

**UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

**Miha Rejc**

**MEDIJSKE DIMENZIJE SVETOVNEGA  
SPLETA**

**DIPLOMSKO DELO**

**LJUBLJANA, 2007  
UNIVERZA V LJUBLJANI**

**FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

**Miha Rejc**

**Mentorica: doc. dr. Tanja Oblak Črnič**

**MEDIJSKE DIMENZIJE SVETOVNEGA  
SPLETA**

**DIPLOMSKO DELO**

**LJUBLJANA 2007**

## **MEDIJSKE DIMENZIJE SVETOVNEGA SPLETA**

Svetovni splet je vedno bolj pogosta tema mnogih debat. V diplomski nalogi so obravnavane medijske dimenzije tega sodobnega komunikacijskega fenomena. Predstavljena je vloga spleta kot komunikacijskega kanala. Kronološko je opredeljen razvoj tehnologije, ki je vodil v digitalizacijo informacijskih poti in nastanek svetovnega spleta, kot ga poznamo danes. Zaradi njegove razširjenosti in dosega vedno večjega števila ljudi dobiva pomembno spletno vlogo v družbi, predvsem v sferi komunikacije. Predstavljene so omejitve in prednosti spleta, ki se še najbolj kažejo v hipertekstu kot novi komunikacijski paradigmi. Opredeljene so ključne lastnosti hiperteksta, predstavljene njegove teoretične osnove in vpliv na spremenjeno posredovanje vsebin. Opredeljene so prednosti in omejitve svetovnega spleta kot medija in komunikacijskega kanala. Z ločitvijo vsebine informacije in oblike ter načina, kako je ta posredovana, je splet postal prostor medijske konvergenca. V ta prostor konvergirajo digitalizirane (medijske) vsebine, hkrati pa je splet medij *per se* in kot tak edinstven družbeni fenomen sodobnega časa.

**Ključne besede:** svetovni splet, hipertekst, mediji, vsebine, konvergenca.

## **MEDIA DIMENSIONS OF THE WORLD WIDE WEB**

The World Wide Web is a hot topic of many debates. The media dimensions of this contemporary communication phenomenon are at the focus of this thesis. The role of the web as a communication channel is presented. This thesis also takes a chronological observation of the technological developments leading to the digitalization of communication and the formation of the Web that we know today. Because of its widespread use it is becoming more and more important factor in our society. The properties and influence of Hypertext as the new paradigm of communication are discussed along with its theoretical base. The advantages and limitations of the Web as a Media are noted. By separating content from form and the way a certain piece of information is mediated, the Web has become an area of media convergence. All digitized (media) content is converging into this sphere. The Web is also a media *per se*, and that makes it a unique social phenomenon of contemporary time.

**Keywords:** world wide web, hypertext, media, content, convergence.

## KAZALO VSEBINE:

|  |    |
|--|----|
| 1. UVOD .....  | 6  |
| 2. SPLET KOMUNICIRANJA ALI KOMUNIKACIJSKI SPLET ? .....                      | 9  |
| 3. NASTANEK IN RAZVOJ MREŽE .....  | 11 |
| 3.1 DIGITALIZACIJA INFORMACIJSKIH POTI .....                                 | 12 |
| 3.2 KRONOLOGIJA DOGODKOV PRED NASTANKOM INTERNETA .....                      | 13 |
| 3.3 DARPANET – PREDHODNICA INTERNETNE MREŽE .....                            | 15 |
| 3.4 INTERNET IN SVETOVNI SPLET .....   | 16 |
| 3.5 RAZŠIRJENOST IN PENETRACIJA SPLETA TER ŠTEVILO<br>UPORABNIKOV .....      | 17 |
| 4. INTERNET IN SPLET .....   | 20 |
| 4.1 PREDNOSTI IN OMEJITVE SPLETA .....                                       | 22 |
| 4.2 HIPERTEKST KOT KOMUNIKACIJSKA PARADIGMA .....                            | 25 |
| 4.2.1 KLJUČNE LASTNOSTI HIPERTEKSTA .....                                    | 25 |
| 4.2.2 TEORETIČNI NASTAVKI HIPERTEKSTA .....                                  | 26 |
| 4.2.3 ALI HIPERTEKST IZPODRIVA KLASIČNE OBLIKE<br>POSREDOVANJA VSEBIN? ..... | 27 |
| 5. MEDIJSKE DIMENZIJE SPLETA .....   | 30 |
| 5.1 MEDIJ IN KOMUNIKACIJSKI KANAL .....                                      | 30 |
| 5.2 ELEKTRONSKI MEDIJI – PREDHODNIKI SPLETA? .....                           | 31 |
| 5.3 SPLET IN KLASIČNE MEDIJSKE OBLIKE .....                                  | 32 |
| 5.4. KONVERGENCA MEDIJSKIH OBLIK .....                                       | 34 |
| 6. MEDIJI NA SPLETU .....  | 37 |
| 6.1 PREMİK KLASIČNIH MEDIJEV NA SPLET .....                                  | 39 |
| 6.2 POENOTENJE ŽANROV .....  | 39 |
| 6.3 SPLETNE MEDIJSKE VSEBINE KOT IZVIRNA NOVINARSKA OBLIKA<br>.....          | 40 |
| 6.4 PARTICIPACIJA DRŽAVLJANOV V MEDIJIH IN DRŽAVLJANSKO<br>NOVINARSTVO ..... | 42 |
| 6.5 REGULACIJA SPLETNIH VSEBIN .....   | 43 |
| 7. ZAKLJUČEK .....   | 45 |
| 8. LITERATURA .....  | 49 |

## **KAZALO SLIK:**

|   |    |
|---|----|
| Slika 3.2.1.: Čezatlantski kabel.....                               | 14 |
| Slika 3.5.1.: Uporabniki interneta glede na regijo v svetu (%)..... | 19 |
| Slika 5.4.1.: Shema KRV .....                                       | 36 |

## **KAZALO PREGLEDNIC:**

|   |    |
|---|----|
| Preglednica 3.5.1.: Število uporabnikov in doseg interneta po regijah ..... | 19 |
| Preglednica 4.1.1.: Prednosti in omejitve spleta .....                      | 24 |

## 1. UVOD

Komunikacija iz posameznikov dela skupnost. Pa naj gre le za osnovne dogovore, ki opisujejo družbene norme in vrednote, jih je potrebno skomunicirati. »Ljudje živijo v skupnosti v smislu stvari, ki so jim skupne; in komunikacija je način s katerim pridobijo skupne stvari. Kar mora biti skupnega za oblikovanje skupnosti ali družbe so cilji, prepričanja, prizadevanja in znanje - skupno razumevanje« (Dewey 2004: 5). In z razvojem družbe so rasle tudi komunikacijske poti. Kar je bilo včasih izraženo v preprostih kretnjah, se danes manifestira v več kot tisoč različnih jezikih, ki jih ljudje uporabljamo za sporazumevanje in posredovanje informacij. Vlogo posrednika informacij, ki so potencialno zanimive širšemu krogu ljudi, že vrsto let bolj ali manj uspešno opravljajo množični mediji. Od tistih vklesanih napisov in razglasov v antičnih časih do moderne televizije, ki posreduje zvok in sliko.

A nikoli poprej ni imel posameznik možnosti ustvarjati vsebine, ki bi bile pod enakimi pogoji dostopne vsem ljudem. To možnost je v razvitejše družbe prinesel svetovni splet. Vsebine na spletu so pod enakimi pogoji dostopne večini<sup>1</sup> posameznikov, ki imajo možnost dostopa. Regulativnega telesa, ki bi podeljeval frekvence ali prostor, ni ne na nacionalni, ne na mednarodni ravni. Z registracijo domene<sup>2</sup> in zakupom prostora na strežniku ima vsakdo možnost ustvariti svoj lasten medij. Stroškov distribucije ni, za ustvarjanje preprostih vsebin pa danes praktično ni potrebno nič več kot osnovno znanje dela z računalniki.

Dve spletni strani, ki služita različnim namenom, se v osnovi ne razlikujeta v ničemer, sta dve *povsem enakovredni entiteti*. Seveda v praksi prihaja do ogromnih razlik v številu obiskovalcev teh spletnih mest in količini vsebin, vendar pa imata obe spletni mesti enake možnosti razvoja.

Danes, ko je svetovni splet prešel zgodnjo fazo razvoja in ga uporablja že 17 odstotkov svetovnega prebivalstva<sup>3</sup>, se pojavljajo vprašanja, kaj svetovni splet sploh je. Ali je medij, ali komunikacijski kanal za komuniciranje z drugimi posamezniki (prek elektronske pošte, forumov, klepetalnic ali instantnih sporočil), oboje skupaj ali nič od naštetega. Svetovni splet spreminja družbo. Bistveno je spremenil naše

---

<sup>1</sup> LR Kitajska se je odločila za precej obsežno cenzuro spletnih vsebin, med drugim so prebivalcem Kitajske onemogočili dostop do iskalnika google.

<sup>2</sup> Spletni naslov oziroma ime, ki identificira računalnik na internetu, npr. google.com ali cnn.com ali domenca.si.

<sup>3</sup> Spletni vir 1

dojemanje časa in razdalj – naš 'sogovornik' na drugi strani zaslona je lahko oddaljen tisoče kilometrov –, ter tudi sveta samega.

Kar je še pomembneje kot to, je da si vsak posameznik sedaj sam postavlja agendo dogodkov in ni več odvisen od izbora množičnih medijev, ki dogodkom dajejo smisel in pomen ter jih uvrščajo v referenčno shemo sveta. Če so klasični mediji svet okrog nas ustvarjali po načelu »povedali ti bomo, kaj se je danes zgodilo in kaj bi te moralo zanimati«, potem se na svetovnem spletu vsa moč ustvarjanja pomena prestavi v roke posameznika, ki živi po načelu »zanima me to in to, in vse potrebne informacije si lahko poiščem sam«. Če poenostavimo: če nas zanima dogajanje na Vzhodnem Timorju, lahko njihove medije spremljamo prek spleta. Prav tako so nam dostopni forumi tamkajšnjih lokalnih skupnosti in osebni blogi, kamor prebivalci zapisujejo svoja videnja in komentarje najpomembnejših dogajanj in dogodkov. V nasprotju s tem (pre)obiljem informacij in podatkov nam klasični mediji ponudijo le novice, ki presežejo prag novičarskih faktorjev, da se dogodek pojavi med novicami.

Vsako jutro imamo možnost, da se seznanimo z dogajanjem na drugem koncu sveta, če le ni jezikovnih ovir. Vendar pa splet ni le medij, ki posreduje, ampak je hkrati tudi podaljšek mnogih institucij: prodaja prek spleta postaja vedno bolj priljubljena, saj so izdelki praviloma cenejši, izognemo pa se tudi vrstam v trgovinah. Tudi prodaja avtorskih vsebin (predvsem glasbe in filmov) se seli na splet, čeprav ob glasnem negodovanju založb, ki se bojijo gotove izgube večjega dela zaslužka. V času nastajanja naloge so se tudi v slovenskih klasičnih medijih opazneje in pogosteje začeli pojavljati prispevki o svetovnem spletu in njegovem vse večjem vplivu na družbo in družbena razmerja.

Hkrati je internetna tehnologija, kot okvir v katerem obstaja in živi svetovni splet, postala nosilka vse večjega števila komunikacij. Najprej se je na internet preselil radio, potem telefon in nenazadnje televizija. Telekomunikacijski ponudniki tudi v Sloveniji nudijo pakete povezav, kjer naročniku poleg dostopa do interneta omogočijo še telefonijo, televizijo in radio. Zdi se, da vse vsebine konvergirajo na splet in da se bo v 21. stoletju načelo »če dogodka ali stvari ni v medijih, potem ne obstaja« spremenilo v »če nečesa ni na spletu, potem to ne obstaja«.

Skladno s tem se svetovni splet vedno bolj uporablja tudi v povezavi s terminom množični medij. V diplomski nalogi se bomo osredotočili na različne medijske vidike spleta, ga primerjali z ostalimi mediji ter skušali ugotoviti, kako je narava spletne tehnologije in nove komunikacijske paradigme – hipertekst – vplivala na ustvarjanje

vsebin. V toku naloge bomo skušali potrditi hipotezo, *da je svetovni splet entiteta, ki ima tudi izrazite medijske dimenzije, hkrati pa jih presega.* Za razčlenitev lastnosti svetovnega spleta, njegov nastanek in pomen bomo uporabljali analizo relevantnih sekundarnih virov.

V **prvem delu** diplomske naloge bomo predstavili splet kot okolje komuniciranja in hkrati kot okolje, ki je zaradi komuniciranja nastalo. Če ne bi bilo nekaj uspešnih sistemov pred svetovnim spletom, kot sta npr. elektronska pošta in sistem Usenet, bi bil tudi obstoj spleta postavljen pod vprašaj. Rojstvo, rast in razvoj mreže, bomo podrobneje predstavili v **drugem delu**, kjer bomo razvoj razčlenil na nekaj pomembnih obdobjih: obdobje pred Darpanetom, Darpanet obdobje in obdobje svetovnega spleta, ki je nastal iz Darpanet omrežja. Med drugim bomo predstavili tudi število uporabnikov svetovnega spleta in njegov doseg v svetu.

V **tretjem delu** diplomske naloge si bomo podrobneje pogledali prednosti in omejitve svetovnega spleta kot medija ter razčlenili spletno komunikacijsko paradigmo – hipertekst. Pri tem podpoglavju bom najprej orisali ključne lastnosti hiperteksta in njegove teoretične osnove, potem pa si bomo pogledali, ali hipertekst že izpodriva klasične poti posredovanja vsebin.

V **četrtm delu** bo govora o medijskih dimenzijah spleta. Najprej bo na vrsti razmislek o spletu kot mediju, ali komunikacijskemu kanalu. Sledi predstavitev medijskih predhodnikov spleta, in načinov kako je potekalo združevanje spleta in medijskih vsebin ter oris kaj je konvergenca medijskih oblik.

V **zadnjem (petem) delu** bomo predstavili medije na spletu, kako so ti poskrbeli za premik v novo medijsko okolje, kako je to vplivalo na žanrsko preoblikovanje vsebin. Ukvarjali se bomo tudi z vprašanjem, ali so spletne medijske vsebine izvorna novinarska oblika, ter kako je na spletu poskrbljeno za regulacijo vsebin in kaj je državljansko novinarstvo.

## 2. SPLET KOMUNICIRANJA ALI KOMUNIKACIJSKI SPLET ?

Sposobnost komuniciranja, ki jo imajo živa bitja, je bila vedno v ospredju številnih človeških civilizacij, od najstarejših preprostih skupnosti do modernih družbenih ureditev današnje dobe. Za medosebno komuniciranje so se v najzgodnejših časih uporabljale kretnje in obrazna mimika, kasneje pa so se tem neverbalnim znakom pridružili še neartikulirani glasovi. Teh še ne moremo šteti med pravo verbalno komunikacijo, pa vendar so bili to zvočni signali s svojim pomenom. Glasovi so postajali vedno bolj artikulirani, vedno večja je bila tudi diferenciacija med njimi, saj so nosili vedno več pomenov in počasi so se razvili zlogi, besede in stavki, ki so osnova verbalne komunikacije. Gledano skozi oči zgodovinskega razvoja, je človeštvo kar dolgo vztrajalo pri tej 'oralni' fazi komuniciranja, čeprav so že od nekdaj obstajale težnje zapisovanja sporočil. V najbolj rosnih mladosti človeštva so si posamezniki oziroma skupine sporočila posredovali s pomočjo risb in slik (vizualna komunikacija), ki so večkrat nosile tudi simbolni pomen. Tovrstne pomene so ljudje vedno skušali zapisati s simboli, ki so dobili svoje pomene izven teh simbolov. V času zgodnjih velikih civilizacij je bila težnja zapisati zgodbe, poročila s simboli oziroma znaki, ki bi vsebino naredili večno.

Oralna komunikacija je hipna, obstaja le v določenem trenutku v času, naslednji trenutek pa je več ni. Vsaka civilizacija je imela svoj način zapisovanja, dokler ni okrog 700 let pred našim štetjem v antični Grčiji prišlo do velikega izuma – abecede. »Abeceda je omogočila premostiti prepad med govorjenim in jezikom, in tako ločila govorjeno od govorca, kar je omogočalo konceptualni diskurz« (Castells 1996: 327).

Abecedni red je omogočal racionalni diskurz, a je hkrati pisno komunikacijo oddaljil od avdiovizualnega sistema simbolov in percepcij, ki je pomemben za popolno izražanje človeškega uma. Z implicitno in eksplicitno vzpostavitvijo družbene hierarhije med literarnim in avdiovizualnim je bilo slednje potisnjeno v sfero umetnosti in se je ukvarjalo z zasebnimi čustvi, do dvajsetega stoletja, ko je v velikem slogu vrnilo udarec, najprej z radijem in potem še s televizijo, ki je v srcih ljudi preglasila pisno komunikacijo (glej Castells 1996: 327).

Tehnološka preobrazba podobnih zgodovinskih dimenzij se odvija tudi 2.700 let pozneje v obliki integracije različnih tipov komunikacij v interaktivno mrežo: nastanek meta jezika, ki v enem sistemu integrira pisne, oralne in avdio-vizualne modalitete človeške komunikacije (glej Castells 1996: 328). Danes živimo v času, ko

v naši sredini nastaja družbeni fenomen, ki se še nikoli prej ni manifestiral v takšni obliki in takih razsežnostih: nastanku medija, ki je hkrati meta- ali hipermedij, ki je konvergenca vseh dosedanjih medijskih oblik in komunikacijskega kanala, ki vsakomur z dostopom do tehnologije omogoča komuniciranje z vsemi ostalimi posamezniki, ki so povezani v omrežje skozi eno izmed mnogih vstopnih točk.

Ravno zaradi te obsežnosti in raznolikosti internet in svetovni splet posameznika in družbo spreminjata bolj, kot katerikoli medij poprej. »Osrednje značilnosti tega novega komunikacijskega okolja so morda najbolj povzete v McLuhanovih besedah, kot planetarni 'osrednji živčni sistem', ki je sestavljen iz spleta spletov komunikacijskih naprav – telefonov, televizij, računalnikov, kamer, dlančnikov in faksimilnih naprav –, povezanih v eno integrirano omrežje digitalnih elektronskih telekomunikacij« (McLuhan v Deibert 1997: 135). Značilnost povezovanja naprav med seboj je, da so povezane v omrežje, ki nima centralnega dela. Če se mreža na enem delu pretrga, to ne pomeni nobene spremembe za delovanje ostalega dela mreže. Povezave, ki so vodile do sedaj nedeljujočega člena se preusmerijo drugam, ali pa ga nadomesti drug člen. Povezave niso nujno dolgotrajne in stalne.

»Paradigma novega tipa komuniciranja – in jasno tudi rastoča infrastruktura za hipermedijsko okolje – je mreženje računalnikov in še posebej ohlapen konglomerat iz povezanih računalnikov po celem svetu, ki ga poznamo kot 'internet'« (Deibert 1997: 131). Internet je hkrati ena največjih tehnoloških iznajdb sodobnega časa in en največjih družbenih fenomenov sploh, svetovni splet kot njegov del, katerega raba je najbolj razširjena oblika, pa manifestacija združitve medijev in komunikacije v najbolj čisti obliki.

»Ključno vprašanje leži v dejstvu, da so množični mediji enosmerni komunikacijski sistem, dejanski proces komunikacije pa ni, saj je odvisen od interakcije med pošiljateljem in naslovnikom pri interpretaciji sporočila« (Castells 1996: 335). Svetovni splet je torej oboje: komunikacijski kanal in množični medij.

### 3. NASTANEK IN RAZVOJ MREŽE

Internet predstavlja najnovejšo, najbolj široko obravnavano in najpomembnejšo manifestacijo novih medijev. Pojmi, kot so 'kiberprostor', 'virtualni svet', 'mrežna skupnost' in 'informacijska avtocesta', se tipično nanašajo na možnosti, ki jih je omogočil internet.

»Kaj je omrežje? Na nek način je to, ironično, nekaj kar sploh ne obstaja. Večinoma je le tkivo pogodb med posameznimi deli, ki delujejo izključno v medsebojni povezavi. Povezava je v glavnem sestavljena iz najetih telefonskih vodov, ki niso v lasti omrežja. Omrežja, kot podjetja, stojijo na izredno trhljih temeljih. Kljub temu so omrežja postala izredna zbirališča moči in informacij, vplivna po celotnem svetu« (Barnouw 1968: 3). Če se je ob pojavu interneta in kasneje spleta kot komunikacijskega kanala govorilo o novem digitalnem omrežju, ki bo povežalo cel svet, danes težko govorimo o omrežju ali 'Mreži' ('The Net'), ne da bi hkrati mislili na mobilno telefonsko omrežje (osnovano na GSM, UMTS ali kakšni drugi tehnologiji), VoIP omrežij<sup>4</sup>, omrežje digitalne televizije in videa na zahtevo ter drugih prihajajočih oblik. Ko danes mislimo na omrežje, mislimo na konvergenco več različnih digitalnih komunikacijskih oblik. Ali kot ugotavlja DiMaggio s sodelavci: »Internet predstavlja elektronsko omrežje omrežij, ki povezuje ljudi in informacije s pomočjo računalnikov in vedno bolj tudi skozi druge digitalne medijske tehnologije, in omogoča tako medosebno komunikacijo kot prejem informacij« (DiMaggio et al. v Flew 2005: 4). Vsakič, ko govorimo o omrežju, se moramo zavedati, da poleg fizičnega omrežja (skupka bakrenih in optičnih žic, kablov in vodov) obstaja tudi omrežje ljudi, ki jih povezuje ogrodje. Čeprav je fizično omrežje izredno kompleksen pojav, pa je za nas iz vidika medijskih dimenzij spleta veliko bolj pomembno omrežje ljudi, ki jih te žice in kabli povezujejo. Ker so uporabniki spleta potrošniki medijskih vsebin, ki jih svetovni splet posreduje, se bomo posvetili bolj družbeni plati. Ne gre pa zanemariti dejstva, da je skupnost neločljivo povezana in celo odvisna od tehnološke podlage, ki omogoča delovanje spleta. Skupnost uporabnikov omrežja je nefunkcionalna, če informacije po povezavah ne potujejo pravilno, oziroma niso

---

<sup>4</sup> VoIP – Voice over IP. S tem imenom imenujemo skupek tehnologij in protokolov, ki omogočajo prenos glasu preko svetovnega spleta oziroma glasovno komunikacijo med posameznimi IP naslovi. Povedano poenostavljeno gre za telefon, ki za prenos ne uporablja klasičnih telefonskih povezav in tehnologije, ampak internetno omrežje. Morda bi veljalo pripomniti, da podatki pri tej obliki komunikaciji v večini primerov še vedno – ironično – potujejo po telefonskih žicah.

kodirane in dekodirane. Sporočilo, prevedeno v grobi strojni jezik ničel in enic, še tako usposobljenemu uporabniku ne pomeni nič, če ni ta strojni zapis preveden v človeku razumljivo in kar se da prijazno obliko. Računalniki in v zadnjem času vedno bolj tudi mobilni telefoni in osebni organizatorji (PDA) igrajo vlogo vstopne točke v omrežje. »A povezava kot taka inherentno še ne pomeni skupnosti, prav tako ne vodi k potrebnim izmenjavam informacij, pomenov in osmišljevanja« (Jones 1998: 5). Povezava v splet le odpira komunikacijske kanale, ponuja možnost komunikacije z drugimi ljudmi, ki so povezani. Kot v normalni človeški družbi ni nujno, da se posameznik odloči živeti v neki skupnosti in v njej opravljati številne interakcije. Posameznik s svobodno voljo ima vse možnosti, da živi samotno, asketsko življenje, kjer bo število družbenih interakcij zreducirano na eksistenčni minimum.

### 3.1 DIGITALIZACIJA INFORMACIJSKIH POTI

Večina socializiranih posameznikov živi vključenih – do določene mere – v neko vrsto skupnosti ali celo več različnih skupnosti in se tam razvija in uporablja dobrine, ki jih skupnost ustvarja ali poseduje. Ena izmed teh dobrin so tudi informacije, ki so pomembnejše mesto v družbenih sistemih dobile šele v zadnjih nekaj desetletjih, torej v informacijski dobi. »Informacijske dobrine so, v nekaterih pogledih, še bolj kot klasični monopoli, osnovane na fizičnih infrastrukturah, kot npr. železnice. Imajo visoke fiksne stroške in skorajda zanemarljive stroške vzdrževanja. Podjetje je bogato nagrajeno za široko bazo uporabnikov, ker lahko tako svoje stroške razporedi širše in s tem postavlja visoke ovire za vstop v panogo« (Agre v Jones 1998: 93). Reklo 'informacija je denar' je staro že kar nekaj časa, vendar se tega verjetno najbolj živo zavedamo danes, ko je informacij in poti, po katerih te potujejo, v izobilju. Ljudje zaradi vedno hitrejšega tempa življenja postajamo vedno bolj odvisni od informacij, saj si preprosto ne moremo privoščiti, da bi čakali, da informacija 'najde pot' do nas, ampak jo hočemo tukaj in takoj oziroma zdaj.

Do današnje točke v času so za prenos informacij do nas skoraj vedno skrbeli ljudje. Sedaj to vlogo opravljajo računalniški strežniki, na katerih se izvajajo operacije, ki skrbijo, da dobimo iskano informacijo. Zamenjala se je smer, kako informacija pride do nas. V klasičnih medijih so bile informacije za nas že izbrane, pripravljene, da jih začnemo sprejemati. V digitalnih medijih je možnost izbire (iskanja) informacij večja, s tem pa je več možnosti, da si vsak posameznik sam izbere, katere informacije so

zanj pomembne in jih tudi sam poišče. Vloga vmesnika pripada digitalni napravi, ki je lahko osebni računalnik, mobilni telefon ali dlančnik. V domišljiji si seveda lahko zamislimo prihodnost, kjer bo vlogo te povezovalne točke z omrežjem in nami odigral podkožno vsajen čip, ki bo digitalne binarne signale npr. 010101010010101 prevajal v obliko, ki bo neposredno, brez zunanjih perifernih enot, razumljiva nevronskim mrežam naših možganov. V taki prihodnosti bodo resnično zaživi pojmi, kot so navidezna resničnost, simulacija resničnosti, in dejansko se bomo lahko – brez kakršnihkoli drugih strojnih pripomočkov – priklopili v omrežje.

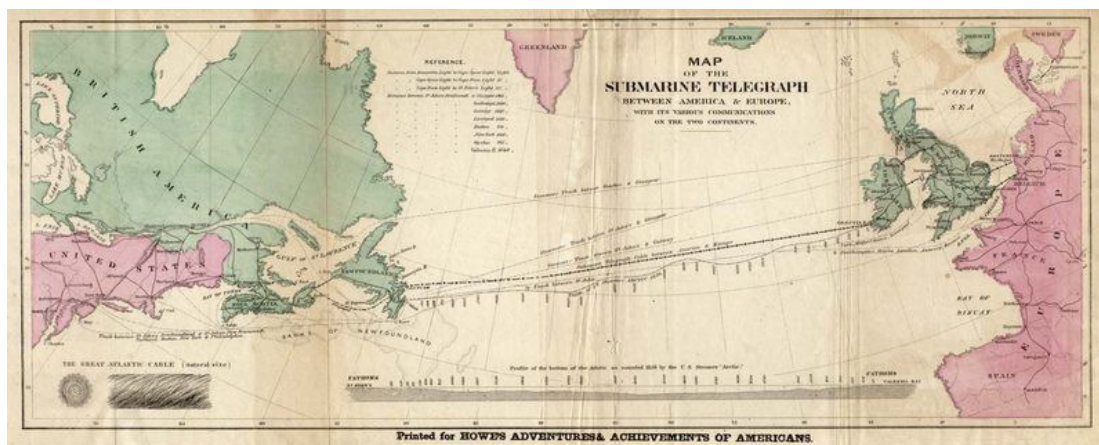
Ob vsem obilju možnosti, ki so na svetovnem spletu danes na voljo, pa velja nameniti nekaj pozornosti pogledu nazaj. Preteklost in razvoj interneta in spleta sta namreč pomembna dejavnika, ki še vedno vplivata na današnjo podobo in vlogo obeh okolij.

### 3.2 KRONOLOGIJA DOGODKOV PRED NASTANKOM INTERNETA

Ko govorimo o izvoru interneta, bi verjetno lahko začeli pri samem izvoru komunikacije, govora in pisave. Brez teh in še mnogih drugih elementov namreč svetovni splet ne bi mogel obstajati. Pa vendar bomo pregled dogodkov, ki so se odvili pred nastankom interneta, omejili na tehnične inovacije in teoretske nastavke, ki so omogočili internetno tehnologijo, kot jo poznamo danes (povzeto po spletnem viru 2):

- **1837** – Samuel Morse izumi telegrafski oddajnik in sprejemnik. Ta izum je temelj informacijske dobe, v kateri živimo danes.  
**1858** – prvič je bil položen podmorski atlantski kabel (glej sliko 1), ki je omogočal takojšnjo povezavo med staro in novo celino (povezoval je Irsko in Novo Fundlandijo). Prvo telegrafsko sporočilo po tej povezavi je poslala britanska kraljica Viktorija predsedniku ZDA Buchananu. Čeprav je bil to zelo opevan dosežek, je povezava po nekaj dneh prenehala delovati zaradi slabe izolacije.
- **1865-1866** – položen je bil nov čezatlantski kabel, ki je bil močnejši in je imel boljšo izolacijo. V uporabi je ostal še naslednjih sto let, v tem času pa se mu je pridružilo še mnogo drugih, ki so v uporabi še danes.

Slika 3.2.1.: Čezatlantski kabel



Vir: Spletni vir 3

- **1876** – Alexander Graham Bell izumi telefon. Izum je bil temelj komuniciranja na velike daljave in osnova današnjih internetnih povezav. Več načel, uporabljenih pri telefonu, je bilo prirejenih in uporabljenih pri prvih podatkovnih omrežjih.
- **1945** – v reviji *Atlantic Monthly* je objavljen esej Vannevarja Busha *As We May Think*, v katerem je predstavljen koncept memexa. Memex (ime izhaja iz besedne zveze **memory extender**) je teoretično zasnovan hiperračunalnik, ki bi med posameznimi informacijami (npr. besedili ali slikami) omogočal referenčne povezave, ki bi jih lahko ustvarjal tudi posameznik sam. Na podobnih principih se kasneje razvije hipertekst.
- **1957** – Sovjetska zveza v orbito izstreli Sputnik I, prvi umetni satelit, ki kroži okrog zemlje. Ameriški predsednik Eisenhower v odgovor na ta dosežek ustanovi Advanced Research Projects Agency (ARPA), ki deluje znotraj Ministrstva za obrambo. Naloga ARPA je razvoj tehnologije, s katero bi si ZDA povrnile primat na področju vojske.
- **1960** – Ted Nelson skuje pojem hipertekst in hipermedij. Za Nelsona je hipertekst slikovni in besedilni material, ki je tako kompleksno prepleten, da ga ne moremo verodostojno zapisati na papir. Hipertekst po Nelsonu deluje na principu asociacije informacij skozi povezave.

- **1961** – Leonard Kleinrock z univerze MIT napiše članek z naslovom *Information Flow in Large Communication Nets*. To je bilo prvo teoretično izhodišče za tehnologijo *packet-switching*, na kateri je osnovan današnji internet.

Ta serija dogodkov, povzeta po kronologiji WOW academy<sup>5</sup> postaja vedno bolj zgoščena, bolj ko se bližamo sedanosti. Novosti in izboljšave se pojavljajo tako pogosto, da bi jih tako zaobjeli v obliki časovnega sosledja, zato bomo naslednje korake opredelili opisno. Prvo omrežje, ki so ga pod okriljem obrambnega ministrstva vzpostavili na akademskih inštitucijah v ZDA, se je imenovalo Darpanet.

### 3.3 DARPANET – PREDHODNICA INTERNETNE MREŽE

Sredi šestdesetih let in na vrhuncu hladne vojne so bila dovolj zrela vsa teoretična izhodišča za vzpostavitev omrežja, ki se je kasneje razvilo v internet. Vodja laboratorijev DARPA<sup>6</sup> se je leta 1962 soočal s težavami, ki so botrovale nastanku omrežja, iz katerega se je razvil internet. Za potrebe komuniciranja so bili v sklopu projekta v omrežje povezani trije terminali (eden v Santa Monici, drugi na Berkleyju in tretji na MIT), vendar je imel vsak terminal svoj nabor ukazov, zato je bilo potrebno, če je nekdo najprej komuniciral z nekom iz Santa Monice, potem pa je želel vprašati nekaj koga iz MIT, vstati, se sprehoditi do drugega terminala in komunikacijo opraviti tam. Vodja DARPA J.C.R. Licklider se je tako soočal z vprašanjem, kako več fizičnih omrežij povezati v eno samo logično omrežje, ki bi povezovalo vse terminale, povezane v katerokoli fizično omrežje, ki je del logičnega omrežja.

V ta namen so Donald Davies (NPL), Paul Baran (RAND) in Leonard Kleinrock razvili in implementirali tehnologijo izmenjave paketov, ki je še danes prevladujoča paradigma v računalniški komunikaciji. Rezultat tega je omrežje, ki je popolnoma decentralizirano in zmožno delovati, tudi če večji del omrežja izpade iz povezave. Lickliderjeve ideje o povezanem sistemu vseh terminalov so se začele uresničevati konec šestdesetih let. 21. novembra 1969 je bila vzpostavljena prva povezava med Kalifornijsko univerzo v Los Angelesu in inštitutom Stanford. Do 5. decembra 1969

---

<sup>5</sup> Spletni vir 2

<sup>6</sup> Tako se je imenovala razvojna agencija ARPA, ko so jo dokončno integrirali v obrambno ministrstvo ZDA.

sta bili v povezavo, ki se je že imenovala ARPANET, povezani še Kalifornijska univerza v Santa Barbari in Univerza Utah.

Danes je splošno sprejeto dejstvo, da je bil internet neposreden rezultat te vojaške tehnologije, ki je nastala na podlagi zahtev, da bi bil komunikacijski sistem sposoben preživeti jedrsko vojno in ne bi imel centraliziranega sistema upravljanja. Te prve štiri vstopne točke so bile začetek omrežja, ki je leta 1972, ko se je po omrežju začela pošiljati elektronska pošta, obsegal že 37 členov, ki pa so bili še vedno omejeni le na akademske ustanove. Ravno zaradi možnosti pošiljanja sporočil komurkoli, ki ima elektronski naslov in dostop do omrežja, je sledilo obdobje pospešene rasti in vojska se je odločila, da bo izstopila iz tega omrežja in razvila lastno omrežje – MILNET.

### 3.4 INTERNET IN SVETOVNI SPLET

S širitvijo akademskega interneta, je ta vseboval vedno širši nabor komunikacijskih okolij. Eden od prvih sistemov, ki je pripomogel k širitvi interneta izven precej zaprtega akademskega sveta, je bil Usenet (USEr NETwork – *mreža uporabnikov* oziroma *mreža za uporabnike*), ki je še najbolj podoben neke vrste 'oglasni deski', kamor so uporabniki lahko pošiljali informacije in postavljali vprašanja, na katera so odgovarjali drugi uporabniki. Praktično vse vsebine na različnih področjih so ustvarili uporabniki sami, skrbniki sistema so le skrbeli za tehnično podporo številnih strežnikov, na katerih je deloval sistem. Usenet je bil sistem spletnega sodelovanja in interakcij, ki je v marsičem podoben današnji ideji o spletu 2.0<sup>7</sup>. Zaradi svoje decentralizirane strukture – ni omejen samo na en strežnik, kot današnja 2.0 spletna mesta – je Usenet tudi bolj demokratične narave kot spletna mesta, ki skušajo uveljavljati 2.0 smernice. Kljub vsem tem pozitivnim lastnostim, pa so bile razprave na Usenet oglasni deski omejene le na tekstovna sporočila, ki so jih uporabniki pošiljali v posamezne novinarske skupine.

To se je spremenilo leta 1991 s projektom svetovni splet, oziroma World Wide Web. Tim Berners-Lee, oče projekta, je napisal preprost uporabniški vmesnik za okensko okolje, ki je olajšal delo na internet. Uporabniški vmesnik Mosaic je bil prvi namensko izdelan računalniški program - brskalnik, ki je uporabniku omogočal

---

<sup>7</sup> Splet 2.0 kot nova spletna paradigma, kjer za ustvarjanje vsebin na spletnem mestu skrbijo predvsem obiskovalci spletnih strani, upravitelj spletnega mesta pa le postavlja okvire komunikacije. S spletom 2.0 so povezane tudi nekatere tehnološke inovacije ter oblikovalski prijemi (svetle žive barve, zaobljeni robovi, prehodi, prosojna področja, ...). Refleksija o spletu 2.0 bo sledila v zaključku naloge.

brskanje po spletnih straneh z uporabo računalniške miške. Od tega trenutka dalje je sledil bliskovit razvoj svetovnega spleta, ki je postal sinonim za medmrežje. »Rast interneta je presenetila vse. Sistemi telefonskih družb so popuščali pod pritiskom visokega števila uporabnikov. Vlade še niso uspeli implementirati učinkovitega sistema regulacije ali cenzure. Poslovni sektor ga še ni uspel kapitalizirati in nadzirati skozi lastništvo, kot se je to zgodilo pri drugih medijskih oblikah« (Stewart in drugi 2001: 69).

Prvi spletni iskalnik Lycos je imel konec leta 1993 zabeleženih že 800.000 spletnih mest. Leta 1995 je bilo na svetovnem spletu postavljeno prvo podjetje, ki je poslovalo izključno prek svetovnega spleta, knjigarna Amazon. Svetovni splet ni poznal geografskih in političnih meja, kar je botrovalo tako hitremu razvoju. Zadnji podatki kažejo, da je na svetu nekaj čez 113 milijonov različnih aktivnih spletnih mest<sup>8</sup>. Število registriranih domenskih naslovov je bistveno večje – približno pol milijarde<sup>9</sup>, kar kaže na to, da je aktivnih le četrtnina vseh registriranih domen. Seveda je število spletnih strani<sup>10</sup> bistveno večje od števila spletnih mest. Spletni iskalnik Google je imel januarja 2007 indeksiranih več kot 40 milijard spletnih strani. Raba spleta in interneta je v slogu najbolj zloglasnih epidemij 'obnorela' svet in bliskovito pridobivala nove uporabnike. Vedno večje množice uporabnikov so začele privabljati tudi vlagatelje in kapital, saj so vedno večjo vlogo začela dobivati telekomunikacijska podjetja in tudi ponudniki vsebin: »komunikacijska podjetja po celem svetu, so začela ustvarjati čezmejna, multimedijška združena podjetja in zavezništva, da bi obšla obstoječo zakonodajo in hkrati znižala stroške in stopnjo tveganja pri delovanju na območju, ki se hitro razvija v ogromen enoten globalni trg« (Deibert 1997: 129).

### 3.5 RAZŠIRJENOST IN PENETRACIJA SPLETA TER ŠTEVILO UPORABNIKOV

Svet komunikacij se je s pojavom interneta bistveno spremenil. Zmanjšale so se razdalje, odzivni časi so postali krajši. Cel planet se je spremenil v neke vrste 'globalno vas', kot jo je poimenoval McLuhan. Teoretično v vsakem trenutku obstaja možnost vzpostavitve komunikacijskega kanala s skorajda katerokoli osebo na tem

---

<sup>8</sup> Po podatkih podjetja Netcraft (Spletni vir 4) je bilo aprila 2007 aktivnih 113.658.468 spletnih mest.

<sup>9</sup> Spletni vir 1

<sup>10</sup> Tu govorimo o številu različnih, edinstvenih (unikatnih) dokumentov, ki so deli spletnih mest.

planetu, če ima le dostop do komunikacijske infrastrukture. S širjenjem pasovnih širin, ki omogočajo večje hitrosti prenosa podatkov, so se spletne predstavitve začele spreminjati iz dolgočasnih tekstovnih strani v vedno bolj pisane predstavitve, ki so v kronološkem vrstnem redu začele vsebovati tudi animacije, zvok in video. Temu so botrovali tudi vedno močnejši računalniški sistemi, ki so se razvijali z bistveno višjo hitrostjo, kot katerakoli tehnologija prej<sup>11</sup>. Razvoj je bil celo tako hiter, da so mu ponudniki storitev in ustvarjalci vsebin težko sledili. Danes ima dostop do interneta 17 odstotkov svetovnega prebivalstva, v najbolj razvitih družbah celo 70 odstotkov prebivalstva (glej preglednico 1 in sliko 2).

*Zdi se, da je prihodnost interneta odvisna od tega, o katerem njegovem delu govorimo. E-pošta se je vzpostavila kot odličen komunikacijski medij vzporedno s telefonom, čeprav še vedno delamo na tem, kako jo učinkovito uporabljati, brez da bi razburili eden drugega. Uporabniške vsebine, klepetalnice in MUD-i še vedno obstajajo, a so med današnjo spletno populacijo bolj eksotične aktivnosti. V vsakem primeru se zdi, da so svetovni splet in njegove interaktivne izpeljanke še najbolj zanimive za medijske psihologe (Giles 2003: 272)*

V Sloveniji je bilo septembra 2006 po podatkih RIS (Raba interneta v Sloveniji<sup>12</sup>) 880.000 uporabnikov interneta. Po podatkih Statističnega urada republike Slovenije<sup>13</sup>, pa je imelo v prvem četrtletju 2006 dostop do interneta 54% gospodinjstev, kar pomeni nekaj več kot 900.000 oseb.

Po podatkih evropskega statističnega urada EUROSTAT je Slovenija glede rabe interneta v povprečju EU25 (47%), še vedno pa zaostaja za povprečjem EU15 (49%).

---

<sup>11</sup> V skladu z Moorovim zakonom (imenovanim po enem izmed soustanoviteljev družbe Intel), se procesorska moč računalnikov podvoji na vsakih 24 mesecev, ob enakih minimalnih proizvodnih stroških. Čeprav prvotna Moorova empirična opažanja segajo v sredino šestdesetih let prejšnjega stoletja, njegova trditev drži še danes. Moorov zakon lahko apliciramo skorajda na vse panoge, ki so povezane z tehnologijo. Velja tudi za digitalne fotoaparate, kjer se na vsakih 24 mesecev podvoji število megapikslov, podobno je s kapacitetami trdih diskov. Na dolgi rok se zakon lahko izkaže kot neresničen zaradi težave z materiali. Pri centralnih procesnih enotah se največji proizvajalci že ukvarjajo z materiali, ki bi imeli boljše lastnosti kot silicij in bi lahko 'gostili' večje število tranzistorjev. Seveda je možnost tudi v popolni spremembi tehnologije centralnih procesnih enot.

<sup>12</sup> Raba interneta v Sloveniji je akademski neprofitni projekt Centra za metodologijo in informatiko znotraj Fakultete za družbene vede v Okviru Univerze v Ljubljani. Poteka od leta 1996 in proučuje družboslovne vidike informacijske tehnologije, predvsem interneta in mobilne telefonije (Spletni vir 5).

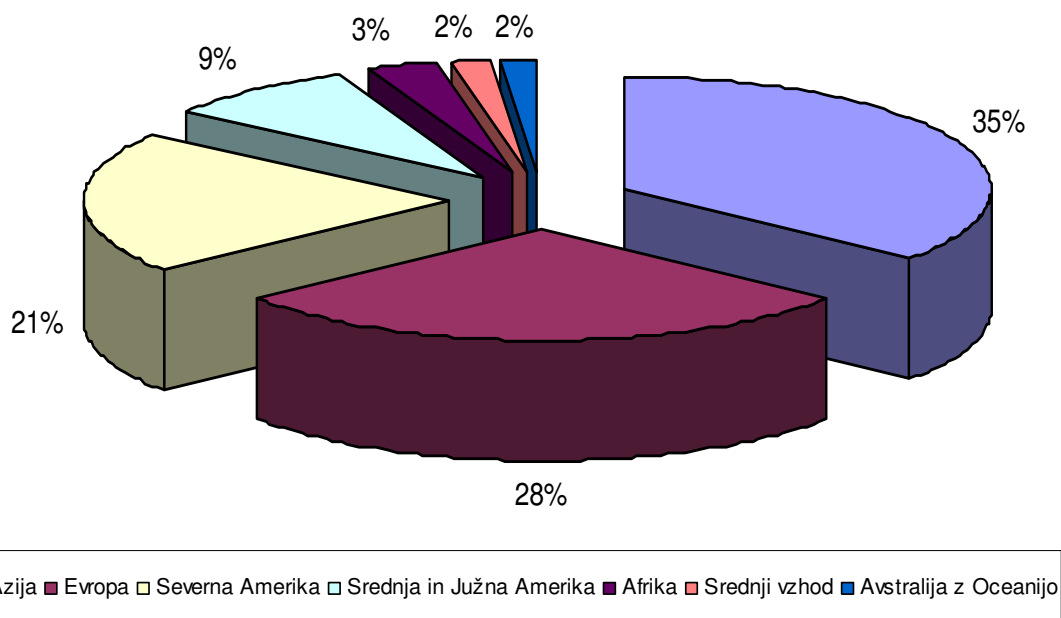
<sup>13</sup> Spletni vir 6

Preglednica 3.5.1.: Število uporabnikov in doseg interneta po regijah

| Regija                   | Prebivalstvo (ocena 2007) | % svetovnega prebivalstva | Uporabniki interneta | Delež prebivalstva (penetracija) | Delež svetovnih uporabnikov | Rast uporabe 2000-2007 |
|--------------------------|---------------------------|---------------------------|----------------------|----------------------------------|-----------------------------|------------------------|
| Afrika                   | 933.448.292               | 14.2 %                    | 33.334.800           | 3.6 %                            | 3.0 %                       | 638.4 %                |
| Azija                    | 3.712.527.624             | 56.5 %                    | 398.709.065          | 10.7 %                           | 35.8 %                      | 248.8 %                |
| Evropa                   | 809.624.686               | 12.3 %                    | 314.792.225          | 38.9 %                           | 28.3 %                      | 199.5 %                |
| Srednji vzhod            | 193.452.727               | 2.9 %                     | 19.424.700           | 10.0 %                           | 1.7 %                       | 491.4 %                |
| Severna Amerika          | 334.538.018               | 5.1 %                     | 233.188.086          | 69.7 %                           | 20.9 %                      | 115.7 %                |
| Srednja in Južna Amerika | 556.606.627               | 8.5 %                     | 96.386.009           | 17.3 %                           | 8.7 %                       | 433.4 %                |
| Avstralija z Oceanijo    | 34.468.443                | 0.5 %                     | 18.439.541           | 53.5 %                           | 1.7 %                       | 142.0 %                |
| <b>SKUPAJ</b>            | <b>6.574.666.417</b>      | <b>100.0 %</b>            | <b>1.114.274.426</b> | <b>16.9 %</b>                    | <b>100.0 %</b>              | <b>208.7 %</b>         |

Vir: spletni vir 1

Slika 3.5.1.: Uporabniki interneta glede na regijo v svetu (%)



Vir: Spletni vir 1

#### 4. INTERNET IN SPLET

Ena pomembnejših dialektik vsake nove tehnologije je način, kako integrira preteklost s sedanostjo in prihodnostjo. Splet ima svojo institucijsko (povezanost z vojsko in akademskimi sferami), medijsko (v reprezentaciji tiska, kot tudi filmskega in televizijskega oglaševanja) in tehnološko preteklost (po telegrafu in telefonu je podedoval zmožnost prostora za takojšnjo transakcijo). Za predstavljanje sedanosti in preteklosti vsebuje mnogo stvari in ga preprosto ne moremo definirati kot kako drugo tehnologijo. Je kanal, skozi katerega se manifestira vedno večji del naših življenj (glej Burnett in Marshall 2003: 22).

Na osnovni ravni je internet – in splet kot njegov del – omrežje, ki ga Castells definira kot: »niz medsebojno povezanih vozlišč, skozi katera tečejo komunikacijski tokovi, in ki so odprta, fleksibilna in prilagodljiva, z možnostjo brezmejne širitve, dokler celotno omrežje deluje na enakih komunikacijskih kodah« (Castells v Flew 2005: 16). In ravno v dejstvu, da celotno omrežje deluje na enakih komunikacijskih kodah, gre iskati razliko med internetom in ostalimi omrežji, npr. telefonskim omrežjem. Ne moremo se strinjati s trditvijo, da je internet le nadgradnja telefona<sup>14</sup>. Njegove korenine segajo veliko dlje nazaj, prihodnost pa je še veliko preveč odprta, da bi o njej lahko govorili.

»Internet se začne na prehodu med tradicijo tiska in tradicijo elektronike. Svetovni splet, še posebej, je tehnologija, ki predstavlja razvoj elektronskega izražanja na mediju, ki je dovolj oddaljen od papirja, da ga lahko ločimo od tiska. Je medij zaslona, besedila in povezav« (Jones v Herman in Swiss 2000: 174). Ravno ta potencial povezav med informacijami, ljudmi in stvarmi je logika, ki jo je prvi opredelil V. Bush z idejo Memexa, inertna sila, ki internet in vse tehnologije, ki jih ta vsebuje, dviguje in potiska naprej.

»Rezultat tehnoloških inovacij v povezavi z družbenimi silami je konvergenca medijev in industrij na edinstveno, integrirano planetarno mrežo digitalnih elektronskih telekomunikacij« (Deibert 1997: 128).

Med iskanjem neke informacije po spletu se lahko pogovarjamo z drugo osebo, ki se fizično nahaja v istem prostoru kot mi ali pa nam njen glas posreduje telefonska povezava, beremo knjigo ali gledamo televizijo. Informacija je neodvisna od vira,

---

<sup>14</sup> Čeprav za prenos podatkov uporablja enake in v večini primerov celo iste fizične povezave kot telefon.

oziroma načina njenega nastanka. Ko je enkrat v digitalni obliki, je primerna za posredovanje prek vseh naprav, ki so zmožne tovrstne informacije dekodirati v človeku razumljivo obliko in jih prikazati ali na kakršenkoli drug način posredovati (zvočno) prejemniku: »Računalniški sistemi, ki prenašajo digitalno informacijo, so neodvisni od oblik, ki so bile na začetku spremenjene v številke, in od tega kar te številke predstavljajo, ko do njih dostopa končni uporabnik« (Flew 2005: 9). Računalnik, kot eno izmed najbolj razširjenih orodij za dostop do informacij na spletu, je v tej vlogi predvsem naprava, ki dekodira informacije iz binarnih bitov v HTML jezik, ki ga potem spletni brskalnik prikaže na računalniškem zaslonu kot informacije – besedilo, slike, zvočni in video zapis.

»Računalnik kot tehnologija je omogočil redukcijo vsebin in informacij slik/besedil/zvoka v isto numerično formo; forma je brez pomena, dokler kodi ne razložijo, kako jo moramo interpretirati« (Burnett in Marshall 2003: 24). To pa pomeni, kot smo že ugotavljali, da je informacija oziroma vsebina popolnoma neodvisna od načina, kako je nastala. Ko je enkrat v digitalni obliki, se lahko širi prek več različnih medijev oziroma naprav, ki morajo imeti skupni le osnovni komunikacijski kod (v primeru digitalnih medijev gre za podporo eni izmed izpeljank HTML jezika).

»Končno novice postajajo neodvisne od posameznega medija in splet je odigral ključno vlogo pri tej virtualni migraciji vsebine novic. Novice so sedaj lahko del različnih elektronskih virov, od osebnih računalnikov, do mobilnih telefonov in dlančnikov. Rekonfiguracija novic je postavila izziv konvencijam njihove rabe v radiodifuznih medijih in v časopisih« (Burnett in Marshall 2003: 173). Podobno ugotavlja tudi Flew, ki namesto *novic* govori o *podatkih*. V nasprotju z informacijo, podatki nimajo uporabnosti, natančnosti in verodostojnosti. Splet proizvede masiven presežek vsebin, ki jih dejansko sploh ne moremo uporabiti kot informacije (glej Flew v Burnett in Marshall 2003: 23). Čeprav je ta ugotovitev popolnoma na mestu, pa je na spletu lahko vsak podatek tudi novica. Tako lahko na nove medije gledamo tudi kot na digitalne medije, saj ti zajemajo »vse oblike medijskih vsebin, ki združujejo in integrirajo podatke, tekste, zvok in podobe vseh vrst; so shranjeni v digitalnih oblikah; in so vedno bolj distribuirani skozi omrežja, ki so osnovana na optičnih in brezžičnih povezavah« (Flew 2005: 2).

In ravno ta razlika v načinu ustvarjanja informacij/novic/podatkov, ki so kot entitete, neodvisne od načina, kako so prišle v digitalno spletišče in prav tako neodvisne od

načina, s kakšnim odjemalcem bo nekdo do njih dostopal, povzroči štiri učinke, ki sta jih povzela Burnett in Marshall (2003: 34):

1. Splet je dinamičen arhiv, ki združuje več različnih registrov virov; stare medijske hierarhije združuje z osebnimi viri informaciji in novonastalimi spletnimi viri.
2. Uporaba spleta kot vira informacij je refleksija postmoderne javne sfere, saj splet ponuja surov material, ki je potreben za oblikovanje identitete v nasprotju s preprosto predstavitvijo dejstev, ki tega ne omogoča.
3. Splet kot poglavitni informacijski vir postavlja celotno produkcijo znanja pod nadzor kritičnega očesa.
4. Splet ponuja preobilje informacij.

S prvima dvema učinkoma se lahko strinjamo, tretji in četrti pa sta nekako izključujoča, saj preobilje informacij inherentno izključuje možnost kritičnega nadzora nad produkcijo informacij. Zaradi preobilja informacij se le z intenzivnim iskanjem in poznavanjem iskalniških algoritmov in tehnik lahko prebijemo do zelenih podatkov oziroma informacij. Seveda so informacije vsem dostopne in vsak lahko do njih razvije kritično refleksijo, vendar pa je zaradi hiperprodukcije in preobilja informacij to skorajda nemogoče.

Na splet pogosto gledamo kot vir informacij in ga tako tudi uporabljamo, čeprav nam v bistvu ponuja podatke. Ko do podatkov vzpostavimo kritičen odnos in v njih identificiramo neko informacijsko vrednost, potem za nas lahko postanejo informacija. Za boljšo sliko, v čem se svetovni splet razlikuje od ostalih medijev, si bomo v naslednjem poglavju pogledali njegove prednosti in omejitve pri posredovanju informacij.

#### 4.1 PREDNOSTI IN OMEJITVE SPLETA

Svetovni splet kot najbolj pogosto uporabljena tehnologija interneta ima, kot vsi ostali mediji, tudi svoje prednosti in omejitve (glej preglednico 2).

Z vidika naloge so najbolj pomembne ravni pozitivnih lastnosti *hipertekstualna struktura spleta*, *več virov informacij* in *dinamične informacije*, saj bistveno vplivajo na pomen spleta kot medija. S tem, ko omogoča dostop do več virov informacij, ki so

lahko medsebojno povezani, informacije pa so dinamične – lahko se spreminjajo, če se je zgodilo nekaj, kar bistveno vpliva na pomen in razsežnosti nekega dogodka. V teh (informacijskih) ravneh se splet tudi najbolj razlikuje od ostalih medijev. Po drugi strani lahko na teh ravneh identificiramo tudi največje slabosti. Nikoli prej človek še ni bil soočen s tako veliko količino informacij – vprašljive kakovosti in netrajnega značaja –, kot na svetovnem spletu. Na tej točki se zdi, kot da je največja prednost spleta, hkrati tudi njegovo največje hromilo.

V spodnji preglednici je Flew sicer izpostavil bipolarnost nekaterih področij oziroma entitet, ki se nanašajo na svetovni splet, vendar po našem mnenju manjka področje nadzora. Nadzor oziroma boljše nenadzor na spletu odpira vrsto zanimivih vprašanj in je ponavadi v središču pozornosti, zato je razumljivo, da bomo temu namenili nekaj pozornosti. Pomanjkanje centralnega nadzora oziroma regulacije ima zelo raznolike posledice. Po eni strani (recimo temu 'prednost') omogoča popolno svobodo izražanja in informacij – seveda skladno z omejitvami dostopa do interneta in računalniške pismenosti. Zaradi tega dejstva je na spletu možno najti bistveno širšo in bistveno bolj pisano paleto mnenj, kot na kateremkoli drugem mediju ali celo v javnosti in družbi. Objava mnenj v drugih medijih je pogosto omejena z visokimi stroški ali težkim dostopom. Izražanje mnenja v javnosti in družbi pa je pogosto pod vplivom strahu pred nestrinjanjem, ki ga na spletu z eno samo potezo odpravi anonimnost. Seveda ima pomanjkanje regulacije in nadzora tudi negativne posledice.

Izredno lahko dostopne so potencialno škodljive vsebine (pornografija) in potencialno škodljiva mnenja (rasistične, nacistične strani, mesta, ki vzpodbujajo sovraštvo in nestrpnost, itd.). To dejstvo je še posebej pomembno za mlajše uporabnike spleta, ki sami še težko sprejemajo razumne odločitve (upoštevanje dolgoročnih posledic svojih dejanj).

Preglednica 4.1.1.: Prednosti in omejitve spleta.

| <b>Področje</b>                    | <b>Prednosti</b>  | <b>Omejitve</b>  |
|------------------------------------|---|--|
| <b>Svoboda in osebni nadzor</b>    | Neomejen dostop do informacij iz različnih virov in možnost svobodnega izražanja.   | Možnost participacije je v praksi omejena z (računalniško) pismenostjo, možnostjo dostopa do tehnologije in različnih komunikacijskih kompetencah.                         |
| <b>Kulturne oblike in položaj</b>  | Ovire za participacijo, ki so postavljene na osnovi spolnega, rasnega, starostnega, etničnega ali ekonomskega položaja, postanejo v online okoljih manj relevantne. | Kultura je v veliki meri sestavljena iz belcev srednjega razreda, ki so večinoma iz Severne Amerike; novinci v virtualnih okoljih imajo deprivilegiran položaj.            |
| <b>Hitra rast</b>                  | Vrednost participacije v omrežju raste eksponentno z večanjem števila ljudi, povezanih v mrežo, in količino informacij, ki so na voljo na mreži.                    | Pojavijo se nova vprašanja povezana z varnostjo, kot so npr. področje zasebnosti in nevarnosti računalniških virusov in neželene elektronske pošte.                        |
| <b>Hipertekst struktura spleta</b> | Možnost dostopa do več medsebojno povezanih virov informacij.   | Nelinearno prejetje informacij predstavlja težavo pri selekciji, uporabniki se 'izgubijo v kiberprostoru'.   |
| <b>Več virov informacij</b>        | Zmožnost postaviti lokalne vire informacij ob bok informacijam iz več različnih lokalitet in primerjava konfliktnih mnenj.  | Od uporabnika se vedno bolj zahteva, da oceni vrednost in veljavnost informacij, ki jih prejema na spletu zaradi odsotnosti filtrov in odbiralcev informacij (gatekeeper). |
| <b>Dinamične informacije</b>       | Spletni informacijski viri so ažurni.   | Problem 'izginjajočih informacij', ker spletne strani prenehajo delovati, ali pa so informacije odstranjene.   |
| <b>Intimnost in lokalnost</b>      | Možnost ustvarjanja varnih komunikacijskih in drugih razmerij, ki lahko delujejo tudi na velikih razdaljah.   | Težave pri vzdrževanju oddaljenih poznanstev: razlikovanje med 'online' in 'offline' osebnostmi.   |

Vir: Flew 2005: 8.

## 4.2 HIPERTEKST KOT KOMUNIKACIJSKA PARADIGMA

Veliko zaslugo za priljubljenost spleta in hitro rast kroga uporabnikov ima gotovo tudi njegova komunikacijska paradigma - hipertekst. »Pionirji interneta, kot je Tim Berners-Lee, so svetovni splet opisali kot 'poroko hiperteksta in interneta« (Gillies in Cailliau v Flew 2005: 87).

Bistvena lastnost, ki razlikuje hipertekst od navadnega teksta, so povezave, ki povezujejo hipertekstovni dokument z drugimi hipertekstovnimi dokumenti ali le njihovimi deli. Povezave omogočajo hitro premikanje med več različnimi vsebinami, in tako povezujejo ne le informacije ampak tudi posameznike, ki so te vsebine ustvarili.

### 4.2.1 KLJUČNE LASTNOSTI HIPERTEKSTA

Na prvi pogled se zdi, da se hipertekst od navadnega teksta oziroma besedila razlikuje le v povezavah, ki jih vsebuje. Na površinski ravni je to sicer res, vendar pa je ravno zaradi vpetih povezav razlik bistveno več: teksta ne beremo od začetka do konca, ampak od teksta do teksta. Z branjem zaključimo takrat, ko smo nabrali dovolj informacij. »Hipertekst je realizacija Barthesovega 'idealnega teksta, v katerem je veliko omrežij in interakcij med njimi, in nobeno ne more prehiteti drugega ... galaksija označevalcev« (Star 1995: 151).

Hipertekst oziroma njegova dejanska realizacija *HyperText Markup Language* (HTML) je tehnološka osnova spleta, oziroma jezik, ki ga za prikazovanje in posredovanje vsebin razumejo programi, ki jih uporabljamo za brskanje po spletu – spletni brskalniki (npr. Mozilla Firefox, Internet Explorer, Opera, Safari). »Hipertekst ustvarjanje in predstavljanje hipertekstovnih oblik, se zdi, konstituirajo novo obliko pisanja. Računalnik uporabljamo kot hipertekst, da pišemo s simboli, ki imajo lasten in zunanji pomen« (Bolter 2001: 27). Predpona *hiper* se tu nanaša predvsem na lastnost, ki spletnim vsebinam omogoča povezovanje, navezovanje in organiziranje teh povezav, torej omogoča medtekstualnost. Deibert je za poglobljeno lastnost hiperteksta označil to, da »nakazuje na implicitno prisotnost drugih tekstov in možnost, da jih v trenutku dosežemo [...] vsi teksti navidezno so-obstajajo« (1997: 189). Reference in povezave so za določanje pomena enako pomembne kot sama

vsebina, saj z izbiranjem povezav uporabnik sam sestavlja svojo lastno vsebino iz povezanih hipertekstualnih dokumentov.

Kot ugotavljata Oblak in Petrič (2005), so ključne lastnosti hiperteksta, ki so v tradicionalnih medijih večinoma odsotne: decentraliziranost, nelinearnost, aktivna vloga bralca in večglasna dinamičnost. Ker so ostale lastnosti prepoznavne že iz opisa, se ustavimo le pri večglasni dinamičnosti. »Landow (1997) ugotavlja, da v hipertekstu besedilni deli niso neposredni produkti enega samega avtorja, temveč v njem sodeluje več avtorjev, pri čemer delo enega predstavlja objekt za drugega. Rezultat takega sodelovanja so na osnovi semantičnih kriterijev medsebojno povezani teksti, v katerem noben ne uživa apriorne avtoritete« (Oblak in Petrič 2005: 31).

Bolter (2001: 35) uporabi še en primer za opis lastnosti hiperteksta, in sicer hipertekstualne vsebine primerja s knjigo, ki jo avtor razreže na primerne manjše enote, ki so med seboj povezane. »Razlika je le, da se elektronski hipertekst ne spremeni v neurejen kup, saj je avtor določil tudi shemo elektronskih povezav in nakazal razmerja med posameznimi lističi« (Bolter 2001: 35). Če poenostavimo, gre pri hipertekstu za sklop dokumentov, ki vsi opisujejo dogodke v enem univerzumu. Od uporabnika pa je odvisno, kateri dokument si bo izbral za začetek svojega 'raziskovanja' in kakšno zgodbo bo ustvaril. »Asociativni odnosi definirajo alternativne organizacije vsebin, ki ležijo pod površino strani in poglavij, ki jih tiskano besedilo predstavlja bralcu. Te alternative sestavljajo tekst-za-tekstom« (Bolter 2001: 33).

#### 4.2.2 TEORETIČNI NASTAVKI HIPERTEKSTA

Teoretične okvire za nastanek hiperteksta je postavil Vannevar Bush v eseju *As We May Think*, ki je bil objavljen leta 1945 v reviji *Atlantic Monthly*<sup>15</sup>. Bush v eseju govori o napravi, ki bi omogočala shranjevanje dokumentov na tak način, da bi bili deli informacij povezani med seboj. Uporabnik bi imel možnost sam ustvarjati in spreminjati povezave. Na tak način bi bilo shranjevanje bolj podobno miselnim vzorcem, ki jih uporabljajo nevronske mreže v možganih, za razliko od 'klasičnega' shranjevanja dokumentov na papir, kjer so informacije shranjene čisto na linearni

---

<sup>15</sup> Esej naj bi nastal že v sredini tridesetih let prejšnjega stoletja, vendar je bila njegova objava predstavljena zaradi Druge svetovne vojne.

način. »Eden bolj pogostih ciljev pisanja za tiskano publikacijo je bilo ustvariti popolno hierarhično urejenost, ki pa je ni vedno lahko vzdrževati. Vsi pisci so se že soočili s prevelikim številom idej ob pisanju« (Bolter 2001: 33). In ravno način shranjevanja in indeksiranja vedno večjega števila informacij, je navdahnil Teda Nelsona, da je oblikoval termin hipertekst. Nelson je hipertekst definiral kot shranjevanje medsebojno povezanih informacij na način, ki je preveč kompleksen za zapis na papir.

Vannevar Bush je sicer delovanje hiperteksta predvidel v elektronsko-mehanski napravi, a je realizacija te povezana s stroški, ki jih v izključno elektronskem okolju preprosto ni. »Elektronsko okolje je specifičen predpogoj za hipertekst, 'struktura, ki je sestavljena iz sklopov besedila, ki so medsebojno elektronsko povezani in ponujajo uporabnikom več različnih poti ... [in] omogočajo sredstva za urejanje informacij na nelinearen način s pomočjo računalnika, ki avtomatizira proces povezovanja ene informacije z drugo'« (Snider v Flew 2005: 87).

Svetovni splet kot sfera izključno digitalnih podatkov je kot tak izredno primeren za uporabo hiperteksta, saj le ta omogoča povezovanje večjega števila vsebin v vsebinsko komunikacijski sklop.

»Hipertekst, ki je z velikim naskokom dominanten način navigacije skozi rezultate računalniških iskanj, je postal *paradigma* hipermedijske participacije kot celote. Je arhitekturni princip, na podlagi katerega je organiziran svetovni splet« (Deibert 1997: 191). Digitalizirane informacije, ki so posredovane prek omreženih računalnikov svetovnega spleta, uporabnikom omogočajo, da iz različnih podatkovnih oblik oziroma tokov (besedilo, zvok, slika, animacija, igra, itd.) sestavi tiste, ki mu ustrezajo in jih sestavi v novo celoto, ki je tudi vsebinsko različna od osnovnih virov, oziroma je v večini primerov njihova nadgradnja (glej Deibert 1997: 182).

#### 4.2.3 ALI HIPERTEKST IZPODRIVA KLASIČNE OBLIKE POSREDOVANJA VSEBIN?

Seveda hipertekst in njegova pojavnost na svetovnem spletu kot komunikacijska paradigma ne izpodriva tiska, oziroma nikakor ne pomeni konca tiskanih vsebin, ampak je remediacija tiska (glej Bolter 2001: 46). »Avtoriteta, ki jo pripisujemo tiskanim publikacijam, še vedno deluje v dobro temu prepričanju. Poznani avtorji

lahko spravijo svoje poglede in mnenja o skorajda katerikoli temi v tisk. Že sam postopek tiskanja dela ta mnenja vredna naše pozornosti« (Bolter 2001: 164).

Hkrati pomeni ponovno oživitev tiskanih vsebin in njihovo nadgradnjo<sup>16</sup> oziroma komplementarni del. Spletne vsebine so lahko imenitna nadgradnja tiskanih medijev oziroma lahko ponujajo še dodatne poglede iz ozadja, analize in tudi komentarje bralcev oziroma obiskovalcev spletnih strani.

Hipertekst pa ne pomeni samo novega načina posredovanja informacij in povezovanja informacij med seboj, ampak zahteva tudi premik v našem mišljenju. »Medij kot hipertekst, ki je sposoben prenosa kontekstualne kompleksnosti, ne bo nikomur prinesel nič dobrega, če ljudje ne bodo sposobni misliti v težkih in tujih nelinearnih načinih, ki jih ti teksti in teme zahtevajo. Teorija kognitivne fleksibilnosti je zajeten psihološki in izobraževalni pristop k nelinearnemu učenju v kompleksnih, kontekstualno bogatih področjih« (Star 1995: 156).

Kot ugotavljata Oblak in Petrič, se je »hipertekst v svetovnem spletu spreminjal sočasno s spreminjanjem narave tehnologije svetovnega spleta, ki je bila in je še pod močnim vplivom številnih družbenih, političnih in ekonomskih interesov« (Oblak in Petrič 2005: 25).

Ena od čarobnih lastnosti spleta je, da praktično ni prostorskih omejitev za vsebine, časovni zamik med objavo in konzumacijo vsebin pa je zreduciran na minimum, lahko bi celo rekli, da splet vedno 'oddaja v živo'. »Splet gotovo ustvarja aktivno igro prostora in časa. Kot televizija, predstavlja instanco časa, ki lahko nakazuje potencialno moč tehnologije, ki je prostorsko opredeljena. Vendar, ali lahko natančno določimo središče spleta? Če bi predsednik ali premier želel pritegniti pozornost naroda, bi bil splet pri ustvarjanja simultane učinka veliko slabša izbira kot televizijski prenos« (Burnett in Marshall 2003: 14).

Vsak, ki ima možnost dostopa do spletnih vsebin, torej osebni računalnik, mobilni telefon ali dlančnik, ter dostop do spleta, ima izpolnjene vse tehnične zahteve za posredovanje odziva ali odgovora. 'Orodje' za dostop do vsebin je hkrati tudi orodje, ki omogoča objavo informacij oziroma odziv na njih. »V zgodnjih dneh kina, po tem ko so ljudem prikazovali vožnjo vlakov iz železniških postaj, sta brata Lumiere snemala ljudi, ki odhajajo na delo. To so bili prvi dokumentarni filmi in ni preteklo

---

<sup>16</sup> Že Ted Nelson 'oče hiperteksta' je njegov največji potencial videl na področju literarnih del oziroma umetnostnih besedil. Največkrat izpostavljen primer hipertekstualnega literarnega dela brez linearne strukture besedila in dogodkov je Ulikses Jamesa Joyca. Za več o hipertekstu v umetnostnih besedilih glej Bolter, 2001.

veliko časa, da so razvili lastne konvencije in celo svoj jezik, in ravno na tej točki smo sedaj z novimi mediji« (Berger in Richard v Gauntlett in Horsley 2004: 283).

Kot smo omenili že na začetku naloge sta bila torej pot in čas, potrebna za objavo odziva oziroma povratne informacije, bistveno skrajšana, kar je posledično pomenilo, da je bilo povratnih informacij bistveno več. Večje število informacij in mnenj, pa pomeni tudi večjo reprezentativnost ter podobnost z dejansko družbo, v kateri je komunikacija gonilna sila. »Če je politični sistem gnan z administrativno močjo in so pravila ekonomskega sistema osnovana na denarju in izmenjavi dobrin, potem sta resnični svet in samoorganizirana javna sfera osnovana na komunikaciji« (Sassi v Barrie in Huggins 2001: 91).

Moč komunikacij in nesluteno število različnih komunikacijskih kanalov, ki nastajajo pod okriljem interneta in svetovnega spleta, je dalo krila komunikaciji, ki je iz sveta dejansko naredilo McLuhanovo globalno vas. V nasprotju s klasičnimi mediji, ki so statični, je splet vedno aktiven za interakcijo, komunikacijo in posredovanje. »Odprtost spleta omogoča veliki množici glasov, da govori in je slišana po celem svetu, ob minimalnem strošku. To je resnična komunikacijska revolucija« (McChesney v Herman in Swiss 2000: 29).

## 5. MEDIJSKE DIMENZIJE SPLETA

Stewart, Lavelle in Kowaltzke v delu *Media and Meaning* navajajo kolumnista Jamesa Poniewozika enega vplivnejših spletno ekskluzivnih medijev, Salon magazine:

*Hvala bogu, da živim v času, ko so celotni kanali na kabelski posvečeni hišnim rastlinam, ko si lahko s spleta posnamem srbsko protestno glasbo, ki je nastala, ko so B-52 bombniki moje davčne dolarje metali na ustvarjalce s 15.000 metrov, ko lahko novice iz tiskovnih agencij preberem v spalnici ali preletim revijo za neveste, ki se želijo ponovno poročiti. Svet brez priročnih spletnih virov za fetišiste brazilskih nohtov, je svet, v katerem ne želim živeti (Stewart in drugi 2001: 65).*

Večje, ko je dano število medijev v družbenem sistemu, večja je verjetnost, da bo vsak našel medij, ki ustreza njegovim lastnim informacijskim potrebam. Z nižanjem stroškov tiska so se pojavljali vedno bolj ozko usmerjeni časopisi in revije<sup>17</sup>, ki so pokrivalo specifične teme. Ko govorimo o medijskih dimenzijah spleta, je potrebno najprej opredeliti, v čem se splet bistveno razlikuje od tradicionalnih medijev.

### 5.1 MEDIJ IN KOMUNIKACIJSKI KANAL

Splet kot tak ni le informacijski vir, kjer bi bil tok informacij le enosmeren – od spleta proti uporabniku –, ampak omogoča zaradi skorajda neomejenih možnosti dvosmernega komuniciranja veliko več. »Splet lahko vidimo kot instanco več oblik – vir novic in informacij, tehnika nakupovanja in dostave na dom, širok spekter zanimivih strani ali prostor za predstavljanje podob, ki so pomembne jazu« (Burnett in Marshall 2003: 21). Tako splet ni le medij, ampak tudi komunikacijsko orodje, podaljšek naših danih komunikacijskih zmožnosti. »Predlagal sem, da mora [splet] združevati tehnologijo, kulturo in množično komunikacijo« (Giles 2003: 262).

---

<sup>17</sup> Če samo pogledamo pester nabor revij v naši najbližji trafiki je že na prvi pogled jasno, da obstajajo revije, ki pokrivajo različne življenjske sloge, zanimanja, hobije ipd. Tu upoštevamo dejstvo, da so stroški nastanka in distribucije enega izvoda revije naravnost vrtoglavi v primerjavi s pripravo spletnega mesta, potem kaj kmalu lahko zaključimo, da na spletu lahko najdemo tako prave 'mainstream' medije, kot zelo ozko, nišno usmerjene spletne strani, ki imajo sicer maloštevilčno a izredno zvesto občinstvo.

Svetovni splet je torej le del interneta, kjer lahko potegnemo še največ vzporednic s klasičnimi mediji. Ostali deli oziroma tehnologije ter komunikacijski protokoli so večinoma namenjeni komuniciranju med ljudmi, ki jih povezujejo računalniki, torej računalniško posredovano komunikacijo. Pri komuniciranju prek interneta pa ne pošiljamo samo naših misli, kot ugotavlja McLuhan: »Pri elektronskih hitrostih so vse oblike gnane do skrajnih meja njihovih potencialov: po telefonu (ali po zraku) ni sporočilo tisto, ki potuje z elektronsko hitrostjo. Dejansko se zgodi to, da je poslan pošiljatelj, minus njegovo telo, in izbrišejo se vsa prejšnja razmerja med govorcem in njegovim občinstvom« (McLuhan in Powers 1989: 20). Internet kot tehnologija nam torej le omogoča, da nadaljujemo naše aktivnosti brez upoštevanja razdalj in geografskih in političnih omejitev. »V tehnologiji iščemo stvari, ki so stalne: skupnost, komunikacija, razumevanje, prijateljstvo« (Jones v Herman in Swiss 2000: 180).

## 5.2 ELEKTRONSKI MEDIJI – PREDHODNIKI SPLETA?

Radio, prvi elektronski množični medij, ki je bil dostopen skorajda celotni družbi, je bil načeloma, kar se tiče hitrosti objave odziva, bistveno bolj ažuren od tiska, saj je posredoval zvočni zapis. V času radia je bilo že kar zadovoljivo število domov opremljenih s telefonom, ki so prav tako imeli možnost posredovanja človeškega glasu – in krog je bil sklenjen. Možen je bil stik s poslušalstvom in nastale so prve oddaje v živo z odzivi poslušalstva in kontaktne oddaje, ki so bile osredotočene okrog vsebin, ki so jih ustvarili poslušalci, ki so klicali v studio. Če je bila pri časopisu cenzura oziroma vsaj nadzor nad objavljenimi informacijami še možnost, ki so se je uredniki pogosto posluževali, so se pri radiju prve pojavile težave z nadzorom informacij. Ker je bila informacija posredovana takoj, so novinarji, voditelji in uredniki izgubili možnost celostnega upravljanja s posredovanimi vsebinami – pri oddajah v živo. Uredniki in novinarji so se zatekli k zasilnim rešitvam, kot je bila tudi ta, da so oddaje, ki so potekale 'v živo' predvajali z nekaj sekundnim zamikom, da bi se izognili morebitnim neprijetnostim, pa naj bo to sovražni govor ali kakšno drugo spodbujanje sovraštva. Kljub temu je bila interaktivnost radija velik korak naprej od možnosti, ki so jih na tem področju ponujali časopisi, zahvaljujoč predvsem enostavnosti medija.

Televizija je najprej prišla na svet kot radio s sliko, kasneje pa se je izkazalo, da je veliko več kot le to. S sliko, ki jo prenaša, je očarala in pritegnila ogromno občinstvo, ki se pasivno predaja (ne)fikcijskim zgodbam, ki se odvijajo na zaslonu pred njimi.

»Vsak dojemljiv TV novinar razume, da mora imeti novinarski prispevek, ki se premika z elektronsko hitrostjo, neskončno maso. Posledica preobremenjenosti z informacijami je svet, kjer vsi vzorci izstopajo jasno in glasno prvič v zgodovini« (McLuhan in Powers 1989: 19).

Televizija zahteva od gledalca veliko senzorične pozornosti in malo truda. S snemanjem in produkcijo televizijskih vsebin, tudi oziroma še posebej informativnih, so povezani dokaj visoki stroški zaradi drage snemalne opreme in velikih stroškov snemanja (tipična snemalna ekipa poleg novinarja zahteva še vsaj dva človeka) ter obdelave posnetega materiala. Seveda so z visokimi stroški povezani tudi odzivi občinstva. Potrebno je poslati snemalno ekipo ter celotno snemanje tudi skoodinirati. Še najbližje pravemu odzivu je verjetno občinstvo v studiju, ki pa je v večini primerov skrbno izbrana in ne predstavlja reprezentativnega vzorca občinstva televizije. Eden od možnosti odzivov na televiziji je seveda tudi javljanje prek telefona, ki pa ni najbolj prirejeno mediju. Glas spremlja statična slika, ki sploh ni nujno reprezentativna in kontekstualizirana, ali pa arhivski posnetki. Gledano z vidika izkoriščenosti lastnosti medija, je bil pri televiziji storjen korak nazaj v primerjavi z radijem.

Pogled v polpreteklo zgodovino nam pove, da pojavljanje novih medijskih oblik še ne pomeni izrinjanje starih. Nič drugače ni pri svetovnem spletu, kjer so tradicionalne medijske vsebine posredovane v digitalni obliki. To jim je tudi vdihnilo novo življenjsko energijo. Nova medijska tehnologija ima moč, da »promovira spremembe v ostalih medijih, in karakteristike interneta kot konvergentnega, digitalnega medija lahko sedaj najdemo v več medijskih oblikah, od mobilnih telefonov do dlančnikov, e-knjig in nenazadnje digitalne televizije« (Flew 2005: XV).

### 5.3 SPLET IN KLASIČNE MEDIJSKE OBLIKE

Vsak medij zahteva posebej zanj sestavljeno sporočilo, če naj bo vsebina posredovana brez komunikacijskega šuma in kar se da učinkovito. Odličen časopisni članek bo izpadel grozno, če ga bo nespremenjenega prebral napovedovalec radijskih novic. Podobno velja za splet. Na prvi pogled gre sicer za besedilo, ki pa je, če naj bo

učinkovito, oblikovano in napisano povsem drugače kot besedilo za npr. članek v reviji. Ali kot je poudaril Landow: »Hipermediji, ki spreminjajo načine, kako teksti obstajajo, in kako jih beremo, potrebujejo novo retoriko in novo stilistiko« (Landow v Bolter 2001: 44).

Na spletu ima vsak možnost, da postane založnik oziroma dobavitelj vsebin, zaradi relativno nizkih zagonskih stroškov, ki so potrebni za vzpostavitev spletne strani. »Stari množični mediji so bili povezujoči; povezali in obdržali so narode z resnično-časovnim teatrom. V kibernetu ni osrednjega odra. Kljub neizmerni velikosti je kiberprostor izjemno decentraliziran« (Nguyen in Alexander v Jones 1998: 6). Splet je organiziran brez jasne osrednje točke, brez instituta nadzora in regulacije<sup>18</sup> in brez nekih jasnih pravil uporabe. Uporaba in namembnost spleta se razlikuje od posameznika do posameznika, saj ga posamezniki uporabljajo po svoji volji, kot podaljšek svojega telesa, da dosežejo stvari, ljudi in informacije, ki jih samo z uporabo lastnih teles ne morejo. Vendar pa je nekaj gotovo, »splet je edinstven in kompleksen fenomen, ki ga ne moremo kategorizirati z zgodnejšimi mediji. Je dvosmerna komunikacija; uporablja skorajda univerzalno digitalno binarno kodo; je globalen; in nikakor ni jasno, kako bi ga lahko regulirali« (McChesney v Herman in Swiss 2000: 6).

Imajo pa vsi mediji eno bistveno lastnost, ki jo splet kot konvergenca medijskih oblik ohranja: »primarno so osredotočeni na simbole in njihove pomene; svoje diskurzivne moči uporabljajo za spodbijanje ustaljenih konvencij« (Sassi v Barrie in Huggins 2001: 104).

McLuhan ugotavlja, da so vsi mediji »rekonstrukcije, model neke biološke zmožnosti, pospešen preko človeških zmožnosti: kolo je podaljšek noge, knjiga je podaljšek očesa, oblačila podaljšek kože, elektronsko vezje podaljšek centralnega živčnega sistema. Vsak medij je dvignjen do vrhunca svoje moči in ima moč, da nas očara. Ko mediji delujejo skupaj imajo takšno moč, da lahko spremenijo našo zavest in ustvarijo nova vesolja psihičnih pomenov« (McLuhan in Powers 1989: 87). S pojavom spleta in možnosti, da vsak posameznik postane svoja osebna medijska hiša, se je moč spreminjanja zavesti porazdelila na veliko množico, ki na spletu deluje kot nekakšna neoprijemljiva kolektivna zavest.

---

<sup>18</sup> Institut regulacije sicer obstaja, a le za tehnično raven. Konzorcij W3C (<http://www.w3c.org>) objavlja smernice, ki naj bi se jih držali izdelovalci pri izdelavi, oblikovanju in kodiranju spletnih strani. Vendar gre le za smernice, ki pripomorejo k smotrnejši uporabi HTML jezika in pasovne širine. Spletna stran, ki ne upošteva teh smernic se bo, z manjšimi napakami, uporabniku še vedno prikazala.

»Širjenje komunikacijskih poti ni zanimiva novost samo v luči tehnoloških inovacij, ki s sofisticirano računalniško podprto opremo premoščajo časovno prostorske okvire, temveč je pomembno tudi kot zametek nove komunikacijske kulture in nastajanja alternativnih javnih interakcijskih prizorišč« (Oblak in Petrič 2005: 54). Svetovni splet in drugi digitalni mediji niso prinesli le novih prenosnikov sporočil, ampak so hkrati odprli nove komunikacijske platforme, kjer so možne interakcije z drugimi uporabniki. Splet hkrati komunicira in omogoča komunikacijo drugim. Je veliki digitalni posrednik, skozi katerega teče vsak dan večji delež vseh podatkov in informacij na svetu.

#### 5.4. KONVERGENCA MEDIJSKIH OBLIK

Na tej točki bomo našli stičišče med komunikacijo, informacijo in novimi mediji, kot jih imenujemo. »Novi mediji so bili pogosto enačeni z internetom. Kot tehnologija, ki najbolj jasno ponazarja lastnosti konvergence, digitalnega omreženja, globalnega dosega, interaktivnosti in komunikacije mnogo-na-mnogo, in kot medijska oblika, ki je dovolila uporabnikom, da so hkrati producenti in potrošniki vsebin, je zaznamovala razliko med tehnologijami tiska in radiodifuzije in tistimi iz digitalne dobe (Flew 2005: XV). Vroča beseda, ki je bistvena za nove medije, je *konvergenca*. Konvergenca komunikacijskih omrežij, informacijske tehnologije in vsebin (glej sliko 3), kot ugotavlja Trevor Barr. V slovenščini jih poimenujmo KRV<sup>19</sup>:

- Komunikacijska omrežja
- Računalniška/informacijska tehnologija
- Vsebina (mediji)

Iz sheme KRV (glej sliko 3) je razvidno, da je splet konvergenca vsaj treh elementov in sicer *vsebine*, *informacijske tehnologije* in *komunikacijskih omrežij*. Vsebina brez infrastrukture ne bi obstajala in obratno. Če ne bi bilo ustvarjenih toliko spletnih mest, bi tudi infrastruktura ne bila toliko razširjena. Bolj ko je razširjena infrastruktura in več vsebin, ko je na voljo, hitreje se razvija informacijska tehnologija, ki omogoča dostop do teh vsebin preko komunikacijskih omrežij.

---

<sup>19</sup> V izvorniku (angleščina) jih je Barr poimenoval trije C-ji konvergenčnih medijev (v angleščini ti trije C-ji predstavljajo *communications networks, computing/information technology in content (media)*).

»Uporaba interneta zajema medosebno komunikacijo, skupinsko komunikacijo in globalno založništvo in razširjanje informacij po elektronski pošti (e-mail) v novičarskih skupinah, klepetalnicah, poštnih spiskih in svetovnem spletu« (Flew 2005: 4). Vedno bolj uporabljane spletne storitve sta tudi spletno nakupovanje<sup>20</sup> in spletno bančništvo, ki nam omogočata opravljanje nakupov in izvajanje bančnih aktivnosti<sup>21</sup> prek spleta, ne da bi za to morali obiskati trgovino ali bančno izpostavo. Elektronske storitve postajajo vedno bolj pogoste tudi v organih javne uprave<sup>22</sup> in javnih zavodih<sup>23</sup>.

---

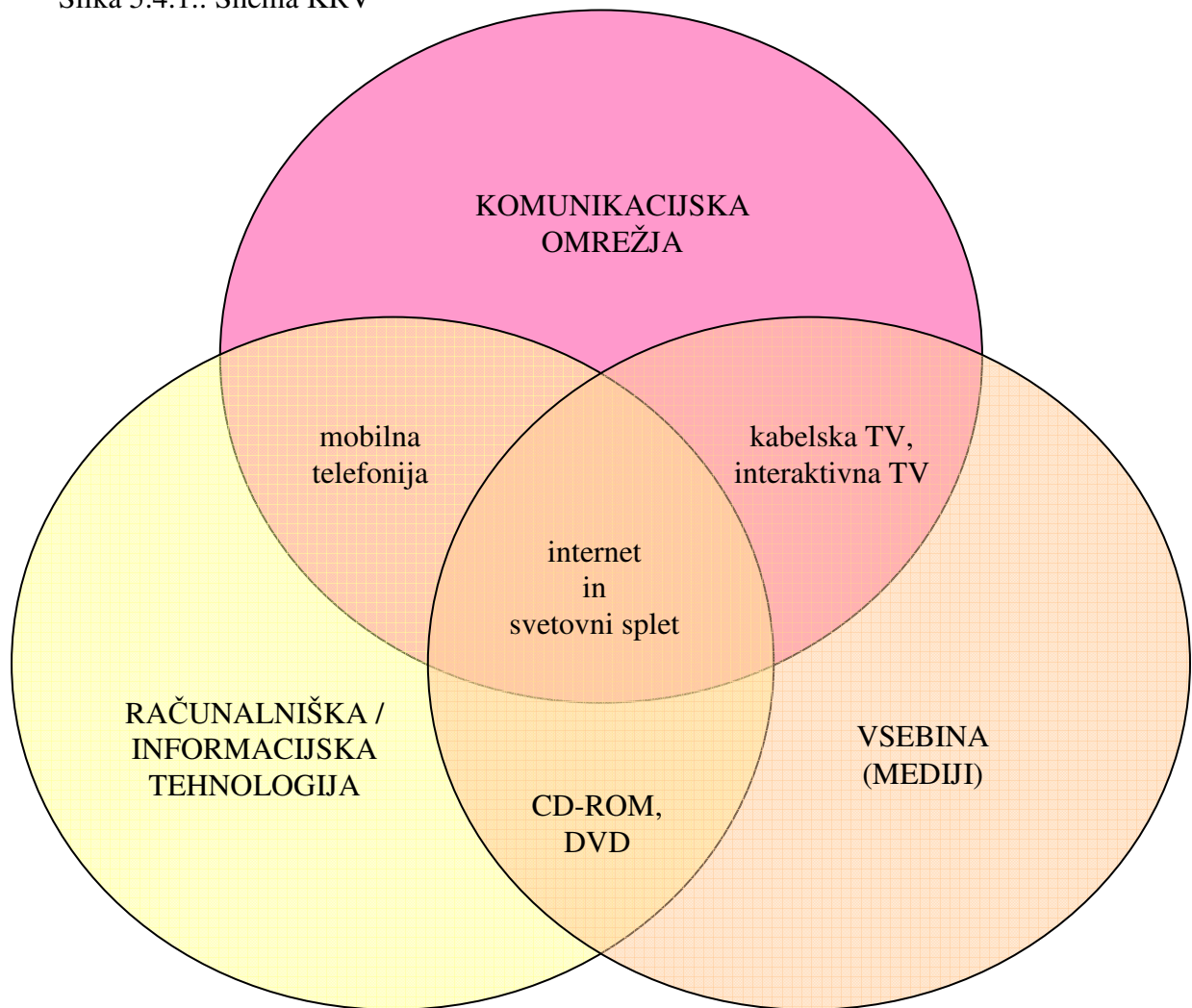
<sup>20</sup> Spletne trgovine imajo v svojih spletnih izložbah pripravljene izdelke, ki jih lahko naročimo prek spleta. Izdelek plačamo s kreditno ali plačilno kartico ali po povzetju, naročeno blago pa nam na dom dostavijo dostavne ali kurirske službe.

<sup>21</sup> Plačilo položnic, nakazila sredstev, pregled prilivov in odlivov na osebnem TRR, naročilo bančnih storitev, vezava sredstev, itd.

<sup>22</sup> Elektronske storitve javne uprave RS so zbrane na portalu E-uprava (<http://e-uprava.gov.si/e-uprava/index.jsp>). V času pisanja naloge (marec in april 2007) je bila po avtorjevem mnenju najbolj uporabna storitev slovenske E-uprave možnost podaljšanja prometnega dovoljenja prek spleta.

<sup>23</sup> Javni zavod bolnišnica Golnik je v začetku leta 2007 kot ena izmed prvih tovrstnih ustanov v Sloveniji pacientom omogočila elektronsko naročanje. (dostopno na <https://narocanje.klinika-golnik.si/>, 23.4.2007).

Slika 5.4.1.: Shema KRV



Vir: povzeto po Barr 2000 v Flew 2005: 3.

## 6. MEDIJI NA SPLETU

Pomemben dejavnik za uspešnost vsakega medija je ugled, ki ga ta uživa pri svojem ciljnem občinstvu in širši javnosti. Z ugledom je inherentno povezana tudi vplivnost in nenazadnje ekonomska uspešnost medijske hiše. »Posamezni časopisi, televizijske in radijske postaje postanejo ugledne zaradi objektivnosti in zanesljivosti. Imamo nek občutek, da je poročilo v določenem časopisu bolj ali manj kredibilno« (Burnett in Marshall 2003: 171). Ugled si medij sčasoma pridobi znotraj svojega občinstva predvsem s potezami, ki niso povezane z novinarskim delom medija ali v primerjavi z drugimi mediji, torej z nekimi aktivnostmi, ki se odvijajo v širši družbi. Ugled medija je eden od pomembnejših faktorjev pri stopnji zaupanja v vsebine, ki jih ta medij ustvarja.

V sferi spleta, kjer število medijev limitira proti neskončnosti, stopnja regulacije pa proti ničli, je to še toliko pomembnejši faktor, ki odloča o uspehu in neuspehu. V preobilju informaciji morajo »uporabniki zaupati virom informacij in del tega zaupanja izvira iz statusa strokovnjakov, ki ga pripisujemo novinarjem in urednikom. Če je postavljanje agende prepuščeno uporabniku, se veliko funkcij novinarstva (npr. funkcija nadzora) potencialno izgubi in prikrade se dvom« (Giles 2003: 268).

Tradicionalni sistemi so vedno imeli vpeljane sisteme regulacije pri objavi informacij. Čeprav je to vplivalo na raznolikost informacij, je hkrati zagotovilo, da so informacije dobro raziskane, natančne in izvirne. Na spletu teh sistemov ni. »Veliko informacij ni preverjenih, ali so natančne in ne ve se, kdo je dejansko njihov avtor. Ne obstaja nobeno zagotovilo, da so informacije sploh točne. Lahko so le mnenje nekoga« (Stewart in drugi 2001: 79). Vprašljiva kredibilnost in verodostojnost informacij je ena izmed posledic demokratizacije medija, kjer lahko objavlja praktično vsak. Več kot je različnih informacij o nekem dogodku, večja je verjetnost, da so nekatere neresnične, saj želijo izstopati iz niza. Pod vprašaj je postavljena tudi točnost dejstev, ki jih uporabniki spleta navajajo v svojih zapisih.

»V tradicionalnih medijih je bilo vse, kar smo prebrali, slišali ali videli filtrirano, ocenjeno in interpretirano s strani novinarja. Veliko ljudi verjame, da ima svetovni splet to moč, da spremeni to 'ravnotežje moči'« (Stewart in drugi 2001: 83). Ne samo razmerje moči med novinarjem in prejemnikom novice v tem smislu, da lahko sedaj vsak s svojim spletnim mestom na njem objavi informacije in mnenja, ampak tudi razmerje moči med vladajočimi/gospodarskimi elitami in družbo, saj sedaj posredniki

informacij niso le novinarji (ki so v družbi še vedno v manjšini), ampak je v nadzorni funkciji prav vsak, ki ima tehnične zmožnosti objave na spletu.

»'Splet je veliki izenačevalec' je nekoč rekel eden izmed mojih testnih uporabnikov. Vsak lahko vzpostavi spletno mesto, in vedno bolj pogosto se to tudi dogaja. Rezultat tega je, da uporabniki ne vedo, kaj naj si mislijo o informacijah, ki so jih pobrali na spletu. Lahko so edina končna resnica, ali pa blodnje blazneža. Ne obstaja noben preprost način, da bi ugotovili, ali neko spletno mesto ponuja zanesljive informacije« (Nielsen v Stewart in drugi 2001: 79). V realnem svetu je to drugače, saj informacije, ki nam jih posreduje množični medij, na primer dnevni časopis, dojemamo kot zanesljive. Delno ali celo v veliki meri zaradi tega, ker vemo, da jih pripravljajo novinarji, ki medijske prispevke pripravljajo poklicno.. Novinarji so večinoma ljudje, ki so ali posebej izobraženi za opravljanje novinarskih nalog, ali pa imajo potrebne izkušnje, ki so si jih pridobili od izkušenejših kolegov pod budnim očesom urednika. Seveda ima lahko tudi vsak posameznik, ki objavlja informacije in mnenja na svojem spletnem mestu te kompetence, a v večini primerov temu ni tako. Potrebna je presoja, preverjanje informacij pri več različnih in medsebojno nepovezanih virih, verodostojno navajanje dejstev, itd. Ravno zaradi tega 'nezaupanja' v resničnost in pravilnost objavljenega so se na splet odpravile institucije, ki so že imele vzpostavljeno zaupanje občinstva – medijske hiše. Večina jih je sicer na začetku tolkla večmilijonske izgube, vendar so »spletna mesta medijskih hiš, v najslabšem primeru, spodbujala zanimanje za klasične medijske oblike« (McChesney v Herman in Swiss 2000: 25).

Ko se je splet pojavil in so ljudje iz sveta medijev zaslutili njegov potencial, so bile klasične medijske hiše še vedno v prednosti v primerjavi z novimi medijskimi poskusi, ki so bili usmerjeni izključno na splet, saj so imeli klasični mediji že prepoznavno blagovno znamko, ki so ji ljudje zaupali in ji verjeli ter že izdelane vsebine, ki so jih ustvarili poklicni novinarji in uredniki in so bile kakovostno na bistveno višji ravni kot dejansko amaterski poskusi zapisovanja novic. »Novinarstvo je, po pravilu, opravilo, ki ga ne morejo opravljati amaterji v svojem prostem času. Najbolje ga opravljajo ljudje, ki se s tem preživljajo in ki imajo ustrezno izobrazbo, izkušnje in vire. Novinarstvo kot profesija zahteva institucijsko podporo [...] da živi in se razvija« (McChesney v Herman in Swiss 2000: 29). Rezultat novinarskega dela je v večini primerov informacija, ki jo novinarji in uredniki izvečejo iz podatkov, pridobljenih v toku raziskovalnega procesa. Vendar »informacija kot kategorija

implicira nevtralnost, o kateri je treba reči, da nikoli ni absolutna. V svoji čisti obliki je informacija popolnoma aktualna; in ta čisti ideal izhaja iz znanstvenih raziskav in kvantifikacije vesolja. A, ob preučevanju spleta, postane očitno, da moramo aktualnost informacije vedno postaviti pod luč dvoma« (Burnett in Marshall 2003: 32).

## 6.1 PREMIK KLASIČNIH MEDIJEV NA SPLET

Oblak in Petrič (2005) navajata Andreja Škerlepa, ki ugotavlja, da naj bi klasični mediji uporabljali svetovni splet vsaj na tri načine, in sicer: »a) za promocijo svoje tradicionalne dejavnosti; b) za distribucijo vsebin; c) za razširitev in nadgradnjo vsebine tradicionalnega formata« (Škerlep v Oblak in Petrič 2005: 17).

Prva spletna mesta klasičnih medijev so bili večinoma poskusi vsiliti stare tipe vsebin novemu mediju in rezultat je bila seveda slaba vsebina: »Najslabše spletne strani ponujajo vsebine, ki so ustvarjene za tradicionalni medij, ki upravlja s spletnim mestom, in so potem le prenesene ali prepisane v spletno različico« (Burnett in Marshall 2003: 169).

Seveda je bilo to za nekatere medijske hiše tudi usodno. Ob pojavu novega medija, ki je obljubljal ogromne zasluške z minimalnimi zagonski stroški se je precej medijev odločilo, da bo vzpostavilo posebne spletne redakcije. Odločili so se, da je dovolj, da svoje spletno mesto zapolnijo z vsebinami, ki so bile ukrojene za tradicionalne medije. To pa je pomenilo, da »spletna izdaja ni nič drugačna od časopisa in tako ne izkorišča prednosti, ki jih omogoča novi medij. To je postalo znano kot 'shovelware', ko se vsebine za splet brez modifikacij prenašajo iz drugih medijev« (Flew 2005: 89).

## 6.2 POENOTENJE ŽANROV

Odzivi nezadovoljnih uporabnikov in potrošnikov medijskih vsebin so bili dovolj, da so uredniki in upravitelji medijev začeli prilagajati vsebine svetovnemu spletu:

»Vsem poznano dejstvo o spletu je to, da so glavne časopisne zgodbe, ko jih pretvorimo za splet, načeloma besedilno krajše. [...] Sodobne spletne strani so organizirane z bistveno manj besedila in več slikami in povezavami kot sodobni časopisi« (Burnett in Marshall 2003: 167).

Kljub neskončnim količinam prostora, ki so na voljo za objavo vsebin in možnostim, ki jih ponuja medijska konvergenca, pa ne gre pričakovati dviga kakovosti novinarskega dela na spletu. »Skorajda nobenih razlogov ni, da bi pričakovali renesanso novinarstva na spletu. Trenutni trend za spletno novinarstvo je, da poudarja najslabše sinergistične in dobičkonosne attribute komercialnega novinarstva s poudarjanjem trivialnosti, zvezdnitva in potrošniških novic« (McChesney v Herman in Swiss 2000: 28). Hkrati je po svoje paradokсно tudi to, da se kljub neomejenem prostoru, ki je na voljo za objavo, obsežnejši novinarski žanri – npr. analiza in članek – umikajo iz rabe, skorajda izključno pa se rabita osnovna novinarska žanra vest in poročilo.

Morda je to botrovalo dejstvu, da so bili časopisi, pri katerih je raba obsežnejših žanrov pogostejša, manj uspešni pri selitvi v spletno okolje. »Zanimiva lastnost pri pojavu in razvoju spletnih novinarskih storitev je ta, da so bili časopisi v veliki meri manj uspešni v spletnem okolju kot tiste organizacije, še posebej CNN in BBC, ki so zgrajene okrog kulture 24-urnega zbiranja in posredovanja novic« (Flew 2005: 89).

### 6.3 SPLETNE MEDIJSKE VSEBINE KOT IZVIRNA NOVINARSKA OBLIKA

Vsaka medijska oblika zahteva tudi preoblikovanje vsebin tako, da te najbolje uporabljajo možnosti, ki jih medij ponuja. Tiskani mediji, na primer, niso omogočali pogovora oziroma intervjuja v živo, radio in televizija pa. Vsaka medijska oblika ima torej svoje značilnosti. Na spletu se te začnejo jasno kazati ravno v današnjem času, ko je splet že prešel zgodnjo fazo razvoja. »V naslednjih nekaj letih bomo videli premik iz obdobja 'zanimivost' v obdobje, ki bo trdno ustoličilo splet kot samostojno medijsko obliko, z lastnim komunikacijskim kodom in konvencijami« (Berger in Richard v Gauntlett in Horsley 2004: 283). Lahko rečemo, da smo že globoko v tem obdobju, saj na splet gledamo kot na samostojen medij, ki sicer resda gosti tudi različice nekaterih klasičnih medijev, jih hkrati nadgrajuje in presega. Vedno bolj priljubljeni so tudi spletni dnevnik oziroma blogi, kjer posamezniki lahko zapisujejo svoje čisto osebne misli in mnenja. Tehnični del bloganja je tako preprost, da to zmore vsak, ki je kolikor toliko vajen dela z računalnikom, prav tako pa ni potrebno niti plačevati gostovanja niti registrirati domene, saj obstaja cela paleta blogovskih servisov, ki posamezniku omogoča, da si brezplačno odpre blog, ta pa potem gostuje na strežniku ponudnika blogovskih storitev.

Že od pojava prvih spletnih strani z novičarsko vsebino v devetdesetih letih je poteklo mnogo debat o statusu tovrstnih spletnih strani kot ustvarjalcih kakovostnega novinarstva. V primerjavi z ostalimi informativnimi mediji je imel internet že od samega začetka to 'nesrečo', da je spletne strani, ki so bile pod enakimi pogoji dostopne vsem, lahko ustvaril skorajda vsakdo. »Do danes še ni prišlo do konsenza o trenutnem, kaj šele potencialnem, vplivu novih medijskih tehnologij na oblikovanje novinarskih oblik in praks« (Allan v Zelizer in Allan 2002: 120).

Ker regulacije praktično ni, so se začele oblikovati bolj svobodno naravnane vsebine, ki so vplivale tako na nove medijske poskuse, kot na uveljavljene avtorje: »Z obiljem informacij, raznolikostjo virov in pomanjkanjem vladnega nadzora je imel internet več vsečnih značilnosti za veliko novinarjev kot nekaj, kar je Ithiel de Sola Pool (1983) opisal kot 'tehnologija svobode'« (Flew 2005: 88).

A ravno to dejstvo, da je na spletu vsakdo z minimalnimi stroški – ali celo brez fiksnih stroškov – lahko založnik, je sprožilo vse debate o avtoriteti in verodostojnosti spletnih medijev. Po drugi strani je to povzročilo spremembe pri kadrovske politiki medijskih hiš: »Z razvojem konvergence, bodo medijske hiše vedno bolj potrebovale novinarje, ki imajo znanja za delo v več medijih in lahko ustvarjajo prispevke v oblikah, ki vključujejo kratke spletne novičke, spletni video, televizijske prispevke, urejene prispevke in daljše analitične članke« (Flew 2005: 89).

Mediji in novinarji prenašajo pomembne informacije javnosti, s tem pa so v položaju 'četrtve veje oblasti', psi čuvaji, ki bdijo nad potezami vladajočih elit. Kljub temu so se množični mediji v zadnjih letih spremenili v industrijo, ki je tesno povezana s kapitalom (glej Burnett in Marshall 2003: 159).

Klasične medijske hiše so organizirana kapitalistična podjetja, kjer je implementirana stroga delitev dela, (v idealnih primerih) pa posamezne pozicije zasedajo za to šolani, kompetentni in usposobljeni ljudje, npr. delo novinarjev opravljajo novinarji, za grafično podobo skrbijo oblikovalci. »Zmožnost vzpostavitve spletnih mest še ne pomeni zmožnosti dominirati neki kulturi ali družbi. V manj spornem političnem okolju bi bila uporaba spleta lahko veliko bolj demokratična, kot je trenutno oziroma v bližnji prihodnost« (McChesney v Herman in Swiss 2000: 34). Kot ugotavlja McChesney, vzpostaviti spletno mesto in na njem objavljati svoje misli in mnenja, še ne pomeni imeti vpliv v družbi. Podobno kot pri klasičnih medijih, je potrebno imeti dovolj veliko zvesto ciljno občinstvo, ki redno spremlja in tudi sprejema vsebine, ki se

pojavnjajo na spletnem mestu v dovolj rednih intervalih. Čeprav je iluzorno pričakovati, da bi en sam posameznik ali skupina posameznikov zmogla sproducirati zadostno količino kakovostnih in relevantnih vsebin, da bi lahko tekmovala za pozornost občinstva z množičnimi mediji.

Hkrati pa ne smemo spregledati potenciala, ki ga ima skupnost podobno mislečih posameznikov, ki objavljajo zapise na spletu. Blogerska skupnost oziroma blogosfera je sicer lahko močan ustvarjalec javnega mnenja med skupnostjo blogerjev, vendar pa zunaj nje nima praktično nobenega vpliva in veljave. Obratno so množični mediji, ki se v blogersko skupnost načeloma ne vključujejo<sup>24</sup>, močno prisotni s svojim vplivom tudi znotraj nje in so posredno odgovorni za nastanek komentarjev na svoje prispevke.

#### 6.4 PARTICIPACIJA DRŽAVLJANOV V MEDIJIH IN DRŽAVLJANSKO NOVINARSTVO

V klasičnih medijih je bila dvosmerna komunikacija problematična zaradi dveh poglavitnih razlogov: prostorsko-časovnega kontinuuma in tehničnih zahtev. Tiskani mediji dvosmerno komunikacijo oziroma odziv bralcev omogočajo predvsem v smislu instituta pisma bralcev, ter popravkov<sup>25</sup>. Proces odziva obsega kar nekaj korakov. Prejemnik medijske vsebine to najprej konzumira, potem sledi reakcija na vsebino, ki jo je treba poslati na uredništvo medija. Včasih je bilo za to potrebno pisanje na roko oziroma tipkanje na pisalni stroj ter še obvezni obisk na pošti ali vsaj pri najbližjem nabiralniku, kjer so izvajalci poštnih storitev sporočilo prenesli na redakcijo. Zopet je sledilo pretipkavanje oziroma prepisovanje odziva – ter seveda morebitno urejanje in krajšanje – odziv pa je bil objavljen na primernem mestu. Zamaknjenost odziva od resnične novice je bila določena s časom in hkrati s prostorom, ki je bil tej objavi namenjen. Javnost oziroma državljani niso imeli neposrednega kanala, da bi svoja mnenja in ideje spravili v množične medije, oziroma da bi jih objavili tako, da bi bili na voljo drugim članom družbe. Na svetovnem spletu je to možno.

---

<sup>24</sup> Slovenija je v tem kontekstu precej zanimiva izjema, saj imajo praktično vse večje in pomembnejše medijske hiše – z izjemo PRO PLUS – razvite in postavljene svoje lastne blogerske platforme, na katerih imajo svoje bloge tako znane osebnosti kot tudi navadni, v večini anonimni posamezniki.

<sup>25</sup> Tu velja omeniti tudi možnost objave odziva na informacijo ali popravka informacije, ki je v nekaterih državah regulirana zakonsko, kot npr. tudi v Sloveniji (6. oddelek Zakona o medijih – Zmed)

Državljsko novinarstvo oziroma 'citizen journalism' lahko najpreprosteje označimo kot novinarstvo, ki je postavljeno izven konvencionalnih medijskih okvirov. Ustvarjalci novinarskih vsebin niso poklicni novinarji oziroma pisci, ampak državljani in zavedni posamezniki, ki so se odločili svoje videnje nekega dogodka zapisati na splet in ga tako predstaviti tudi drugim. »Nastop državljskega novinarstva in gibanja okrog skupnostnih omrežij in javne radiodifuzije nakazujejo prizadevanje po podaljšanju medijskega državljanstva in upor proti vseobsegajočemu procesu medijske komodifikacije« (Mosco v Herman in Swiss 2000: 43).

## 6.5 REGULACIJA SPLETNIH VSEBIN

Svetovni splet se je kot medij izoblikoval skozi čas. Že na samem začetku interneta, ko svetovni splet še ni obstajal, v času terminalnih vmesnikov, je bil internet predvsem domena računalniških zanesenjakov in tehnoloških navdušencev, večinoma pa je bil uporabljen za elektronsko pošto in dvo- ali večsmerno računalniško posredovano komunikacijo. »Svetovni splet je prvi množični medij, ki je vsem uporabnikom omogočil participacijo, brez da bi imeli licenco za izdajanje medijev, radiodifuzno licenco ali odobritev s strani regulativnega telesa. To pomeni, da je spletna vsebina v večini primerov neregulirana, necenzurirana in neurejena« (Stewart in drugi 2001: 84). V tem ogromnem polju nereguliranih in necenzuriranih vsebin, ki jih ustvarijo državljski novinarji najdemo v spletu novo medijsko dimenzijo, ki je v klasičnih medijih ni bilo. Ti so predvsem posredniki izbranih in skrbno pripravljenih informacij, splet pa omogoča posredovanje kakršnihkoli informacij, tudi neresničnih, lažnih in popolnoma izmišljenih. Hkrati omogoča nekemu, ki je bil slučajno na kraju pomembnega dogodka, da na splet zapiše poročilo ali naloži fotografije, ki jih je posnel. »Uporabniki spleta so hkrati njegovi ustvarjalci in prejemniki vsebin« (Slevin 2000: 74). Vladam držav in drugim organizacijam ne uspe vzpostaviti učinkovitega sistema regulacije zato, ker s spletom ravnajo kot z ostalimi mediji, čeprav to ni.

Če to apliciramo na problem cenzure in regulacije je analogija v tem, kot da bi vlade skušale doseči regulacijo vsebin telefonskih pogovorov s cenzuro dnevnega časopisja. Pri vseh ostalih medijih nadzora in morebitne cenzure ni bilo težko uveljaviti zaradi tega, ker je za vse medije obstajala regulacija na državni ravni in potem še v okviru mednarodnih medijskih združenj. Vendar je bila pri vseh ostalih medijih komunikacija skorajda izključno enosmerna in vsaj na neki ravni regulirana oziroma

licencirana. Seveda je bilo podobno tudi na spletu, ob prvem pojavu 'klasičnih medijev' na njem, vendar je bilo to bolj posledica tega, da so vsebine klasičnih medijev preprosto prenesli na splet, namesto da bi jih priredili lastnostim novega medija in izkoristili prednosti novega medija (podobni primeri se dogajajo še danes). Regulacija je bila torej mogoča na spletnih mestih, ki so slabo izkoriščala prednosti spleta in so bila v večini primerov vsebine prenesene iz tiskane izdaje časopisa na splet ali podobno. Takrat ni bilo še nobenih zavestnih poskusov ustvarjanja skupnosti (so pa te nastajale spontano) okrog spletnih mest, kar je danes v času spleta 2.0 bistveno. Implementacija sistemske regulacije se za zdaj zdi nemogoča in nepredstavljiva. So pa nekateri osamljeni in ad-hoc primeri cenzure, predvsem blogov<sup>26</sup>, sprožili debate, ki so se vrtele okrog medijske enakovrednosti blogov – ali je blog ravno tako medij kot vsi ostali, če se nanj aplicira cenzura kot v ostalih medijih?

---

<sup>26</sup> Najbolj poznan primer cenzure bloga v Sloveniji je zapis z naslovom Bolečina male Ane, ki ga je Trinajsti Oblogar (Miha Gušti – Gušti, glasbenik) zapisal na svojem blogu. Zapis je bil uperjen proti Ani Jud, kontroverzni bivši novinarki Direkta in pisateljici knjig Operacija Direkt in Dosje Rokomavhi. Judova je za odstranitev objave poskrbela po sodni poti (Guštijev blog se nahaja na bloggerskem sistemu komercialnega ponudnika dostopa do interneta siol). Na blogu je sedaj namesto zapisa le obvestilo o umiku objave: <http://gusti.blog.siol.net/2006/10/16/bolecina-male-ane/> (16.4.2007).

## 7. ZAKLJUČEK

V zaključku bomo najprej strnili ugotovitve naloge in se bomo dotaknili težav in ovir, ki so se pojavljale med nastajanjem te naloge, na koncu pa bomo nekaj prostora namenili pogledu naprej.

Najprej lahko ugotovimo, da je bil razvoj svetovnega spleta od njegovega pojava v sredini devetdesetih let do danes izredno bliskovit. Razvidno je, da je bil internet razvit v akademske in predvsem vojaške namene, kot decentralizirano omrežje, ki lahko nemoteno deluje, četudi pride do izpada več delov omrežja. Danes ima dostop do interneta in svetovnega spleta že 17 odstotkov svetovnega prebivalstva (spletni vir 1) – več kot milijarda ljudi. V razvitejših državah ima dostop do spleta več kot polovica prebivalstva, v državah tretjega sveta le nekaj odstotkov.

Druga pomembna ugotovitev je, da je informacijska raznolikost spleta lahko njegova največja prednost v primerjavi z ostalimi mediji in hkrati tudi njegova največja slabost, saj uporabnik nima nikakršnega zagotovila, da so informacije preverjene, verodostojne in točne – razen na spletnih mestih uveljavljenih medijskih hiš, ki so si zaupanje zgradile z klasičnimi mediji. Vse, kar je na spletu objavljeno je potrebno vzeti *cum grano salis*.

Tretja ugotovitev je, da je podajanje informacij v hipertekstualni paradigmi bistveno drugačno. Zgodbe nimajo jasnega začetka in konca, tok informacij pa ni nujno linearen. Povezave, ki so inherenten del hiperteksta vsaj implicitno namigujejo na obstoj drugih tekstov (zgodb) in preko njih se lahko povsem nelinearno pomikamo skozi univerzum povezanih vsebin. Po tehnični plati hipertekst omogoča, da so vsebine popolnoma neodvisne od vira nastanka in od 'orodja', s katerimi jih sprejemamo. Ko so informacije v digitalni obliki, lahko do njih dostopamo z vsemi napravami, ki omogočajo sprejem digitalnega signala. Če naredimo hipotetično primerjavo s klasičnimi mediji, tam to ni mogoče. Z radijem ne moremo uspešno dekodirati televizijskega signala, podobno kot na televiziji ne moremo uspešno posredovati vsebin časnika. Preko spleta pa je možno posredovanje vsebin v vseh teh medijskih oblikah, kar nas pripelje do naslednje ugotovitve.

Svetovni splet je konvergenca medijskih oblik. Na spletu so lahko v nespremenjeni obliki objavljeni zapisi iz tiskanih medijev in radijski ali televizijski prispevki<sup>27</sup>.

---

<sup>27</sup> Možno je tudi oddajanje televizijskega in radijskega signala prek spleta v živo.

Vsebina informacije je popolnoma neodvisna od oblike in načina, kako se posreduje. Splet se tako vedno bolj spreminja v konvergenco digitalnih medijskih vsebin. Je nosilec drugih medijev in hkrati medij sam po sebi.

Peta ugotovitev je ta, da se klasični mediji intenzivno premikajo na splet in, da so producenti medijskih vsebin ugotovili, da morajo biti za splet vsebine pripravljene drugače, kot za ostale medije. Hkrati pa so se pojavile nove izvirne vsebinske oblike (npr. blogi), ki so vodile tudi v nastanek novega tipa novinarstva – državljsko novinarstvo.

Kot šestič lahko ugotovimo, da je splet sfera, ki bržkone nikoli ne bo uspešno regulirana, to dejstvo pa je predvsem rezultat njene decentralizirane in transnacionalne narave ter, kar je še pomembneje, da nihče ni lastnik spleta, saj gre na najbolj osnovni ravni le za ohlapno medsebojno povezano omrežje digitalnih vhodno-izhodnih naprav – računalnikov.

S temi ugotovitvami smo potrdili našo hipotezo, *da je svetovni splet entiteta, ki ima tudi medijske dimenzije, hkrati pa jih presega, predvsem na ravni demokratizacije produkcije medijskih vsebin, ki se najbolj kaže v državljskem novinarstvu.*

Med pisanjem naloge smo naleteli na kar nekaj ovir. Svetovni splet je sicer navidez preprosta entiteta, a je kompleksen pojav, ki na številnih ravneh vpliva na našo družbo in tega ne gre prezreti. Tako ni bilo priložnosti spregovoriti o vplivu spleta na družbo, o spletu kot sferi državljske participacije – tega smo se na kratko dotaknili z državljskim novinarstvom – o spletu kot sferi ustvarjanja politik in razmerju med spletom in postmodernim razsrediščnim posameznikom. Splet je tudi poskrbel, za novo delitev sveta na tiste, ki so povezani, in tiste, ki niso. Delitev nekako sovпада z razvitostjo posameznih delov sveta in se imenuje digitalni razkorak<sup>28</sup>. Tako da je splet kljub temu, da je veliki izenačevalec in popolnoma demokratične narave, hkrati tudi veliki delitelj. Naštete teme so le nekatere, ki se avtorju zdijo zanimive za nadaljnjo obravnavo in bi pripomogle tudi k globljemu razumevanju odnosa *med spletom in družbo*, saj so mediji, kot namiguje že etimološki izvor besede, tisto, kar je vmes, tisto kar posreduje, veže.

»Mediji, kot velik kolektiven vir informacij in podob, izvajajo več funkcij in služijo več osebnim potrebam. Na osebni nivoju omogočajo povezavo do širše družbe in,

---

<sup>28</sup> V izvorniku 'digital divide'.

če ne drugega, posredne povezave do drugih človeških bitij in v različnem obsegu tudi smisel povezanosti in solidarnosti« (Herman in McChesney 1999: 2).

Zadnjih nekaj vrstic bomo namenili pogledu naprej. Kot prvič, lahko opazimo premik v odnosu velikih medijskih korporacij do interneta. Tu lahko pogledamo primer, ko je eden največjih svetovnih medijskih konglomeratov News Corporation julija 2005 (za 580 milijonov \$) kupila spletni portal MySpace, ki je namenjen predvsem spletnemu druženju mlajše populacije. Obstaja več podobnih primerov, za najdražji prevzem v času pisanja naloge pa velja Googlov prevzem spletnega mesta YouTube, ki služi izmenjavi video posnetkov med uporabniki (Google je oktobra 2006 kupil YouTube za 1.65 milijarde ameriških dolarjev). V Sloveniji gre ta spremenjen odnos iskati predvsem v številnih blogerskih spletiščih, ki so jih bolj ali manj uspešno ponudili praktično vsi dnevni časopisi (razen športnega dnevnika Ekipa ter tabloidov Slovenske novice ter Direkt), ter še nekaj drugih medijskih hiš; te poteze so velik korak naprej k grajenju spletnih skupnosti okrog uveljavljenih medijskih blagovnih znamk.

Medijske hiše so, večinoma na lastnih napakah, ugotovile, da na spletu niso uspešne tiste vsebine, ki so samo prenesene iz klasičnih medijskih oblik. Tako lahko šele v zadnjem času v vsebinah, objavljenih na spletnih mestih slovenskih medijskih hiš, najdemo povezave na sorodne dogodke in druge vire.

Z vidika uporabnika in avtorja osebne spletnega medija velja pripomniti, da bodo posamezni avtorji in pisci le stežka pridobili zadostno (stalno) število obiskovalcev, kar jim bi zagotovilo veljavo in relevanten položaj v primerjavi z uveljavljenimi medijskimi znamkami, ki upravljajo z bistveno daljšimi vzvodi za pridobivanje in ohranjanje svojih občinstev. Vsak posameznik medijski producent se slej ko prej sreča tudi z vprašanjem monetizacije<sup>29</sup> ustvarjenih vsebin.

Kar se tiče raziskovalnih vprašanj, se je ob pisanju te naloge postavilo veliko novih. Na primer *ali so spletna mesta, ki so nastala v duhu državljanskega novinarstva lahko enaka spletnim mestom medijskih hiš?, kaj možnost produkcije lastnih vsebin na spletu pomeni za medijske navade posameznika ali zakaj oglaševalci, kljub visokemu dosegu spleta, spletnemu oglaševanju namenjajo sorazmerno malo sredstev ali so spletne skupnosti medij? in podobno.*

---

<sup>29</sup> Pridobivanje ekonomskih koristi iz avtorsko ustvarjenih vsebin. Na spletu gre v večini primerov za oddajnje oglasnega prostora na spletnem mestu potencialnim oglaševalcem.

Gotovo pa se najbolj zanimive teme odpirajo na področju vpliva spleta na družbo in posameznika. Kako je zaradi spleta spremenjeno naše dožemanje sveta in kako si sedaj drugače (ali je res bolje?) osmisľujemo svet, ki nas obdaja? Spreminja se tudi družba in nastaja nova delitev sveta na tiste, ki so na spletu in tiste, ki niso. Ali to, da nekoga ni na spletu, pomeni, da ta za 'omrežene posameznike' ne obstaja?

Na tej točki se lahko opremo na McLuhana in zapišemo, da splet posreduje ljudi, minus telo, v celoti. Na spletu se dogajajo številne interakcije med ljudmi, gradijo se povezave, ustvarjajo skupnosti. Je svet, v katerem puščamo naše sledi, misli, komentarje, ki v njem živijo naprej svoje življenje.

Danes so vedno bolj pogoste tudi razprave o spletu 2.0, kljub temu da zanj ne obstaja nobena enoumna in točna definicija, ki bi opisovala njegove lastnosti. Večina strokovnjakov in poznavalcev govori, da naj bi šlo za družbeni splet. Pa vendar, ali ni takšen že od samega začetka?

## 8. LITERATURA

Barnouw, Erik (1968): *A Tower in Babel: A History of Broadcasting in the United States*, 2. New York: Oxford University Press.

Barrie, Axford, in Richard Huggins (2001): *New Media and Politics*. London: Sage Publications.

Bolter, Jay David (2001): *Writing Space: Computers, Hypertext, and the Remediation of Print*. New York: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.

Burnett, Robert in David P. Marshall (2003): *Web Theory: An introduction*. London in New York: Routledge.

Castells, Manuel (1996): *The Rise of the Network Society*. Oxford in Massachusetts: Blakwell Publishers Inc.

Deibert, Ronald J. (1997): *Parchment, Printing and Hypermedia: Communication in World Order Transformation*. New York: Columbia University Press.

Dewey, John (2004): *Democracy and Education*. Whitefish. Kessinger Publishing

Flew, Terry (2005): *New Media: an introduction*. Oxford: Oxford University Press.

Gauntlett, David in Ross Horsley (2004): *Web.Studies, 2nd edition*. London: Arnold.

Giles, David (2003): *Media Psychology*. New Yersy: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.

Herman, Andrew in Thomas Swiss (2000): *The world wide web and contemporary cultural theory*. New York: Routledge.

Herman, S. Edward in Robert W. McChesney (1999): *The global media: the new missionaries of corporate capitalism*. London: Cassell.

Jones, Steven G. (1998): *Cybersociety 2.0: Revisiting computer-mediated communication and community*. Thousand Oaks: Sage Publications.

McLuhan, Marshall in Bruce R. Powers (1989): *The Global Village: The transformation in World Life and Media in the 21st Century*. New York in Oxford: Oxford university Press.

Oblak, Tanja in Gregor Petrič (2005): *Splet kot medij in mediji na spletu*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Slevin, James (2000): *The internet and society*. Cambridge: Polity press.

Star, Susan Leigh (1995): *The Cultures of Computing*. Oxford in Cambridge: Blackwell Publishers.

Stewart, Colin, Marc Lavelle in Adam Kowaltzke (2001): *Media and meaning: an introduction*. London: British film institute.

Zelizer, Barbie in Stuart Allan (2002): *Journalism after September 11*. London: Routledge.

## SPLETNI VIRI:

**Spletni vir 1:** *World Internet Usage Statistics News and Population*

*Stats.* Dostopno na <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> (14. april 2007).

**Spletni vir 2:** Web Yoda's Online Webmaster Academy , *History of the Internet.*

Dostopno na: <http://historyoftheinternet.org/> (14. april 2007).

**Spletni vir 3:** Wikipedia, the free encyclopedia, *Transatlantic telegraph cable.*

Dostopno na: [http://en.wikipedia.org/wiki/Transatlantic\\_telegraph\\_cable](http://en.wikipedia.org/wiki/Transatlantic_telegraph_cable) (april 2007).

**Spletni vir 4:** Netcraft <http://www.netcraft.com> (14. april 2007).

**Spletni vir 5:** RIS – Raba Interneta v Sloveniji. Dostopno na <http://www.ris.org> (14. april 2007).

**Spletni vir 6:** Statistični urad Republike Slovenije, *Aktualna novica* . Dostopno na [http://www.stat.si/novica\\_prikazi.aspx?ID=473](http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?ID=473) (14. april 2007).