NOMADSKA JAVNOST

MOJCA PAJNIK

Povzetek

Članek obravnava mobilno telefonijo z ugotavljanjem njenih implikacij na spremembe javnega prostora. Skozi optiko kritike potrošniške družbe, oglaševalskih praks in interesov ekonomskih in političnih lobijev članek tematizira zasebne rabe mobilnega telefona kot prakse spreminjanja javnega prostora: prvič, z vdiranjem "nomadske intimnosti" in drugič, s praksami ujete javnosti oziroma odtujenega občinstva. Mobilno prakticiranje zasebnosti in intimnosti v javnem prinaša situacijo, ko je posameznik ali posameznica v manj intenzivnem odnosu do javnega prostora in dogajanja v njem oziroma prakticira v javnem intimno razmerje prek telefona. Vdor mobilnih nepovezanih diskurzov v javnost kot proces kolonizacije javne sfere prinaša erozijo življenja v javnem prostoru, v katerem so opazovalci mobilne komunikacije povlečeni v intimne odnose. Po drugi interpretaciji mobilna telefonija povečuje subjektivizacijo in individualizacijo javnega prostora, ko javni prostor ni več prostor skupnega, ampak se spreminja v razdrobljeni sistem individualiziranih komunikacij ujete javnosti, ki se, čeprav prisotna v javnem prostoru, usmerja izven njega. Tretje vrste sprememb javnega prostora pa članek obravnava kot teatralično prenovo javnega prostora. To analizira na podlagi praks novih družbenih gibanj kot "nomadske javnosti".

Mojca Pajnik je znanstvena sodelavka na Mirovnem inštitutu v Ljubljani; e-pošta: mojca.pajnik@mirovni-institut.si.

O "demokratizaciji" tehnologij

V članku obravnavamo mobilno telefonijo kot eno od oblik novih informacijskih ter komunikacijskih tehnologij, in sicer v perspektivi kritike potrošniške družbe. Uvodoma ugotavljamo, zakaj ideja o demokratizaciji družb s širjenjem možnosti uporabe tehnologij oziroma samo dejstvo tehnološkega razvoja še ne prispeva k bolj demokratičnemu pojmovanju javne sfere. Ugotavljamo, da oglaševalski in ekonomski lobiji, ki se ne ozirajo na tehnološki prepad med različnimi predeli sveta, promovirajo potrošniško-stilizirano uporabo mobilnih telefonov. Te na eni strani oglašujejo kot medij za zabavo, igranje ali poslovno komuniciranje, na drugi pa kot stilizirani podaljšek zasebnega življenja uporabnika in uporabnice. Nadalje obravnavamo spremembe javnega prostora pod vplivom mobilnega telefoniranja kot potrošniške prakse, pri čemer nas zanima, kako postaja javni prostor mreža številnih nepovezanih glasov, ki spreminjajo oblike in prakse pogovarjanja in poslušanja. Postavimo tezo, da mreža glasov na vsaj tri načine učinkuje na javni prostor: z vdorom intimnosti, ki "požira" javno; z ekscesivno subjektivizacijo in individualizacijo javnega prostora oziroma s praksami "ujete javnosti" ter z vračanjem teatraličnosti v javni prostor in njegovo prenovo. V besedilu podrobneje obravnavamo tri načine spreminjanja javnega prostora, pri čemer prva dva pojasnimo v okviru kritike potrošniške družbe. Tretjo vrsto sprememb obravnavamo z upoštevanjem nekaterih alternativnih praks uporabe mobilne telefonije, kot jih prakticirajo nova družbena gibanja; ta tematiziramo kot "nomadsko javnost".

Nove informacijske in komunikacijske tehnologije s potencialom globalnega povezovanja in mobilizacije državljank in državljanov spreminjajo sodobna pojmovanja demokracije, javnega prostora ter razmerja med javnim, zasebnim in intimnim. S stališča neoliberalnih diskurzov, ki jih v teoriji najdemo predvsem pri teoretikih postmoderne, na ravni ustvarjanja politik pa tako pri nekaterih posameznikih kot tudi vladah (Bill Gates, Nicholas Negroponte, vlada Tonyja Blaira ipd.) – Mosco (2004, 20) jih poimenuje "guruji" ali "ustvarjalci mita", promotorji trascendentalne lastnosti novih tehnologij – demokratizacija novih tehnologij pomeni po definiciji povečevanje dostopnosti in uporabnosti tehnologij in večanje ter širjenje "demokratičnosti" družb. Interpretacije političnega in ekonomskega mainstreama, pogosto utemeljene na mitoloških podobah digitalizacijske dobe, prezrejo neenakosti v dostopnosti tehnologij, kar vzdržuje in reproducira stratifikacijo na osnovi razreda, spola in etničnosti. Ne tematizirajo, kako mreženja razvitih držav poglabljajo prepad med tako imenovanima razvitim in nerazvitim svetom; prezrejo tudi, da demokratizacija, kot jo ustvarjajo in pojmujejo v obdobju postfordizma, zaobide revnejše predele sveta in ljudi z nižjimi dohodki, ki kot neuporabniki interneta ter nedigitalizirani posamezniki in posameznice postanejo "razvojni problem" (Tong 2001, 69).

Raziskave (Leung in Wei 1999; Tong 2001) kažejo, da so pri možnostih uporabe mobilnih telefonov in interneta pogosto marginalizirani ravno ljudje z nižjimi dohodki in nižjo izobrazbo. V Indiji in Bangladešu so množični mediji leta 2005 poročali o porastu tako imenovane kulture zgrešenih klicev (*missed call culture*): ker si ljudje ne morejo privoščiti plačevanja računov za uporabo mobilnega telefona, komunicirajo s signali, prek zgrešenih (neodgovorjenih) klicev.[1] Mobilna telefonija v določenih družbah lahko povzroči komunikacijski šok, na primer v Iraku ali Afganistanu, ko mobilni telefoni takorekoč čez noč redefinirajo komunikacijo v sicer

komunikacijsko pretežno zaprtih območjih. Države tako postajajo priložnosti za lahke zaslužke telekomunikacijskih multinacionalk.

Retorika o demokratizaciji sveta s telekomunikacijskimi možnostmi zanemari tudi posledice izginjanja kulture pisem in medosebnega komuniciranja. Sodobne pogovorne prakse, ki nastajajo z uvajanjem novih tehnologij, najpogosteje pomenijo zgolj izmenjavo besed in so zaznamovane z odsotnostjo dialoga, razpravljanja in razsojanja na osnovi izmenjave stališč. Pogovor je konstruiran kot izraz totalne subjektivitete, ko se posameznik kot ultimativno merilo ne identificira z idejami, ampak z materialnim svetom, ki definira individualne cilje in jezikovne kode. Pogovor je tako reduciran na monološko ustvarjanje hrupa, na situacijo, ko samo dejstvo govora (govoričenja) postane bolj pomembno od vsebine in načina govora, kar otopi umetnost poslušanja (Hardt 2006, 9).

Retorika o demokratizaciji iz 90. let prejšnjega stoletja politiko širjenja možnosti uporabe komunikacijskih sredstev interpretira kot udejanjanje "demokracije" same na sebi, čeprav dejstvo samega tehnološkega mreženja še ne prispeva k bolj "demokratičnemu in robustnemu pojmovanju javne sfere" (Barney 2000, 174). Razvoj tehnologij, predvsem nekatere uporabniške prakse, pa tudi spodnašajo takšna proceduralistično naravnava pojmovanja demokracije in uvajajo nova: nove državljanske prakse, ki jih omogočajo nove tehnologije za državljane, državljanke in skupine, predstavljajo izzive sistemsko naravnanim in instrumentaliziranim interpretacijam demokracije v smeri participativnih možnosti. Tehnologije kot potenciali, ki spreminjajo odnose med ljudmi v smeri deteritorializiranja prostorov življenja in delovanja, mreženja državljanov kot dejavne javnosti čez meje in omejitve nacionalnih držav, omogočajo misliti demokracijo na nove, komunikativne načine. V perspektivi potenciala, ki ga imajo tehnologije za državljansko delovanje, o njih lahko premišljamo v kontekstu emancipacijskih možnosti, ki jih denimo prakticirajo nova družbena gibanja.

Hkrati pa ne smemo prezreti procesov instrumentalizacije, ki so tehnološke inovacije utrdili v njihovi družbeni funkcijskosti. Z industrijsko dobo so se tehnologije utrdile v funkciji sredstev za vzpostavljanje in vzdrževanje ideologema o nujnosti družbenega napredka ter zagotavljanja reda v družbi. Vzpostavile so se kot sredstvo, kot bi rekla Hannah Arendt (1958/1996, 43), za zagotavljanje družbenega konformizma, ki je idejo državljanskega delovanja kot *vita activa* spremenilo v "obnašanje množic". S te perspektive se tehnologije pojavljajo kot sredstva za družbeno normiranje posameznikov, ki morajo postati za družbo sprejemljivi, ta pa ima "opraviti samo še s funkcijami v družbenem procesu" (Ibid.).

Tehnologije kot instrumenti v funkciji družbenega normiranja sicer niso omogočile kaj več kot le hipni triumf Marcusejeve enodimenzionalne družbe – ta koncept je v povezavi z mediji in novimi tehnologijami doživel kritike zaradi pasivizacije občinstva – so pa nedvomno prispevale k razvoju potrošniške družbe. Še danes velja, da so nove tehnologije predvsem uporabniški objekti, ki skupaj z inovativnimi državljanskimi praksami uporabe sicer lahko presegajo funkcijsko vrednost, hkrati pa so uporabljeni, trošeni in tudi zlorabljeni za zabavo množic. Že vsaj od Marxa naprej potrošništvo ne ostaja omejeno na življenjske nujnosti, ampak se polašča izobilja, kar predmete sveta podvrže logiki porabe in izrabi. Potrošniška družba se danes ne utemeljuje več na zagotavljanju ali zadovoljevanju potreb, kot so bile pogoste interpretacije sredi prejšnjega stoletja. Potrošništva danes ne pojasnijo potrebe kot fiksni, artikulirani označevalci, bolje ga odražajo nereferenčni

in spreminjajoči se postmoderni sistemi želja, motivacij in užitkov. Ti producirajo potrošnike in se hkrati reproducirajo prek potrošnje.

Tiranija izbire kot *essentia* potrošniške družbe

Mobilni telefon kot primer nove tehnologije ni samo komunikacijski, ampak tipičen potrošniški objekt (May in Hearn 2005), ki pa ima tudi, kot bomo pokazali v nadaljevanju, mobilizacijsko-emancipativni potencial za nastajanje "nomadske javnosti". Uporaba mobilnih telefonov se je v zadnjih desetih letih izrazito povečala, še posebno v zahodnih družbah. Po raziskavi RIS (Raba interneta v Sloveniji) iz leta 2005 v Sloveniji mobilni telefon uporablja prek 1,4 milijona uporabnikov (85 % oseb v starosti od 10 do 75 let;),[2] po podatkih Statističnega urada RS za leto 2007 je število naročniških uporabnikov mobilne telefonije v Sloveniji preseglo milijon, okrog 800.000 uporabnikov ima sklenjeno predplačniško razmerje, medtem ko se število uporabnikov fiksne telefonije zmanjšuje. Med uporabniki mobilne telefonije prevladujejo zasebni uporabniki (teh je 84 %), tudi po številu klicev so v mobilni telefoniji storitve uporabnikov zasebne narave presegle poslovne.[3]

Ponekod po svetu, denimo v nekaterih azijskih družbah, je mobilni telefon še mogoče obravnavati kot statusni simbol. Tak pristop je bil v preučevanju uporabe novih tehnologij v zahodnih družbah značilen za 80., še posebej pa za 90. leta, ko se je mobilna tehnologija šele uveljavljala, torej pred njenim množičnim razmahom. Z množičnostjo uporabe se je pomen statusne veljavnosti postopno zmanjševal, uporaba telefonov pa se je prestavila v območje mode, trendovstva v porabništvu in piarovstva v produkciji, ki zaznamujejo družbo "tiranije izbire". V pomenu Featherstonovega (1991) fenomena "estetizacije vsakdanjega življenja" je takšen premik prinesel ne samo večjo porabo mobilnih telefonov, ampak tudi težnjo po menjavi telefonov in kupovanju novih modelov z modnimi videzi in novimi funkcijami.

Personalizirano-stilizirano uporabo je v veliki meri spodbudilo oglaševanje novih modelov. To se na osnovi fiksnih identitetnih označevalcev usmerja v nagovarjanje specifičnih skupin potrošnikov: otrok, mladostnikov, starejših, poslovnežev in študentov. Oglasna sporočila, ki predstavljajo in promovirajo mobilno telefonijo, od sredine 90. let združujejo promocijo tehnoloških inovacij, uporabno vrednost telefonov s simboliziranim predstavljanjem vizualne podobe aparatov in simbolno produkcijo pomenov za večanje porabništva. Oglasi za otroke promovirajo enostavnost uporabe telefonov, dostopnih v številnih barvah in različnih oblikah, in gradijo na podobi družbene (ne)varnosti in (ne)ogroženosti (posedovanje telefona za zagotavljanje "varnosti" otroka). Oglaševanje za poslovne uporabnike se osredotoča na predstavljanje možnosti povezav z internetom, pisanja elektronskih sporočil, videotelefoniranja, spremljanja novic in sprejemanja informacij prek multimedijskih portalov, uporabe navigacijskega, satelitskega sistema GPS, možnosti elektronskega bančništva, nakupovanja in podobno. Oglasi promovirajo uporabo mobilne pisarne in posredujejo sporočila o zniževanju stroškov, povečani učinkovitosti, hitrejšem prenosu podatkov, hitrejšem internetnemu dostopu ali o vedno in povsod dosegljivi elektronski pošti ter gostovanjih kjerkoli in kadarkoli. Sporočila, ki nagovarjajo mlade, promovirajo možnosti fotografiranja, pošiljanja MMS (večpredstavnostnih, multimedijskih sporočil), uporabe igric, nalaganja glasbe, slik in iger z internetnih oziroma mobilnih portalov ter poslušanje glasbe. Oglašujejo neskončno zabavo, neomejeno igranje in nova doživetja v čvekalnicah.[4]

Z večanjem tehnoloških inovacij se povečujejo možnosti personalizirane uporabe. Nastavitve telefonov tako omogočajo individualni izbor barv, melodije zvonjenja, možnost videozvonjenja in pošiljanja ter sprejemanja SMS- in MMS-sporočil, različnih zabavnih, informativnih sporočil, nastavitve glede na okolje uporabe (doma, v avtu, službi, predavalnici, na počitnicah, v mobilni pisarni ali mobilnem domu). Personalizacija se povečuje tudi z menjavo telefonov in možnostjo spreminjanja podobe telefona, tj. oblik, barv in materialov. Oglasi tako ponujajo telefone, ki so prikupni, lahki in majhni, elegantni, stilski, priročni, sodobnejši ali prijazni (za upokojence) ter prefinjenih oblik in elegantni (za poslovneže). Možnosti personalizirane uporabe oglašujejo na osnovi tipiziranih identitetnih označevalcev. Ti predstavljajo tip uporabnika, ki se vedno odloči za uporabo najnovejših tehnoloških možnosti in je ves čas seznanjen z najnovejšim dogajanjem.

Razvoj novih tehnologij vpliva tudi na spremembe potrošniških praks. V Althusserjevih kategorijah bi veljalo, da so porabniki mobilnih telefonov interpelirani v komunikacijsko-potrošniške prakse, ki so jim podvrženi pod vplivom oglaševalskih pritiskov in interesov gospodarskih lobijev. Nove informacijsko-komunikacijske tehnologije s potencialom za udejanjanje interaktivnega komuniciranja pa ne proizvajajo samo interpelirane množice, ampak tudi aktivne uporabnike, ki s tehnologijo eksperimentirajo in ji dodajajo nove pomene, čeprav je porabništvo telefonov daleč preseglo komunikacijske namene in se usmerilo v zadovoljevanje želja in užitkov ter njihovo produkcijo. Porabništvo mobilne telefonije je kljub interaktivnim potencialom in novim komunikacijskim možnostim še vedno smiselno obravnavati v kontekstu Habermasove (1962/1989) kritike iz 60. let prejšnjega stoletja o spreminjanju publike rezoniranja v publiko kulturnega konzumiranja, kar prinaša apolitično in prostočasno obnašanje, rezoniranje pa nadomesti z množičnim porabništvom. Skupaj z novejšo kritiko potrošniške družbe (Bauman 2002) lahko danes govorimo o procesu racionalizacije konzumiranja kot rezoniranja: družba informacijskih in komunikacijskih tehnologij je ustvarila princip ugodja kot realni in racionalni princip življenja in delovanja.

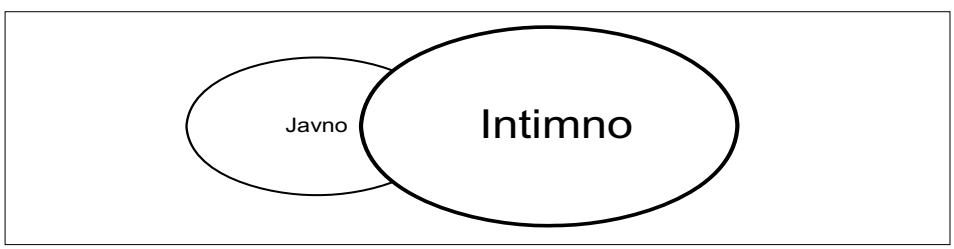
Porabniške prakse sicer postajajo vse bolj heterogene in številne, s čimer se brišejo meje med "odgovorno" in "manj odgovorno" uporabo ali med uporabo za zabavo in uporabo v "bolj resne" namene. Označevalci uporabe postajajo fluidni, obenem pa je vse teže določiti merila, po katerih bi prakse konzumiranja vrednotili kot nasprotje praksam rezoniranja – prakse obeh vrst se med seboj prepletajo. To ne pomeni, da mobilne telefonije ni smiselno obravnavati v kritični perspektivi potrošniške družbe. Nasprotno, v času, ko je tipično potrošniške prakse vse teže identificirati in ko prihaja na relaciji zabava–politična (državljanska) razprava do vse večje zmešnjave (Hénaff in Strong 2001), je treba mobilno telefonijo preučevati v kontekstu kritike moderne družbe kot družbe porabništva in pri tem kritično obravnavati procese, ki sta jih Arendt (1958/1996) in Habermas (1963/1972) poimenovala za procese podružbljanja.[5] Mobilni telefoni namreč ne prinašajo samo številnih komunikacijskih možnosti – hkrati se promovirajo pod označevalcem demokratizacije komuniciranja ter se razvijajo v službi ekonomskih in političnih interesov – ampak s komercializacijo medčloveških odnosov ustvarjajo "mite za množice" (Hardt 2002) in producirajo "ujeto javnost". Prispevajo tudi k oblikovanju estetiziranih in personificiranih življenjskih slogov, obenem pa ostajajo dobičkonosen medij za oglaševalce (primer ciljnega oglaševanja prek sporočil SMS),

lastnike, prodajalce (ponudbe elektronske prodaje) in ponudnike različnih storitev (portali, mobilno bančništvo, internet, elektronska pošta).

Tri definicije spreminjanja javnega prostora: nomadska javnost

Poleg potrošniških praks in njihovih različnih simbolnih vrednosti uporaba mobilne telefonije prinaša tudi nova pojmovanja javnosti, zasebnosti in intimnosti oziroma spreminjanje prostorov in načinov življenja ter delovanja. Javni prostor se spreminja v prostor, v katerem se manifestira kakofonija glasov, ki jo lahko pojasnimo na vsaj tri med seboj ne nujno izključujoče se načine: kot vdor intimnosti, ki "požira" javno; kot ekscesivno subjektivizacijo in individualizacijo javnega prostora in kot nastajanje nomadske javnosti in vračanje teatraličnosti v javni prostor.

Po prvi interpretaciji (slika 1) se mobilno telefoniranje kaže kot prakticiranje zasebnosti v javnem prostoru. Posledica je razgaljenost zasebnega in intimnega v javnem in hkratno krčenje javnega na račun razraščanja intimnega. Sodobne prakse komuniciranja se od rezoniranja v grški polis, razpravljanja na trgih v italijanskih mestih v obdobju renesanse ali v salonih in kavarnah kot javnih prostorih meščanske javnosti 18. in 19. stoletja v zahodni Evropi razlikujejo, ker pri njih ne moremo govoriti o (nujno) prisotnih komunicirajočih posameznikih in posameznicah. Člani meščanske javnosti so bili med racionaliziranjem javne zadeve intimno udeleženi v skupnem javnem prostoru. Razvoj množične družbe, množičnih medijev ter razmah informacijskih in komunikacijskih tehnologij v sodobnosti pa so intimnost zamenjali z oddaljenostjo in neprisotnostjo. Poleg tega mobilni telefon intimnost z njeno popolno razgaljenostjo v javnem, paradoksalno, odpre publiciteti. Po arendtovsko lahko tak preobrat označimo za lastnost množične družbe, v kateri intimno kot kakofonija nepovezanih glasov vdira v javno, kar povzroča krčenje javnega kot političnega prostora.



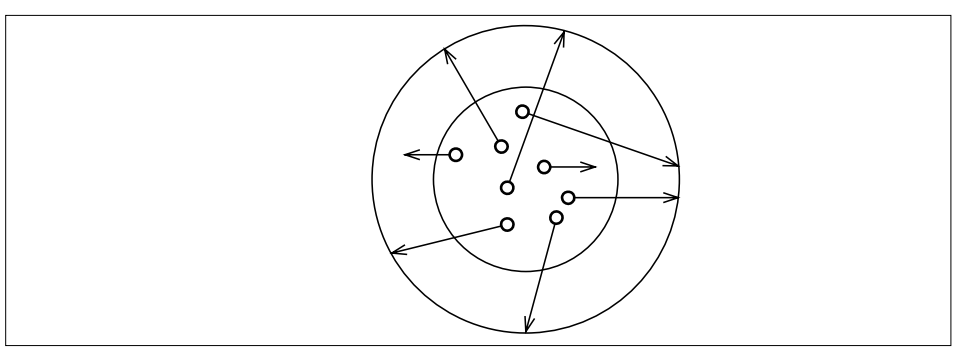
Slika 1: Vdiranje "nomadske intimnosti"

Pogovor po mobilnem telefonu se, denimo, začne na ulici ali avtobusu in konča doma. Gre za situacijo, ko je javno nujno podvrženo razraščanju zasebnosti in intimnosti. Zasebni prostor kot potrebni prostor umika, ki posamezniku in posameznici šele omogoča, da se pozicionirata v svetu, pa s tem izginja. Po tej kritiki se javni prostor kot prostor političnega delovanja spreminja v psihologizirano domeno zasebnosti. Mobilno telefoniranje sproža izmenjavo javnega prostora z zasebnim, obenem pa proizvaja prakse, s katerimi se intimno vnaša v javno. Pogovor po mobilnem telefonu posameznika in posameznico oddaljuje od fizičnih prostorov, v katerih sta med pogovorom, in dogajanja v njih – sicer intimno razmerje se prek pogovora po mobilnem telefonu prelije v javno (Meyrowitz 1986, 38).

Po tej interpretaciji pomeni večja omreženost v resnici večjo izolacijo: intimnost spreobrača v distanco, zasebnost pa v javno izpostavljenost. V Habermasovi terminologiji se transformacija te vrste pojavlja kot kolonizacija javne sfere oziroma sveta življenja, ko mobilni nepovezani diskurzi vdirajo v javnost. Ustvarja se situacija, ko se individualizirani govorci z zasebnimi diskurzi dejansko odpovedujejo življenju v javnem prostoru, obenem pa v lastne intimne odnose vlečejo tudi naključne opazovalce. Javni prostor se pod vdorom "nomadske intimnosti" (Fortunati 2002) z uporabo mobilnega telefona, ki omogoča vztrajanje v individualiziranih odnosih, dejansko spreminja v manjšinski prostor. Situacija, ko je določeno intimno zadevo mogoče obvarovati pred javno razgaljenostjo, izginja, javni prostor pa se z vdorom intimnega krči.

Z razvojem množične družbe se je razmerje med javnim in zasebnim spremenilo: danes se zdi, da dualistično pojmovanje medosebnih razmerij, značilnih za sodobnost (denimo po vzoru razlikovanja javnega življenja v polis od nujnosti v oikos v antični Grčiji ali javnega rezoniranja meščanske javnosti v kavarnah in salonih od zasebnega življenja v družini), ne pojasni dovolj točno. Gibanja za enakost spolov so v 60. letih prejšnjega stoletja z geslom "osebno je politično" pokazala na potrebo po preseganju dualizma z namenom odpiranja javnega prostora, javne razprave o neenakostih, ki zaznamujejo zasebna razmerja v družini (neplačano žensko delo v gospodinjstvu, naturalizacija ženske v vlogi matere, skrbnice otrok idr.), in legitimizacije intimnih odločitev (na primer pravica do splava). Povezovanje javnega in zasebnega je v določenem obdobju v zgodovini imelo politični potencial, ki se je v antipolitični podobi spreminjal z razvojem množične družbe, z izpostavljeno individualnostjo in zasebnostjo kot pravico državljana-potrošnika. Potrošniška družba je redefinirala zasebno kot okoliščino posameznega potrošnika, prek katerega se individualizira tudi javno kot prostor zasebnega razkazovanja in govoričenja.

Po drugi interpretaciji spreminjanja javnega prostora, kot jo predstavljamo, mobilna telefonija povečuje subjektivizacijo in individualizacijo javnega prostora (slika 2). Če gre v prvem primeru za razraščanje intimnega v javno, gre tukaj za posledico tega vdora. Javni prostor ni več prostor skupnega, ampak se spreminja v razdrobljen sistem individualiziranih komunikacij, ki se, čeprav so prisotne v javnem prostoru, usmerjajo zunaj njega. Usmerjajo se v virtualno prakticiranje odnosov v "neprostoru" z uporabo mobilnega telefona za pogovor ali denimo za poslušanje glasbe s slušalkami, s čimer mobilni telefon spreminja prostor podobno, kot ga je pred desetletji walkman (Du Gay et al. 1997).



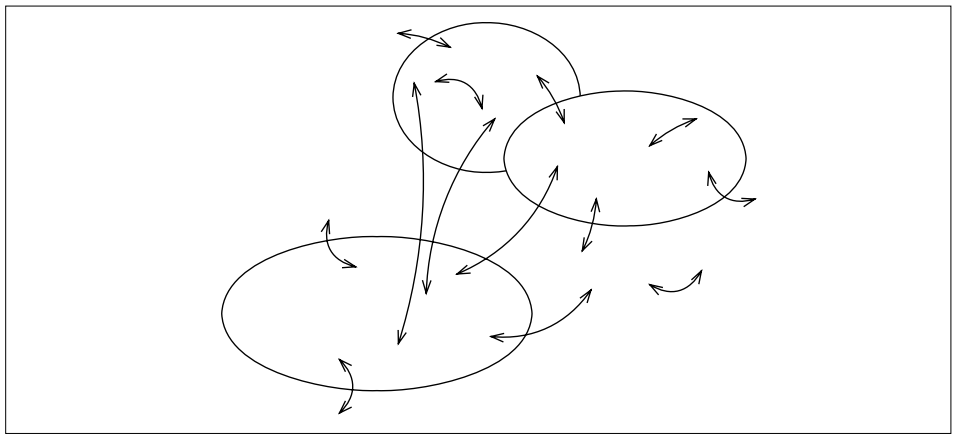
Slika 2: Ujeta javnost / odtujeno občinstvo

Individualizacijo javnega prostora je mogoče pojasniti tudi s spreminjanjem mobilnega telefona v intimno tehnologijo, v podaljšek telesa: pogoste so situacije, ko posamezniki komunicirajo med seboj, na mizi pa imajo mobilne telefone. Telefon tako ni zgolj medij, ki omogoča intimna razmerja v javnem, ampak je tudi kot fizičen predmet pozicioniran v polje človekove intime, pripravljen za izvajanje uporabniških praks "ujete javnosti".

Po tej interpretaciji se individualizacija javnega prostora zgodi, ko posameznik in posameznica razkrijeta intimni odnos v javnem prostoru, sicer prostoru skupnega delovanja po definiciji; ko se intimizacija prostora zgodi v skupnem prostoru ne glede na okoliščine. Uporabniki se v mobilni komunikaciji obračajo od komuniciranja s trenutno prisotnimi h komuniciranju v neprostoru. Pri tem kot pripadniki ujete javnosti razvijajo prakse telefoniranja brez občutka za dogajanje v javnem prostoru, v katerem so fizično prisotni. Študije (Monk et al. 2004) na primer kažejo, da se v situacijah, ko se komuniciranje prek mobilnih telefonov oddvaja od dogajanja v fizičnem prostoru, komuniciranje spreminja tako, da postaja govorec vse glasnejši in opaznejši, kar pa ne velja za sogovornike v situaciji medosebnega komuniciranja. Udeleženci v javnem prostoru, v katerem se znajdejo naključno in v katerega so umeščeni kot opazovalci, so v praksi individualizacije in subjektivnega prisvajanja prostora nujno podvrženi pasivni udeležbi. Znajdejo se v fiksni vlogi opazovalca, v vlogi pasivnega občinstva, v poziciji, o kateri ne morejo razpravljati – so nemi opazovalci mobilne komunikacije.

Teatraličnost v javnem prostoru v povezavi z mobilno telefonijo kot primer tretje interpretacije spreminjanja javnega prostora odslikava uporabo mobilnega telefona kot performensa, zasebnega pogovornega akta v javnem, ki fizičnemu javnemu prostoru dodaja novo razsežnost prostora-neprostora, nefizičnega prostora, virtualnega prostora oziroma prostora, ki ne pripada nobenemu od govorcev, ki si ga govorci ne morejo lastiti in v katerem se izmenjujejo pozicije govorcev ter poslušalcev (slika 3). Po tej interpretaciji pogovorni akt razširi javni prostor v nove razsežnosti. Nastajajo vmesni, fizično neoprijemljivi prostori komuniciranja, prek katerega poteka izmenjava mnenj in izkušenj. Tovrstno teatraličnost, ki je sicer ne moremo enačiti z oddaljeno privlačnostjo fizično prisotne teatraličnosti javnega življenja v denimo grški polis ali meščanskih kavarnah, lahko pojmujemo kot novo obliko oživljanja javnega prostora – ali pa jo, kot v zgornjem primeru, interpretiramo kot obliko individualizacije prostora in kot prakso odtujevanja. Javni prostor se tako oblikuje v prostor, v katerem se prakse neosebnega komuniciranja na daljavo izmenjujejo s prakticiranjem bolj intimnih zadev.

Po tretji intepretaciji uporaba mobilne tehnologije javni prostor spreminja v metaforični brezmejni prostor, ki delokalizira glasove in jih poveže v nevidno mrežo odnosov. Teatraličnost v tem pogledu ne pomeni spreminjanja javnega prostora kot fizičnega mesta v virtualni prostor, ampak nasprotno: z uporabo telefonije se virtualno spreminja v realni javni prostor – virtualnost se pojavi v utelešeni realni podobi. Javni prostor tako ni vezan izključno na fizično pojavnost, ampak nastaja skozi prakse mobilnega komuniciranja. V primeru omenjene kritike, po kateri mobilno telefoniranje povečuje individualizacijo, se komuniciranje interpretira kot način oddvajanja od javnega prostora ter odtujevanja posameznika od drugega in od prostora skupnega. Teatraličnost mobilnega komuniciranja pa lahko razumemo tudi drugače: ne kot prakso oddvajanja, ampak kot prakso, s katero javni prostor



Slika 3: Teatralična prenova (virtualnega) javnega prostora

šele nastaja. V tem normativnem pogledu se fizična in virtualna razsežnost prostora prepletata. Mobilno komuniciranje v trenutkih, ko se dogaja, tako ustvarja nove prostore in hkrati spreminja obstoječe.

Po tej interpretaciji, ki sicer ne izključuje nujno elementov preostalih dveh (invazije mobilne intimnosti in izključevanja iz javnosti z individualizacijo prostora), lahko v novih tehnologijah iščemo možnosti za nove oblike transnacionalnega komuniciranja, ki ni nujno vezano na fizični prostor in linearni čas. Mobilni telefon, ki danes poleg avdio- in videokomuniciranja omogoča tudi komuniciranje z uporabo elektronske pošte in prek interneta, redefinira komuniciranje zunaj in prek meja nacionalnih držav, skozi prostor in čas in prek specifičnih jezikovnih, kulturnih in drugih omejitev, ki določajo nacionalne javne sfere.

Mobilno komuniciranje razširja komunikacijski forum kot mrežo časovno in prostorsko neomejenih interakcij, v katerih je javno izkušnjo težko ločiti od zasebne oziroma v katerih se obe prepletata v transnacionalnem prostoru. Mobilno komuniciranje omogoča udejanjanje "nedržavne javne sfere" (Virno 2003) kot političnega prostora, v katerem številni, rečeno s Hannah Arendt, skrbijo za skupne zadeve sveta. Takšno transnacionalno mobilno javnost oziroma, kot ji lahko tudi rečemo, nomadsko javnost pa ne ustvarjajo atomizirani, odtujeni individui-potrošniki, tudi ne posamezniki kot pripadniki ljudstva v Hobbesovem pomenu telesa suverene države-nacije. Udejanjajo jo "nomadski subjekti" (Braidotti 1994), ki v deteritorializiranem svetu politično delujejo in ga soustvarjajo.

Mobilni telefon se torej ne pojavlja samo kot nova komunikacijska možnost, nova izbira in praksa v potrošniški družbi, ki zapolnjuje javni prostor z nepovezanimi glasovi, ampak se pojavlja tudi kot medij, ki omogoča politično akcijo. V tem večrazsežnostnem pogledu mobilne telefonije ne moremo zreducirati na administrativno tehnologijo. Seveda jo je mogoče uporabiti tudi v povsem administrativne oziroma instrumentalizirane namene, denimo za nadzorovanje (prisluškovanje, sledenje), ki ga izvajajo državni, mednarodni in drugi (multinacionalke, kapitalski interesi) organi nadzora.[6] Obenem se nadzor veča tudi med zasebnimi uporabniki, ki s pomočjo mobilnega telefona lahko sledijo partnerjem ali otrokom, prijateljem in drugim.

Mobilni telefon kot medij politične akcije lahko predstavlja tudi komunikativno alternativo institucionaliziranim uporabam v domnevno varnostne namene ali možnostim zasebne uporabe z namenom sledenja. Je alternativa tudi množičnim medijem kot "vestfalsko-nacionalni komunikacijski infrastrukturi" (Fraser 2005), skozi katero se ustvarjajo in utrjujejo nacionalne in etnične identitete, interesi ter vrednote nacionalnih in kapitalskih politik. Mobilno komuniciranje omogoča interaktivno delovanje in lahko nastaja zunaj tehnik mediatizirane komunikacije v množični družbi (čeprav tudi telefoni lahko delujejo kot množični mediji, prek katerih uporabniki prejemajo reklamna sporočila SMS, denimo za sodelovanje v nagradnih igrah, pozive na volitve ali pozive za sodelovanje v dobrodelnih akcijah). Mobilno javno življenje lahko generira solidarnost, ki premešča teritorialne in časovne meje, ko komuniciranja ne definira kot odnosa med vsoto zamejenih teritorijev ali politično in ekonomsko motiviranih izmenjav, ampak kot politične[7] prakse nomadske javnosti.

Podobno kot nacionalna medijska infrastruktura je tudi industrija mobilne telefonije pod pritiskom ekonomskih, političnih in oglaševalskih monopolov, ki narekujejo strandardizirane oblike in topike sporočanja, oziroma te monopole soustvarja. Za razliko od množičnih medijev lahko mobilni telefon, kakor denimo tudi alternativni mediji (Atton 2004), udejanja alternativne prakse delovanja, ki se dogajajo onkraj množične produkcije za občinstvo in ujeto javnost. Potencial novih tehnologij je treba iskati v možnostih komunikativnega angažiranja za generiranje solidarnosti, ki gre lahko prek ločnic jezika, etničnosti, religije in nacionalnosti. Ena od možnosti je oblikovanje inkluzivnih javnih sfer, v katerih skupni interesi nastajajo in/ali so prepoznani skozi odprto, demokratično komuniciranje, ki se v generiranju političnih momentov razlikuje od potrošniške rabe mobilnega telefona ali od uporabe telefonov za sledenje in nadzor.

Mobilno delovanje nomadske javnosti

Alternativne rabe novih tehnologij, ki jih definiramo kot teatralične prenove javnega prostora, nastajajo na robovih družbeno-potrošniških praks zadovoljevanja in zabavljanja. Predvsem pa se oblikujejo skozi kritiko neoliberalnih politik – in onkraj njih – ki mobilno telefonijo promovirajo kot sredstvo za demokratizacijo družb. Pri tem demokratizacija ni povezana s praksami dejavnega državljanstva, ampak je definirana kot potreba in nuja za zagotavljanje ugodnih razmer za ustvarjanje in večanje dobička lastnikov ter uveljavljanje vpliva političnih elit in oglaševalskih lobijev. Prakse teatralične prenove javnega prostora nastajajo tudi onkraj instrumentaliziranih uporab tehnologije za prisluškovanje, sledenje in druge oblike nadzora, ki jih izvajajo organi pregona ali zlorabljajo posamezniki v zasebne namene.

O teatralični prenovi javnega prostora kot prostora političnega delovanja lahko v kontekstu mobilne telefonije govorimo, denimo, v primeru alternativnih in radikalnih praks novih družbenih gibanj. Mobilni telefon se od odmevnih protestov proti Svetovni zdravstveni organizaciji v Seattlu novembra 1999 in od protestov proti G8 po vsem svetu pojavlja tudi kot alternativni medij za koordinacijo političnega delovanja, ki nima samo reakcionarnega (ali celo romantičnega) potenciala, kot se novim družbenim gibanjem pogosto očita, ampak generira nove oblike življenja, delovanja in soustvarjanja medijev.

Alternativne prakse mobilnega telefoniranja omogočajo, denimo, povezovanje oddaljenih ruralnih območij Bangladeša z urbanimi predeli, koordinacijo delovanja

ruralnih družbenih gibanj v Boliviji, mobilizacijo javnosti v Južni Koreji ali denimo v Afriki proti kršenju enakosti spolov, za koordinacijo protivojnih protestov in izražanje nestrinjanja s politiko ameriške administracije v Iraku.[8] Udeleženci konference *MobileActive: Cellphones for Civic Engagement* so septembra 2005 v Torontu sprožili razpravo o alternativnih praksah mobilnega telefoniranja z "namenom, da bi spodbudili inovativne rabe tehnologij". Razpravljali so, kako se mobilna telefonija uporablja za organizacijo akcij za zaščito človekovih pravic, na primer proti prisilni rekrutaciji otrok v vojsko, spolnim zlorabam otrok ali za zaščito gozdov.[9]

Mobilizacijski potencial mobilnih telefonov je še eden od izzivov v raziskovanju novih tehnologij. Porast uporabe novih, bolj dodelanih telefonskih aparatov z možnostmi širšega in lažjega dostopa do zabavnih vsebin nakazuje, da je mobilna telefonija vpeta v sodobne prakse estetizacije in porabništva. Smiselnost obravnave mobilne telefonije v okviru prej omenjenih perspektiv moremo, med drugim, utemeljiti na povezavi s kritiko proizvodnje novih življenjskih slogov: perspektive kritike razraščanja intimnega v javno, perspektive krčenja javnega prostora in njegove individualizacije. Sodobne potrošniške prakse so diverzificirane in enoznačne pojasnitve – denimo o trošenju samo z namenom zagotavljanja ugodja in sledenja smernicam moderne družbe – jih pojasnijo le delno. Mobilni telefoni, denimo specializirani za poslušanje glasbe, sicer prinašajo dobičke glasbeni industriji, ki uporabnike nagovarja k trošenju novih modelov, omogočajo pa tudi selekcionirano poslušanje, ki lahko obide standardizirano ponudbo popularnih "vročih singlov".

Omenjene alternativne rabe lahko najbolj natančno pojasnimo v okviru tretjega modela, predstavljenega zgoraj, tj. v perspektivi nastajanja nomadske javnosti, kjer mobilni telefon omogoča nove oblike delovanja, s katerimi se spreminjajo tudi javni prostori. Eksperimentalne, z mobilnimi tehnologijami podprte postavitve v javnem prostoru (delovanje "nomadskega bara", spremljanje partije šaha prek posnetkov z mobilnim telefonom) preoblikujejo obstoječe prostore, subverzirajo rutinizirane prakse in prispevajo k novim kulturnim geografijam urbanega okolja (Pinder 2005). Iniciativa Sarai v New Delhiju, denimo, telefonske govorilnice spreminja v uličnе kavarne ali internetne kafeje ter s tem promovira fizično in on-line globalno stičišče za uporabo alternativnih medijev nasproti kulturni standardizaciji.[10]

V primeru novih družbenih gibanj mobilni telefon omogoča nastajanje ter koordiniranje fizično prisotne javnosti in virtualnega javnega prostora, ki se pojavljata izmenjaje. Nova družbena gibanja prakticirajo alternativne rabe mobilnega telefona, ki se pojavljajo na robovih prevladujočih vzorcev, kot so klepetanje in zabava ter potreba po mobilni poslovnosti. Mobilni telefoni se uporabljajo pri koordinaciji in izvedbi političnih akcij, na primer demonstracij proti vstopu Slovenije v zvezo Nato, za solidarnost z migranti ali proti odprtju centra za tujce. Telefoni so v teh primerih redefinirani kot medij za koordinacijo delovanja gibanja. Koordinacijo ter mreženje posameznikov in posameznic omogočajo tudi v transnacionalnih perspektivah, na primer pri povezovanju izbrisanih v Sloveniji in sans-papiers v Franciji.

Mobilni telefon z alternativnimi praksami uporabe lahko postaja interaktivni medij za mobilizacijo posameznic in posameznikov za intervencije, s čimer presega družbeno tehnološko funkcijo prenašanja sporočil. Uporablja se kot medij novih, angažiranih javnosti, ki prevprašujejo konvencionalne družbene kode. Prinašajo eksperimentalne nomadske akcije in performense, ki nastajajo kot "kritični posegi v rutinizirano monumentalno kulturo" (CAE 1999, 52). Kot predmet potrošniške

družbe se mobilni telefon z alternativnimi praksami začne pojavljati kot medij upora, ki spodkopava instrumentalne in ekonomske temelje, na katerih je utemeljen. Če se lahko uporablja kot medij nadzorovanja, potem se v kontekstu alternativnih praks (elektronski pritisk, na primer prekomerno pošiljanje elektronskih sporočil državnim uradnikom kot oblika protesta) mobilni telefon pojavlja kot medij "progresivne politike" (Carroll in Hackett 2006, 93).

Telefoni, ki omogočajo pošiljanje elektronskih sporočil in digitalno fotografiranje ali snemanje, spodbujajo tudi nove oblike medijskega aktivizma (Carroll in Hackett 2006) ter radikalnega državljanskega novinarstva (Atton 2004). Omogočajo nastajanje ter objavljanje mnenj in fotografij, ki se (lahko) razlikujejo od novic in interpretacij dogodkov, objavljenih na televiziji ali v časopisu. Medijski aktivizem medija oziroma v našem primeru mobilnega telefona ne definira samo kot sredstva, ampak ga reinterpretira tudi kot način političnega delovanja.

Mobilni telefon se v alternativnih praksah pokaže kot medij za dekolonializacijo sveta življenja, za spreminjanje položaja ujetosti posameznika v vlogo člana občinstva, ki sporočila zgolj sprejema. Mobilni medijski aktivizem omogoča, da posameznik postane novinar, s čimer se prevprašujejo kanoni klasičnega novinarskega poklica. Državljan-novinar postaja poročevalec, spreminja se v neprofesionalnega reporterja ali amaterskega novinarja, ki iz središča dogajanja sporoča lastne izkušnje in pripoveduje drugačne zgodbe. Prakse alternativnega novinarstva, ki jih omogočajo nove tehnologije in objavljajo alternativni mediji, na primer Indymedia[11] – poznamo pa jih vsaj od radia naprej – objektivnost zamenjujejo z razkrivanjem drugačnih, spregledanih topik oziroma načinov poročanja o določeni temi. Predstavljajo tudi politični izziv profitno-tržni logiki korporacij, ki nagovarjajo uporabnike-potrošnike k izrabi zabavnih vsebin (z, denimo, produkcijo in oglaševanjem rubrik zabavaj se, zabavni klici, ljubezen ipd.). So nasprotni pol promociji mobilnih telefonov kot komunikacijske infrastrukture, ki uporabo okvirja v nacionalni kontekst. V tem primeru se namreč mobilni telefon pojavlja kot podaljšek produkcije množičnih medijev, ki uporabnike nagovarja k izrabi klasičnega nabora vsebin: domače in tuje novice, šport, zabava, prosti čas, oglasi, horoskopi, nagradna glasovanja. Preslikavo televizijskih žanrov v mobilno telefonijo zaznamo tudi v aktualnem predvajanju ameriških nadaljevank prek mobilnega telefona in iger, ki prevzemajo klasične delitve na strelske, dirkaške in akcijske, ali s ponudbo viž iz "podalpskega kotička".

Ena od posledic razmaha mobilne telefonije je, da posamezniki, udeleženci (oziroma očividci) nekega dogodka o njem tudi prvi poročajo. Prve posnetke orkana katrina v ZDA ali cunamija v Indoneziji so posneli in javnosti posredovali posamezniki z mobilnimi telefoni ali digitalnimi kamerami, ki so dogodke doživeli. Nove tehnologije omogočajo naracije z besedami in slikami, sporočanje osebnih in intimnih doživetij. Neposredna izkušnja pa izzove nove oblike komuniciranja, ki izničijo časovno distanco. Novinar pride na kraj dogodka in o njem poroča, posameznik-amater-novinar pa o svoji izkušnji govori neposredno in v trenutku njenega dogajanja. Osebne narativne zgodbe, sporočanje izkustev in intimnih doživetij, ustvarjanje novih diskurzivnih aren so lahko zanimiv izziv klasičnim novinarskim poročilom. Vendar pa pri mobilni telefoniji – kakor tudi pri klasičnem novinarskem sporočanju – ostaja aktualno vprašanje verodostojnosti slike in besede. Obenem številne objave ustvarjajo kakofonijo glasov, od iskalca informacij pa zahtevajo nenehni angažma in presojanje. S tega gledišča mobilno komuniciranje ustvarja mrežo odnosov, ki zahtevajo angažirano uporabo

ter izmenjavo pozicij govorca in poslušalca. Tega s klasičnimi modeli sporočanja, po katerih se sporočilo prenaša po kanalu od sporočevalca do prejemnika, ni več mogoče zadovoljivo pojasniti. Mobilna tehnologija v tem kontekstu omogoča nastajanje paralelnih diskurzivnih prostorov, ki kot prostori političnega delovanja zahtevajo interakcijo in izmenjavo idej in izkušenj.

Sklep

Ko politični in gospodarski lobiji danes govorijo o demokratizaciji informacijskih in komunikacijskih tehnologij, to povezujejo z razširjenostjo uporabe v svetovnem merilu in z razvojnimi spremembami digitalizacijske dobe, v kateri se povečujeta storilnost in potrošnja. Demokratizacija komunikacijskih možnosti pa ne pomeni samo vse večje uporabe tehnologij, ampak ima opraviti tudi s praksami uporabe. Velika večina uporabnikov mobilnih telefonov je zasebnikov, ki telefon uporabljajo v zasebne namene, čeprav se z večanjem poslovnih funkcij mobilnega telefona povečuje tudi uporaba v poslovne namene. V besedilu smo ugotavljali, da se zasebna uporaba mobilnih telefonov pogosto dogaja v javnem prostoru, ki se spreminja pod vplivom vdora "nomadske intimnosti". Uporabniki v javnem prostoru prek mobilnega telefona razrešujejo poslovne dileme, nakupujejo, se informirajo, igrajo igrice, poslušajo glasbo, klepetajo s prijatelji, se dogovarjajo za (virtualne) zmenke ipd.

Zasebno, intimno in javno se z uporabo mobilnih telefonov v javnem prostoru prepletajo. Ugotavljali smo, da množica nepovezanih intimnih glasov v javno vdira tako, da "požira" javni prostor kot politični prostor medosebne interakcije, pogovora in dialoga, poslušanja in rezoniranja. Ne da bi idealizirali medosebno komuniciranje (ki ne pomeni zgolj deliberacije z izmenjavo vlog govorca in poslušalca, ampak lahko prav tako manifestira kakofonijo glasov), smo pokazali, kako komuniciranje v virtualnem prostoru učinkuje kot množica nepovezanih glasov, ki slikajo enega od obrazov potrošniške družbe. Obenem smo ugotavljali, da razraščanje intimnosti ne spreminja samo javnega prostora, ampak tudi javnost, ki se pod vplivom nepovezanih zasebnih in intimnih odnosov pojavlja kot ujeta javnost. Pozornost ujete javnosti se usmerja v ustvarjanje smisla iz nesmiselnosti množice zasebnih in intimnih glasov, ki so razgaljeni v javnem. Udeleženci v javnem prostoru postajajo nemi spremljevalci nomadske intimnosti, podvrženi individualizaciji in subjektivnemu prisvajanju javnega prostora. Procesa "požiranja" javnosti z razraščanjem intimnosti in pasivizacije ujete javnosti smo v besedilu pojasnjevali s kritiko normiranih praks potrošniške družbe.

Obenem smo pokazali na tretjo možno interpretacijo uporabe mobilne telefonije: tisto, ki ima potencial za emancipacijsko, teatralično prenovo javnega prostora. Tako kot smo pri obravnavi potrošniških praks v povezavi z mobilno telefonijo ugotavljali, da te niso absolutne, oziroma da so lahko meje med potrošniško in politično prakso zabrisane, tudi pri tematiziranju nomadske javnosti njenih praks ne absolutiziramo. Sicer smo možnosti za prenovo javnega prostora iskali v angažiranem delovanju novih družbenih gibanj kot nomadske javnosti, ki tako prakse nomadske intimnosti kot pasivizacije ujete javnosti predrugačijo z anažirano uporabo tehnologi v fizičnem in virtualnem transnacionalnem prostoru. Sklenimo, da alternativne rabe novih medijev kažejo na nove pojavne oblike javnega prostora kot prostora političnega delovanja, ki omogoča nove oblike medijske produkcije in distribucije, v kateri posamezniki mobilni telefon kot medij soustvarjajo, nastopajo kot akterji in

soustvarjalci medijev in niso iz njih izvzeti izključno kot prejemniki oglasnih sporočil ali potrošniki zabavnih vsebin. Amaterji-novinarji z radikaliziranjem novinarskih praks, ko objektivnost zamenjajo z odgovornostjo, z ustvarjanjem progresivnega javnega prostora, z vračanjem teatraličnosti v ta prostor in z redefiniranjem javnosti v participativnih perspektivah spodbujajo k novim imaginacijam v pojmovanju in raziskovanju novih informacijskih ter komunikacijskih tehnologij.

Opombe:

1. Raziskava o uporabi mobilnih telefonov med mladimi na Finskem je pokazala na drugačen, porabniški pomen kulture zgrešenih klicev kot "fast food kulture": mladi uporabljajo zgrešene klice kot opozorilo na dogovor ali signal za pridobivanje pozornosti (Kasesniemi 2003, 121, 151).

2. Gl. www.ris.org (dostop 10. avgust 2006).

3. Gl. http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?ID=935 (dostop 13. oktober 2007). Čeprav največ uporabnikov ne samo v Sloveniji, ampak v svetovnem merilu, uporablja mobilni telefon v zasebne namene, se z uvajanjem tehnoloških in komunikacijskih novosti povečuje tudi število poslovnih uporabnikov. Število uporabikov BlackBerryja, ki prek ustreznega dlančnika ali mobilnega telefona omogoča dostop do elektronske pošte, koledarja, stikov v podjetju, kakor tudi dostop do interneta in internih podatkov v podjetju, je po podatkih proizvajalca (Research in Motion) z dveh milijonov leta 2004 naraslo na osem milijonov v letu 2007. Gl. http://www.rim.net (dostop 13. oktober 2007).

4. Nagovarjanja oglaševalcev, ki jih navajamo tukaj in spodaj, so povzeta z www.mobitel.si in www.simobil.si (dostop marec 2006 in september 2007). Prim. analizo oglaševalske akcije podjetja Mobitel v obdobju 2000-2002 (Pajnik in Lesjak Tušek 2002).

5. Podružbljanje (*Vergesellschaftung*) po Habermasu (1963/1972, 31-32, 54, 76) pomeni izginjanje javnosti oziroma njeno depolitizacijo s spravljanjem javnega delovanja – prek procesov socializacije, psihologizacije in scientifikacije – v okvire družbeno sprejemljivega. Arendt (1958/1996, 43) podružbljanje problematizira kot zamenjavo delovanja z obnašanjem (*Sich-Verhalten*), ki ga družba pričakuje od svojih članov in za katerega predpisuje pravila, usmerjena v normiranje posameznikov v družbeno sprejemljiva bitja.

6. V članku o nadzorovanju novih družbenih gibanj in nevladnih organizacij v ZDA Chock (2004) ugotavlja, kako postajajo metode in sistemi nadzorovanja vse bolj sofisticirani. V ZDA se z nadzorom mobilnega komuniciranja ukvarja več služb, med njimi *Office of Homeland Security* ali *The Defence Advanced Research Projects Agency*, ki uporabljajo različne nadzorstvene tehnike, *Open-source Intelligence* (nadzor nad javno dostopnimi podatki, serverji, servisi), *Signals Intelligence* (sledenje signalom mobilnih telefonov), *Communication Intelligence System* (nadzor različnih mobilnih, satelitskih, valovnih, optičnih komunikacij) ali *Virtual Human Intelligence* (nadzor on-line komunikacije, odprtih e-list, klepetalnic in tudi vsebin alternativnih medijev).

7. Pojem politično uporabljamo v pomenu praxisa, delovanja, angažiranja in ne techne, menedžmenta, tehnološkega ali birokratskega upravljanja (gl. pojme politika, politično in javnost pri Arendt 1958/1996).

8. Ob obisku Busha v Veliki Britaniji so aktivisti z akcijo *Chasing Bush* kritično reagirali na PR kampanjo s pozivi za pošiljanje informacij o kampanji (fotografiranje plakatov, posnetih z mobilnimi telefoni, in pošiljanje sporočil SMS o lokacijah plakatov). Informacije so objavljali na spletnih straneh, da bi "ljudi spodbudili k protestu". Gl. http://www.backspace.com/action/cell_phones.php (dostop 24. februar 2006).

9. Gl. www.mobileactive.org. (dostop 3. marec 2006).

10. Gl. www.sarai.net (dostop 26. julij 2006).

11. V Sloveniji se v smeri portala za objavljanje neprofesionaliziranih mnenj ali mnenj o pogosto prezrtih temah razvija aktivistični portal Dost je! (www.dostje.si.), prim. Kamera REVOLTA, tudi aktivistični portal AC Molotov, kjer so skvoterji in skvoterke (poleti 2002) objavljali informacije o svoji dejavnosti, ki so jih v objavo na spletne strani pogosto posredovali prek mobilnega telefona. Gl. http://www.aktiviraj-se.net/acmolotov/nedamo1.php?nedamo&id=43 (dostop 24. februar 2006). Več o video aktivizmu v Sloveniji prim. Babič (2006).

Literatura:

Arendt, Hannah. 1958/1996. *Vita activa*. Ljubljana: Krtina.

Atton, Chris. 2004. *An Alternative Internet: Radical Media, Politics and Creativity*. Edinburgh: Edinburgh University Press.

Babič, Jasna. 2006. Kultura kamere: video kot del političega aktivizma. *Časopis za kritiko znanosti* 226, 151–160.

Barney, David. 2000. *Prometheus Wired: The Hope for Democracy in the Age of Network Technology*. Chicago: The University of Chicago Press.

Bauman, Zygmund. 2002. *Society under Siege*. Cambridge: Polity Press.

Braidotti, Rosi. 1994. *Nomadic Subjects: Embodiment and Sexual Difference in Contemporary Feminist Theory.* New York: Columbia University Press.

CAE, Critical Art Ensamble. 1999. *Elektronska državljanska nepokorščina.* Ljubljana: Založba *cf.

Carroll, William K. in Robert A. Hackett. 2006. Democratic Media Activism through the Lens of Social Movement Theory. *Media, Culture and Society* 28, 1, 83–104.

Chock, Sasha Constanza. 2004. The Whole World is Watching: Online Surveillance of Social Movement Organizations. V: P. Thomas in Z. Nain (ur.), *Who Owns the Media? Global Trends and Local Resistance*, 271–292. London in New York: Zeed Books.

Du Gay, Paul, Stuart Hall, Linda Janes in Hugh Mackay. 1997. *Doing Cultural Studies – The Story of the Sony Walkman*. London: Sage Publications.

Featherstone, Mike. 1991. *Consumer Culture and Postmodernism*. London in Newbury Park, CA: Sage.

Fortunati, Leopoldina. 2002. The Mobile Phone: Towards New Categories and Social Relations. *Information, Communication and Society* 5, 4, 513–529.

Fraser, Nancy. 2005. Transnacionaliziranje javne sfere. *Teorija in praksa* 43, 1–2, 276–284.

Habermas, Jürgen. 1962/1989. *Strukturne spremembe javnosti.* Ljubljana: Škuc, Znanstveni inštitut Filozofske fakultete.

Habermas, Jürgen. 1963/1972. *Theorie und Praxis: Sozialphilosophische Studien.* Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.

Hardt, Hanno. 2002. *Myths for the Masses*. Malden, MA: Blackwell Publishing.

Hardt, Hanno. 2006. Talk: New Media and the Decline of Conversation. Paper presented at the international conference *Alternative Media and New Public Settings*, Ljubljana, October 13–14.

Hénaff, Marcel in Tracy B. Strong. 2001. Conclusion: Public Space, Virtual Space, and Democracy. V: M. Hénaff in T. B. Strong (ur.), *Public Space and Democracy*, 221–231. Minneapolis, London: University of Minnesota Press.

Kasesniemi, Eija. 2003. *Mobile Messages: Young People and a New Communication Culture*. Tampere: Tampere University Press.

Leung, Louis in Ran Wei. 1999. Who are the Mobile Phone Have-nots? *New Media & Society* 1, 2, 209–226.

May, Harvey in Greg Hearn. 2005. The Mobile Phone as Media. *International Journal of Cultural Studies* 8, 2, 195–211.

Meyrowitz, Joshua. 1986. *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behaviour*. New York, Oxford: Oxford University Press.

Monk, Andrew, Jenni Carroll, Sarah Parker in Mark Blythe. 2004. Why are Mobile Phones Annoying? *Behaviour and Information Technology,* 23, 1, 33–41.

Mosco, Vincent. 2004. *The Digital Sublime: Myth, Power, and Cyberspace*. Cambridge, MA: MIT Press.

Pajnik, Mojca in Petra Lesjak - Tušek. 2002. Observing Discourses of Advertising: Mobitel's Interpellation of Potential Consumers. *Journal of communication Inquiry* 26, 3, 280–302.

Pinder, David. 2005. Arts of Urban Exploration. *Cultural Geographies* 12, 383–411.

Tong, Deborah. 2001. Cybercolonialism: Speeding Along the Superhighway or Stalling on a Beaten Track. V: B. Ebo (ur.), *Cyberimperialism? Global Relations in the New Electronic Frontier*, 65–83. Westport: Praeger Publishers.

Virno, Paolo. 2001. *Grammatica della moltitudine: Per una analisi delle forme di vita contemporanea*. Soveria: Rubbettino editore.