

V sodobni družbi je silno pomembno, da smo zanimivi, nekaj posebnega in da žanjemo občudovanje. Postati moramo opazni. Vse breme tega poslanstva pa nosimo sami. Sami moramo ustvariti osebo, ki bo dovolj prepoznavna – to je včasih naporno in človeka ne navdaja ravno z veliko srečo. Največje priznanje, ki ga prebivalec tega sveta dobi za svoj trud, so komentarji pod videom, sliko, zapisom na blogu ... ali veliko število navideznih prijateljev, ki spremljajo naše objave. Morda temu sledi še kratka predstavitev v katerem od brezplačnikov, v spletni prilogi časopisa ali na lokalni televiziji, a kakšne večje slave naj se bloger ne nadeja. Vseeno se zdi, da spletnih kvazizvezd to niti ne moti. S trudom bodo nadaljevali, saj čutijo, da s svojim početjem navdihujejo vsaj peščico ljudi, in to jim zadoštuje. Seveda pa mnogokrat vztrajnost ni dovolj. Vprašajte stotine slovenskih blogerjev, ki se izgublajo v množici in bolj kot ne anonimno objavljajo vsak dan. Ali pa pogledajte spletno nadvse 'družabne' najstnice z več kot 500 prijatelji na Facebooku.

Jasno je, kaj je treba storiti, da vzбудimo večjo pozornost in poglede usmerimo nase. Škandali, golota in seks so rešitev! Pogledajte zakonca Čepin. Popolna anonimneža sta se prebila v vseslovenski svet tračev. »Včasih je res prav očitno, da določeni estradniki tako plenijo gledanost. Jaz se ob branju takih čenč počutim kot voajer, in ker se ne maram tako počutiti, tega raje ne počnem,« komentira Sanja Rozman.

Ne smemo pa pozabiti: v vojajski družbi smo vsi igralci. Igramo, poziramo, trudimo se izboljšati svoj profil, svojo podobo, s katero nastopamo v javnosti. V zameno si želimo pozornosti in upamo na slavo.

Sanja Rozman razlaga nasprotje, ki se ga člani te sodobne vojajske družbe v želji po priznanju največkrat ne zavedamo: »Otroci potrebujejo potrditev staršev, da si lahko zgradijo osebnost in si potem potrditev dajo sami z nekakšnim notranjim govorom. Kadar v sebi tega ne morejo najti, ker sami sebe ne cenijo, si skušajo kot nadomestno potrebo zagotoviti pohvalo čim več drugih ljudi. Seveda, če bi to delovalo, bi bili zvezdniki, kot so Marilyn Monroe, Michael Jackson ali Elvis, najsrečnejši ljudje na svetu ... A njihove usode govorijo o nasprotnem.« **V**

