

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

ANITA BEZIĆ

BLOGANJE V LUČI VZGOJE ZA MEDIJE

DIPLOMSKO DELO

LJUBLJANA, 2006

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

ANITA BEZIĆ

Mentorica: izr. prof. dr. Manca Košir

BLOGANJE V LUČI VZGOJE ZA MEDIJE

DIPLOMSKO DELO

LJUBLJANA, 2006

Moja zahvala gre predvsem



John S. Dykes

*in spodbudni mentorici, izr. prof. dr. Manci Košir;
nato pa še vsem mojim potrpežljivim prijateljem, razumevajoči družini in Urošu.*

BLOGANJE V LUČI VZGOJE ZA MEDIJE

Svetovni splet prevzema vodilno vlogo med mediji in vedno pomembneje oblikuje razmišljanje in delovanje njegovih uporabnikov, predvsem najmlajših, ki ob njem odraščajo. Ker morajo izobraževalci slediti tem spremembam komunikacijske situacije, razvijati svoje tehnološke kompetence ter vzgojo in poučevanje prilagoditi potrebam mladih in zahtevam medijsko zasičene družbe, fenomen bloganja smiselno vpletamo v pouk vzgoje za medije. Naloga definira pojem blog in predstavi značilnosti žanrsko razvejane blogosfere, njen razvoj, trenutno stanje in pomen. Ugotavlja, da med raznolikimi zapisi prevladujejo interpretativni komentatorski žanri in osebni spletni dnevniki, da so blogarji večinoma pripadniki mlajših generacij. Ukvarja se z blogom kot novim spletnim medijem, z njegovo hipertekstualnostjo, multimedijalnostjo, interaktivnostjo. Postavlja ga v odnos do novinarstva in opiše razvijajočo se slovensko blogosfero. Glavni cilj naloge je pokazati, kako in zakaj naj za spletno opismenjevanje digitalnih generacij (in za lastno profesionalno rast) učitelji medijskih izbirnih predmetov uporabljajo bloganje. S številnimi nasveti, opozorili in aktivnostmi pokaže, da bi se učenci blogarji z ustvarjanjem aktualnih multimedijskih vsebin učili vseh odgovornosti, ki sodijo h kreaciji sodobnega teksta. Z osveščenim pisanjem za pravo občinstvo bi se v krogu odzivne spletne skupnosti iz pasivnih uporabnikov spreminjali v aktivne spletne producente ter odraščali v samozavestne, kritične in etične državljane.

Ključne besede: blog, blogosfera, vzgoja za medije, edublog, svetovni splet

BLOGGING IN LIGHT OF MEDIA EDUCATION

The World Wide Web is taking on the role of leading medium that is becoming increasingly important in shaping thoughts and actions of its users, especially of the youngest ones who grow up in such environment. Since educators have to follow these communication changes, develop their technological competences, and adapt their teaching to needs of the young and demands of media satiated society, we meaningfully intertwine the blogging phenomenon and media education. The thesis first defines a blog and introduces characteristics of blogosphere, its development, genre diversity, and significance. It finds out that bloggers mostly belong to younger generation and that interpretative commentaries and personal Web diaries dominate. Text also deals with blog as a new Web medium, with its hypertext, multimedia and interactive features. It relates blogging to journalism and describes the expanding Slovenian blogosphere. The main aim of the thesis is to illustrate how and why media education teachers should use blogging to tutor digital generations in Web literacy, as well as for their own professional growth. Numerous pieces of advice, warnings, and activities are presented to show that by creating topical multimedia content blogging pupils could learn all the responsibilities of contemporary text creation. Knowledgeable writing for the real audience within responsive Web community would convert them from passive consumers to active Web producers, helping them grow up into self-confident, critical, and ethical citizens.

Keywords: blog, blogosphere, media education, edublog, World Wide Web

KAZALO

1. UVOD.....	5
2. BLOGANJE – POMEMBEN SODOBEN FENOMEN	7
2.1 SLOVENJENJE IZRAZOV	7
2.2 DEFINICIJE BLOGA IN NJEGOVE ZNAČILNOSTI.....	8
2.2.1 <i>Kaj blogi niso?</i>	11
2.2.2 <i>Zgradba bloga</i>	13
2.3 RAZVOJ, TRENUTNO STANJE IN OBETI BLOGOSFERE	15
2.4 PROFIL BLOGARJEV – KDO IN ZAKAJ?.....	20
2.5 POMEN BLOGANJA.....	23
3. BLOG KOT SPLETNI MEDIJ	27
3.1 ZNAČILNOSTI SPLETA IN BLOGA KOT MEDIJA	27
3.2 ŽANRSKA RAZVEJANOST BLOGOSFERE.....	30
3.3 BLOGI V ODNOSU DO NOVINARSTVA	32
4. SLOVENSKA BLOGOSFERA	37
5. VZGOJA Z(A) BLOGANJE(M)	43
5.1 MLADI IN MEDIJI	43
5.2 IZBIRNI PREDMET ŠOLSKO NOVINARSTVO	47
5.3 IZBIRNI PREDMET VZGOJA ZA MEDIJE	48
5.3.1 <i>Moj vodnik je zaslon</i>	50
5.4 ZAKAJ BLOGATI PRI VZGOJI ZA MEDIJE?.....	51
5.5 BLOGAJMO!	56
5.6 PROBLEMATIČNA PODROČJA BLOGANJA	61
6. POPOTNICA UČITELJEM.....	65
6.1 POTENCIAL BLOGANJA ZA RAZVOJ MISELNIH PROCESOV	65
6.2 ZAKAJ UČITELJI BLOGAJO?.....	66
6.3 NASVETI IZKUŠENIH PRAKTIKOV.....	68
6.4 SLOVENSKI EDUBLOG.....	70
7. ZAKLJUČEK.....	71
8. LITERATURA IN VIRI.....	74
8.1 SEZNAM DRUGIH OMENJENIH SPLETNIH MEST	80

1. Uvod

Pozabimo na postopno širjenje našega razumevanja, na postopno spreminjanje naših metod poučevanja, na naše počasno dohitevanje. Tak pristop bi deloval, če se ideje pismenosti, vzgoje in izobraževanja ne bi tako naglo spreminjale, a se. Učitelji moramo zdaj biti zmožni hitrega preskoka v našem razumevanju, v naših metodah in v izbiri naših orodjih, da se premaknemo tja, kjer otroci že so. Če ne bomo pričeli voditi naših učencev, jim bomo kmalu lahko le sledili - nepomembni bomo jokali v svojih knjigah, medtem ko bodo otroci nekje zunaj postavljali agendo.

Clarence Fisher

Pričujoče diplomsko delo je poskus takšnega hitrega preskoka, ki bo sodobno in med mladimi priljubljeno aktivnost skušal povezati z vzgajanjem z njo in za njo.

Ker se strinjamo z McPhailom, da je internet za informacijsko dobo, kar je bil avtomobil za industrijsko, se lotevamo segmenta tega pomembnega množičnega medija, ki je prinesel nove dimenzije v globalno komuniciranje, blogov.

Blog je spletno mesto, ki ga lahko ustvari in vzdržuje vsak računalniško pismen subjekt, ki želi preko objavljanja svojih prispevkov, v obliki besedila ali vizualnega materiala na katerokoli temo, komunicirati s širšo javnostjo. Če je bilo bloganje najprej le domena računalniških programerjev, je danes to nova, unikatna kultura komuniciranja, ki bo pustila pomembne posledice v medijsko razviti človeški družbi, v kateri posameznik, če ni prisoten tudi na spletu, skorajda ne obstaja. Ker se fenomen bloganja širi v vse sfere človekovega obstoja in delovanja, mu v tej nalogi posvečamo vso dolžno pozornost.

Na svetovnem spletu in v tujem tisku sicer že obstaja precej literature o bloganju, v slovenskem prostoru pa je to bolj sveža, še neraziskana tematika. Čeprav ne trdimo, da orjemo ledino, je ta naloga gotovo eden prvih slovenskih poskusov globljega spusta v blogosfero in predvsem prvi poskus povezave med bloganjem in vzgojo za medije.

S pričujočo raziskavo bomo poiskali definicijo bloga, raziskali njegovo zgodovino, razširjenost in pomen samega fenomena. Zanimalo nas bo, kakšno je dejansko stanje blogosfere in kam vse to vodi. Dotaknili se bomo tudi slovenskega blogarskega prostora, njegovih akterjev in morebitnih posebnosti. Ukvarjali se bomo z blogom kot medijem in raziskovali njegov odnos do novinarstva. Vse zato, da si razjasnimo, kakšen pomen blogi dejansko imajo, koliko so v naših življenjih že prisotni in zakaj je razprava o tem avtohtonem spletnem mediju sploh vredna energije in časa. Čeprav bo raziskovanje precej teoretično, se bomo s konstantnim sprehajanjem po blogosferi dotaknili konkretnih blogov in njihovih avtorjev. Sledili bomo povezavam in opazovali kreiranje skupnosti.

Ob teoriji si bomo pridobili tudi nekaj prakse z bloganjem, da bomo postali del procesa, ga tako lažje razumeli ter ga kasneje uspešneje implementirali v medijsko vzgojo.

Druga pomembna tema pričujočega dela je vzgoja za medije, predvsem vzgoja, ki jo ponujajo učitelji v tretji triadi slovenske devetletne osnovne šole, seveda pa posredno tudi vzgoja na splošno, namenjena vsakemu otroku, mladostniku, pa tudi odraslim. Da zaznamo dejansko stanje, se bomo najprej ukvarjali z odnosom mladih do medijev in ugotavljali, koliko jih obstoječi učni načrt Vzgoje za medije že nauči o internetu. Nato se bomo podrobneje lotili bloganja v luči vzgoje za medije. Poskušali bomo ugotoviti, kako lahko bloganje pozitivno vpliva na posameznikovo medijsko izkušnjo in kako lahko otroci z lastnim medijskim ustvarjanjem postanejo del javnega prostora. Poiskali bomo prednosti bloganja in bili obenem pozorni na njegove slabosti. Poskušali bomo ustvariti tudi nek model, morda seznam možnih aktivnosti za bloganje pri pouku medijske vzgoje.

V zadnjem delu naloge se bomo osredotočili na učitelje in jim poskušali dati popotnico za blogosfero. Ker je v slovenskem medijskem prostoru nemogoče zaslediti razpravo o bloganju v izobraževalne namene in še težje najti učitelje ali celo razrede, ki bi blogali, sklepamo, da tovrstna praksa v Sloveniji še ni prisotna. Zadnji čas, da se nekaj zgodi.

Ker kakovostno bloganje ne pride samo od sebe in sta vzgoja in izobraževanje zanj in o njem res nujni nalogi sodobnega časa, je glavni cilj in pomen tega diplomskega dela postati bogato informativen priročnik o bloganju in vodnik za učitelje medijske vzgoje, s pomočjo katerega bi bili ti podučeni, spodbujani in opozorjeni ter tako dobro pripravljene za suveren in kompetenten vstop v blogosfero. Kot je dejal Robert Schmidgall: »Učimo to, kar znamo; reproduciramo to, kar smo.«

Delovne hipoteze naloge so, da so blogi pomemben in vpliven medij prihodnosti, ki bo tudi v slovenski blogosferi vedno bolj prisoten; da je bloganje lahko dober pristop k ustvarjalni medijski vzgoji in omogoča opismenjevanje sodobnih generacij; da bodo z objavljanjem svojih prispevkov na spletu in družbenim povezovanjem otroci zaradi bloganja postali aktivnejši udeleženci medijev; da je izobraževanje o bloganju nujno, prav tako kot vzgoja mladih spletnih uporabnikov za preudarno in varno rabo spleta.

Mediji so danes vseprisotni, še posebej gosto so prepleteni v življenja mladih in najmlajših generacij. Ne odrivajmo jih, ne zatiskajmo si oči, usposobimo se za poučevanje v tej digitalni dobi. V svojem blogu je učiteljica Vicki A. Davis zapisala:

»Dovolj medijske histerije! Premaknimo se k medijski vzgoji in izobraževanju!«

2. Bloganje – pomemben sodoben fenomen

2.1 Slovenjenje izrazov

Blogi so relativna novost na medijskem prizorišču. Medtem ko so v Združenih državah Amerike prisotni že desetletje in zadnjih pet let tam tudi neverjetno popularni, so v slovenski medijski prostor tiho vstopili nekje pred tremi leti in opazneje pritegnili širše zanimanje šele v letu 2005.

Ustavimo se najprej pri samem poimenovanju fenomena, ki je k nam prišel iz angloameriškega sveta, in pri iskanju slovenskih ustreznic. Izraz *blog* je krajšava besede *weblog*, ki v angleščini pomeni spletni zapis. V slovenščino se *blog* prevaja v številne izraze, med drugimi v *spletni dnevnik*, *spletnik*, *ednevnik*, *blok*, *spletopis*.

Najbolj pogosto uporabljen prevod v slovenskem medijskem prostoru je *spletni dnevnik*, čeprav to gotovo ni najboljši izraz. Naj navedemo nekaj razlogov. Tako poimenovanje je dvobesedno in zato predolgo, predvsem za stroko kot je računalniška. Besedni sklop *spletni dnevnik* je tudi nebesedotvoren, kar precej oteži opisovanje komunikacijskih akterjev in njihove dejavnosti. Ali naj pisce poimenujemo *spletnodnevničarji* in aktivnost *spletnodnevnikarjenje*? Seveda lahko rečemo, da *pišemo/beremo spletni dnevnik*, a ima tovrstno opisno poimenovanje spet svoje slabosti. Naslednji protiargument izvira iz semantike, in sicer asociacij, ki jih ljudje dobijo ob besedi *dnevnik*. Najprej večina ljudi pomisli na osebne dnevnike, v katerih posamezniki opisujejo svoj vsakdan in ga torej v *spletnem* dnevniku preko spleta delijo s svetom. Ker je to le en žanr znotraj širše skupine spletnih zapisov, je takšno poimenovanje delno zavajajoče. Še zaradi enega razloga to poimenovanje ni najboljše - *dnevnik* je v slovenskem jeziku tudi časopis, ki izhaja vsak dan. Iz tega lahko izpeljemo, da bi *spletni dnevnik* lahko bil tudi dnevni časopis, ki izhaja na spletu (na primer spletni dnevnik Večer). Izraz *spletnik* bi bil tako bolj primeren, a se ta zaradi kasnejšega prihoda v jezik in v prispevke klasičnih medijev ni prijel.

Čeprav se zavedamo pomena slovenjenja tujih izrazov, pridemo do sklepa, da je *blog* ustrezno poimenovanje. Je kratko, edinstveno in enopomensko ter globalno prisotno in uveljavljeno. Ima slovenski zapis in izgovorjavo, je besedotvorno in enostavno.

Pisec bloga je na straneh slovenskih strežnikov ponavadi poimenovan *bloger* (po analogiji z angleškim izrazom *blogger*) in taka oblika se pogosto pojavlja tudi v drugih medijih, ki o tem poročajo (ob redkih *dnevničar* in *spletničar*). Kljub vsemu smo se v

pričujoči nalogi odločili za priponsko obrazilo -ar, ker menimo, da je ta izpeljava samostalnika iz samostalnika bolj ustrezna in pravilna za slovenski jezik (glej Toporišč 2000: 176). Po analogiji izpeljav film – filmar in časnik – časnikar pridemo torej do izpeljave blog – blogar. Z dodano glagolsko pripono -ati iz samostalnika izpeljemo še glagol. Tako kot kuhar kuha *blogar bloga*, kuhanje je *bloganje*, kuharjev *blogarjev* in kuharski *blogarski*. *Blogosfera* je izraz za globalno javno¹ komunikacijsko platformo, za družbeni prostor, ki se je oblikoval okoli vseh obstoječih blogov ter je pisce, bralce in komentatorje tudi hipertekstualno povezal.

2.2 Definicije bloga in njegove značilnosti

Torej, kaj je blog? Eno najkrajših definicij najdemo v diplomskem delu, ki se med prvimi v Sloveniji ukvarja z blogosfero (Ošljak 2006). Ker Elmina Wijnia kot glavno lastnost blogov poudarja njihovo izrazito *komunikacijsko intenco*, avtorjev namen sprožiti odziv bralcev in posledično z njimi komunicirati, Katja Ošljak bloge definira kot »spletna mesta z zapisi, objavljenimi v obratnem kronološkem redu in izrazito komunikacijsko intenco« (Ošljak 2006: 15).

Podrobnejšo definicijo in opis te nove spletne pojavne oblike najdemo tudi v prvi slovenski monografiji, ki se dotika področja bloganja (Oblak in Petrič 2006: 11):

Na tehnični ravni je blog specifičen vmesnik za oblikovanje spletnega mesta, neke vrste sistem za upravljanje vsebin (*content management system*), ki uporabniku omogoča, da na precej enostaven način postavlja vsebino na oblikovno že vnaprej postavljeno spletno mesto. Blog se sestoji iz osrednjega dela, v katerega avtor kronološko piše svoja besedila (komentarje, ideje, mnenja ipd.), na katera lahko obiskovalci odgovarjajo in podajajo svoja mnenja. Poleg tega so sestavni del bloga še hipertekstualne povezave, ki jih avtor poljubno objavlja.

Vsekakor je pomembno poudariti, da blog ni enkraten produkt nekega avtorja, temveč ga blogar konstantno osvežuje in nanj dodaja vedno nove zapise. Ti zapisi so urejeni po kronološkem zaporedju, tako da je najnovejša objava na vrhu strani. Blogi imajo večinoma enega avtorja, se pa pojavljajo tudi blogi pisani v paru (pogosto v obliki potopisov) in skupinski blogi (ponavadi blogi nekega strokovnega področja s specifično problematiko). Praviloma blogi v stranskem meniju vsebujejo seznam povezav do drugih

¹ Da blogosfere ne moremo imeti samo za javno ali samo za zasebno sfero, ker se v njej prepletajo značilnosti obeh, ugotavljata tudi Erman in Sotler (2005).

spletnih dnevnikov, branje katerih avtor priporoča (*blogroll*). Blogi lahko imajo najrazličnejše formate in značilnosti, saj ponudniki spletnih mest blogarjem ponujajo velik izbor pripravljenih predlog (*templates*) in omogočajo različne funkcije in dodatke. Zaradi pestrosti njihovih oblik, različne vsebine, namembnosti in pogostih sprememb, ki so posledica neprestanega razvoja spleta, je težko oblikovati kratko, a izčrpno definicijo bloga. Sledi primerjava in problematiziranje še nekaterih definicij iz različnih virov.

Bausch in drugi (2002: 7) se definicije bloga lotijo s čisto tehničnega vidika, ko pravijo, da so blogi strani, na katerih so objavljeni prispevki in informacije, ponavadi razvrščene v obratnem kronološkem zaporedju od najbolj sveže objave na vrhu strani do najstarejše na njenem dnu. V nasprotju z njimi Warlick (2005a: 8) poudarja pomembnost interaktivnosti teh strani o najrazličnejših temah in z najrazličnejšimi cilji.

Tudi v blogosfero lahko apliciramo stavek Mance Košir: »Na svetu je res veliko slabega, a je še več dobrega. Največ pa je takega, kar je vmes.« (Košir 1996) Tako je tudi z blogi, na katere naletimo. Ko se uporabnik spleta odloči, da bo pobrskal med njimi, ga v pestrosti ponudbe čaka prijetno presenečenje. Lahko naleti na svoje ozko interesno področje, o katerem izčrpno razpravlja nek strokovnjak, ali pa na barvit vpogled v osebno življenje nadarjenega mladega pisca. Med razpršenimi zapisi o različnih temah je lahko novica, na katero je dolgo čakal, ali pa zelo informativen blog s številnimi dobrimi povezavami. Seveda bo naletel tudi na bloge, ki ga sploh ne bodo pritegnili, ker bodo zanj preveč dolgočasni, preveč patetični, morda neprofesionalni, bo pa ta isti blog najverjetneje takoj pritegnil nekega drugega bralca. Bloge pišejo in berejo ljudje vseh starosti in vseh profilov, tako je na spletu toliko različnih blogov, kolikor je avtorjev. V bistvu jih je še več, saj ima marsikateri posameznik, podjetje ali institucija več blogov, namenjenih različni publikum. V vsakem od njih lahko avtor govori z drugačnim glasom in tako tudi zavestno spreminja svojo identiteto. Takšen *multiblogar* lahko na primer piše visoko akademske zapise v en blog in svoj obscen dnevnik v drugega, anonimnega.

Da so blogi tudi učni pripomoček, izpostavljata Du in Wagner (2005), ki bloge opisujeta kot novo tehnologijo za širjenje znanja, ki omogoča ljudem brez znanja programiranja ali HTML² kodiranja zapisati svoje misli v obliki dnevnika in jih objaviti.

Stanley (2005) v svoji definiciji bloga poudarja, da ga je zelo enostavno ustvariti in vzdrževati, saj potrebujemo le osnovni dostop do spleta in nekaj tehničnega znanja. Ker

² HTML oziroma *HyperText Markup Language* je hipertekstualni označevalni jezik, na katerem temelji tehnologija svetovnega spleta, ki omogoča natančno opredelitev in strukturiranost dokumenta ter povezave med spletnimi stranmi.

je bloganje skoraj tako enostavno kot pošiljanje spletne pošte, so blogi po njegovem mnenju eden najlažjih načinov za objavljanje učenčevih prispevkov na svetovnem spletu.

Jill Walker, predstojnica oddelka za humanistično informatiko univerze v Bergnu, je za Enciklopedijo narativne teorije (Routledge) zapisala svojo definicijo bloga (Walker 2003). V njej med drugim pravi, da tipične bloge objavljajo posamezniki, ki pišejo v zelo osebni in neformalni slogu. Razlike med samimi blogi so velike, in sicer v kakovosti, vsebini, ambicijah, pa tudi po številu rednih bralcev, ki jih je lahko le peščica ali pa na deset tisoče. Objave v blogih so periodične in kumulativne in njihovi bralci so se vajeni na blog vedno znova vračati, da na njem prebirajo večinoma krajše, med seboj neodvisne, pretežno nefikcijske prispevke. Walkerjeva dodaja, da na kontinuumu blogov obstajajo različni žanri, od spovednih spletnih dnevnikov do zapisov, ki s pomočjo povezav in komentarjev spremljajo specifične teme ali dejavnosti. Poudarja, da so blogi primarno besedilni zapisi, a se v njih vedno več eksperimentira z zvokom, podobami in videom, kar se odraža v novih žanrih kot so fotoblogi, videoblogi in avdioblogi.³ Pomembno je tudi njeno definiranje nelinearnosti besedila: »Bralci lahko pričnejo brati blog na poljubni točki, z zadnjim zapisom na vrhu objav ali pa s katerikoli drugim, starejšim zapisom, do katerega so prišli preko nekega drugega bloga ali s pomočjo spletnih iskalnikov. Branja se lahko lotimo na različne načine: kronološko, tematsko, s sledenjem povezavam med zapisi, z iskanjem po ključnih besedah.« (Walker 2003)

Lahko bi dejali, da je ena najbolj pomembnih značilnosti blogov prav to, da vsebujejo notranje in zunanje povezave. S sledenjem notranjim lahko pridemo do posamezne teme, sklopa zapisov, dodatnih podatkov o avtorju ali na primer do arhiva vseh objav. Zunanje povezave, ki so lahko vstavljene v sam tekst ali ponujene v stranskem meniju (na primer spisek blogov, ki jih avtor priporoča v branje), pa bralca vodijo do drugih blogov in spletnih mest. Prav s povezovanjem z drugimi avtorji in blogi se pisec vključi v blogarsko skupnost. Brez aktivnega omrežja družbenih akterjev pa tudi blogosfere ni.

Da blogi odlično izkoriščajo možnosti hiperteksta, se kaže prav v nelinearnosti besedila, torej v bralčevi možnosti izbire nadaljnje bralne poti. Slednje je ena glavnih karakteristik hiperteksta, ki »podeli bralcu v roke odločitev o navigaciji skozi celotno

³ Eden prvih ponudnikov avdioblogov je bilo blogišče Blogger, ki je to svojo storitev poimenovalo AudioBlogger (dostopno na <http://audioblogger.com/>). Vse, kar mora uporabnik storiti, je, da pokliče na posebno telefonsko številko, kjer njegov govor posname strežnik, ga pretvori v MP3 obliko ter objavi na njegovem blogu. Časovna omejitev za prispevek je pet minut, brezplačno pa lahko tako objavljajo zaenkrat le znotraj ZDA.

besedilo« (Ryan v Oblak in Petrič 2006: 31). Prav zaradi tega odločanja med ponujenimi potmi je bloganje tako individualna izkušnja. Obstajajo pa tudi blogi, ki so introvertirani osebni dnevniki in imajo le šibko povezavo z zunanjim spletom ali pa te sploh nimajo.

Aaron Campbell (2003) je eden tistih, ki spodbujajo računalniško neuke uporabnike, naj se lotijo bloganja. Poudarja enostavnost programske opreme, ki omogoča, da so naši zapisi s pritiskom ene same tipke takoj objavljeni na spletu. Za osnovno oblikovanje dokumentov, kot so razmaki, krepki tisk, ležeči tisk, podčrtano besedilo in ustvarjanje povezav, namreč ne potrebujemo nobenega znanja HTML ali FTP, tako da »lahko svoj blog ustvari in vzdržuje vsak, ki zna tipkati, kopirati in prilepiti računalniška besedila«.

Pogostemu posodabljanju in kontinuiranemu objavljanju gre zahvala za informativne, aktualne, dnevno spremenjene bloge. Da pa njihovim bralcem ni treba biti na preži in neprenehoma iskati novosti v blogih, ki so pritegnili njihovo pozornost, so tukaj posebni zbirni strežniki, na primer Bloglines,⁴ ki omogočajo kopičenje (*aggregation*) sprememb in novosti v blogih. Bralec se tako na določen blog enostavno naroči in je nato vedno sproti obveščen o novih zapisih na vseh izbranih blogih. To zbiranje podatkov s pomočjo RSS virov, ki jih avtomatsko pošiljajo blogišča,⁵ je izredno pomembno za ustvarjanje spletnih skupnosti ter kakovostno in sprotno komunikacijo med akterji.

Bruck (2005) odlično opiše nov medijski fenomen bloganja: »Blogi ustvarjajo nekakšen spletni Hyde Park, kjer lahko postopaš naokoli in poslušáš ljudi, ki izražajo svoje mnenje. Agregatorji, ki zbirajo vire izbranih blogov, pa so kot časopisi, ki so ti dostavljeni do vrat in ti prinašajo povzetke vseh novih objav.«

2.2.1 Kaj blogi niso?

Čeprav imajo blogi nekatere lastnosti »asinhronih razpravljalnih forumov« (Erman in Sotlar 2005), blogi niso forumi. Ena od glavnih razlik med forumom in blogom je, da pri slednjem temo določa avtor, redkeje skupina avtorjev, kar pa pri forumih lahko stori vsak sodelujoči. Pri bloganju avtor uokvirja pogovor, določa smer in se odloča, katere komentarje želi ohraniti in se na njih odzvati, katere bo pa izbrisal, še preden jih prebere širša javnost. Avtor tako avtonomno ureja svoj blog ter ga z brisanjem in dodajanjem tudi kontinuirano spreminja. »Hkrati je v forumu komunikacija manj pregledna, začasna, medtem ko je v blogu zapis načeloma trajnejši,« pravi Petrič (v Ceglar 2004).

⁴ Dostopno na <http://www.bloglines.com>.

⁵ Tako je spletišča, ki ponujajo gostovanje blogov, poimenoval Vidmar (2006).

Bruck (2005) poudarja še eno pomembno razliko med blogi in forumi, to, da imajo blogi vire (*feeds*), na katere se bralci lahko naročijo in so posledično obveščeni o spremembah na blogu. Zaradi teh virov so blogi dobri za objavljanje idej in razmišljanj, medtem ko so forumi ustvarjeni v podporo neprekinjenemu dialogu z odgovarjanjem na predhodna sporočila. V povezavi s spletnim učenjem Bruck verjame, da so blogi odlično sredstvo za pomoč učencem pri pisanju in izražanju, medtem ko so forumi optimalni, kadar želimo, da skupina debatira o idejah ali si deli izkušnje. Forumi so lahko tudi čisto privatne narave in funkcionirajo v zaprtih skupnostih, medtem ko je glavni namen bloganja prav v njegovem javnem značaju – blogi obstajajo za in zaradi javnosti.

McIntosh (2006a) poudarja, da so blogi tudi precej privlačnejši od večine pustih forumov, saj imajo blogarji možnost okraševanja strani, izbire predloge, barv, dodajanja slik in zvočnih ter video datotek. Blogi med drugim tudi spodbujajo konverzacijo z lastnikom bloga in so tako dosti bolj osebni oziroma usmerjeni k avtorju. Če kdo želi zgolj malo klepetati, pojde v spletne klepetalnice; če želi izpostaviti neko vprašanje in pričakuje bogato debato na to temo, obišče primeren forum; ko pa želi predstaviti sebe oziroma svoja razmišljanja in svetu povedati nekaj o sebi tudi na vizualno privlačen način, se odloči odpreti svoj blog.

Blogi tudi niso običajna spletna mesta, morda so malo podobni redno posodabljanemu razdelku *novosti*, ki ga na straneh pogosto najdemo. Petrič (v Ceglar 2004) je bloge opisal kot nadgradnjo spletnih mest, zaradi katere so ta postala marginalizirana. Blogi so od spletnih strani drugačni, saj se dosti pogosteje spreminjajo in je njihovo ustvarjanje in spreminjanje tudi zelo enostavno. Vnaprej pripravljene predloge ponujajo svoj spletni prostor tudi računalniškim začetnikom. Drugi dve pomembni karakteristiki, ki sta lastni blogom, navadnim spletnim stranem pa večinoma ne, so komentarji bralcev ter enostavne prijave na blog, ki jih opravimo z enim samim klikom miške. Ta prijava pomeni, da bo bralec preko svoje strani v zbirnem strežniku obveščen, ko se bo na blogu pojavil kak nov zapis in mu tako ne bo treba vedno znova brskati po spletu, da bi bral nadaljevanja njemu zanimivih blogov.

2.2.2 Zgradba bloga

Na primeru avtoričinega bloga⁶ si pogledjmo njegove osnovne sestavine.

Naslov

Kratek opis bloga

Dodatek – slikovni trak

Datum objave

Naslov objave

Objava

Podatki o avtorju

Komentarji

Dodatek – citat dneva

Dodatek – pusti glasovno sporočilo

Povezave do spletnih strani

Povezave do edublogarjev⁷

Povezave do blogov (blogrola⁸)

Zadnje objave

Arhiv prispevkov

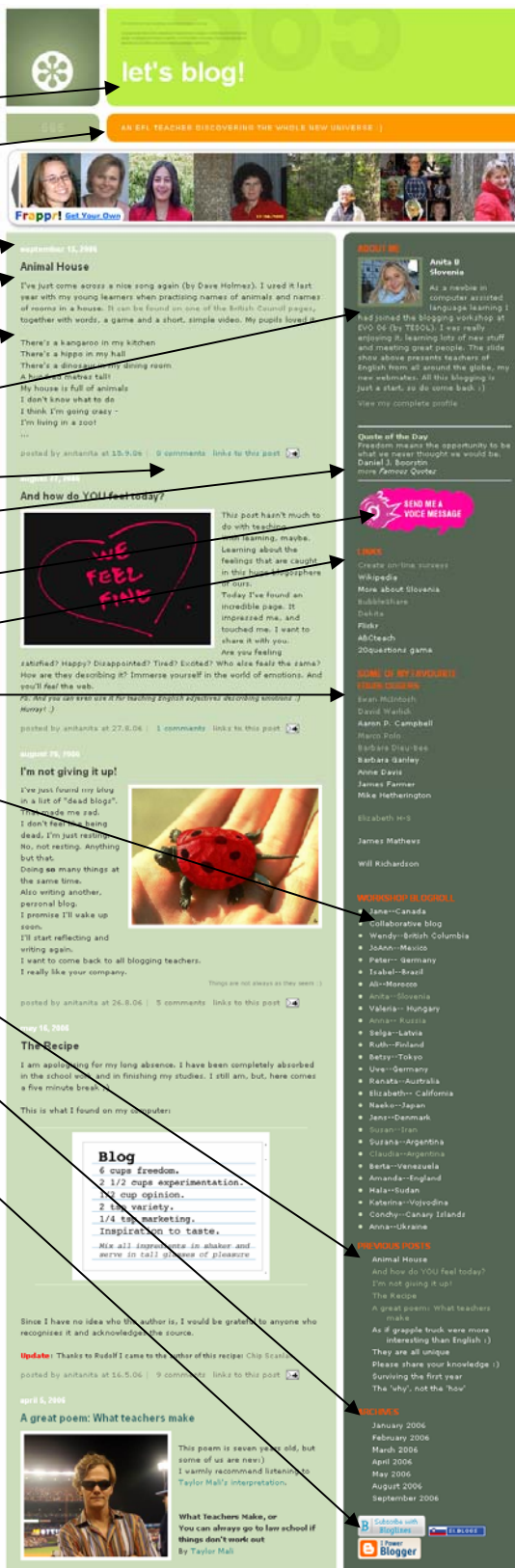
Razne pasice

Na tem blogu manjkata še dve pogosti značilnosti blogov: *seznam tematskih kategorij*, ki olajša iskanje objav, in *statistični števec*, ki beleži obisk na blogu in ga analizira.

⁶ Dostopen na <http://anitaslo.blogspot.com>.

⁷ Edublogarji so blogarji, ki pišejo o izobraževanju.

⁸ Blogrola je seznam blogov, ki jih avtor priporoča v branje, angl. *blogroll*.



Slika 2.1: Zaslonski posnetek bloga z opisom zgradbe

2.3 Razvoj, trenutno stanje in obeti blogosfere

Novinar New York Timesa in znan publicist Dan Burstein postavlja tezo, da je zgodovina bloganja že zelo dolga: »Verjamem, da se ukvarjamo s fenomenom, ki ima predhodnike že v antiki in je v našo kulturo globoko zakoreninjen. [...] to, kar danes poznamo kot blog, je zgolj zadnji, najbolj dovršen, najbolj razvit izraz ene najbolj osnovnih človeških potreb [...] dati glas svojim idejam [...]« (Burstein 2005a: xiii, 2005a: xvi). Kline (2005) se strinja, da so blogi logično nadaljevanje kontinuuma, ki je, vsaj v obliki ustnega izročila, med ljudmi prisoten že od antike. »Toda če vzamemo v poštev njegov ogromen obseg, domet in kulturni vpliv, ni v zgodovini ničesar primerljivega z današnjo eksplozijo od državljanov ustvarjanih medijev« (Kline 2005: 246).

Bausch in drugi (2002) pričenjajo opis zgodovine bloganja z opazko, da je natančen začetek in prvega avtorja blogov težko določiti, saj ni nikdar prišlo do hotne odločitve nekega posameznika, da bo načrtno iznašel tak format. Tako so se blogi spontano razvili na peščici spletnih strani ob približno istem času. Eden od prednikov bloganja kot ga poznamo danes, je bila tudi stran »novosti«, ki jo je že dolgo moč najti na številnih spletnih straneh in ima blogu podoben format.

Eden prvih, Tim Berners-Lee je v začetku devetdesetih razvijal tehnologijo svetovnega spleta in objavil svoje spletno mesto, preko katerega je strokovni javnosti pisal o tehnoloških novostih. Ker bi takemu objavljanju vseeno težko rekli *bloganje*, je splošno priznано prvo mesto med blogarji podeljeno Justinu Hallu, študentu, ki je pričel enajst let osebnega bloganja v letu 1994. Njegov blog *Povezave iz podzemlja (Links from the Underground)*⁹ je bil redno posodabljan vse do leta 2005. V njem je objavljaval zgodbe o svojih potovanjih in številne povezave do drugih zanimivih spletnih strani.

V decembru 1997 je John Barger skoval termin *weblog*, s katerim je želel opisati svojo spletno mesto z dnevnikom in številnimi povezavami. V letu 1998 je nastalo še nekje 30 drugih strani s takšnimi kratkimi besedilnimi enotami in različnimi povezavami. Te strani, ki so se neprestano spreminjale, so počasi prevzele ime *weblogs*, spletni zapisi. Ljudje so jih najprej brali predvsem zato, da bi v njih našli povezave do spet drugih zanimivih spletnih strani (Bausch in drugi 2002: 10). Ena od še danes zelo popularnih spletnih strani

⁹ Dostopno na <http://www.links.net>.

*Open Diary*¹⁰ (Odprt dnevnik) je pričela delovati leta 1998 ter že v prvem letu vsebovala več kot 2000 osebnih dnevnikov, ki pa se takrat še niso imenovali *blogi*.

Krajša različica besede *weblog*, *blog* je bila skovana leta 1999, ko je Peter Merholz v svojem blogu prejšnji *web log* oziroma *weblog* razdelil v *we blog*. Po podatkih iz Wikipedie (2006) je bilo slednje interpretirano kot krajša oblika samostalnika in hkrati tudi nov glagol – *blogati* (*to blog*): urejati zapise v blogu, objavljati svoj blog, brati tuje bloge. Eden bolj znanih in vztrajnih blogarjev je gotovo Michael Gilbert, ki ima svoj prvi blogarski zapis objavljen že 1. aprila 1997. V svojem blogu *Nonprofit Online News*¹¹ se že skoraj celo desetletje ukvarja z zbiranjem in posredovanjem informacij in komentarjev predvsem tehnološkega in splošno komunikacijskega značaja. Drug blogarski veteran je še en računalniški strokovnjak Dave Winer, ki je svoj blog *Scripting News*¹² pričel pisati prav tako 1. aprila 1997.

Uporaba blogov se je znatno razširila leta 1999, ko so na tržišče prišla prva orodja, ki so bloge avtomatizirala in s tem omogočila uporabo tudi spletnim začetnikom. Orodja kot so Pitas¹³ in Blogger¹⁴ so blogom pričela ponujati brezplačna gostovanja, pa tudi vso tehnično pomoč in nasvete uporabnikom. Zaradi teh olajšav je prišlo do nenadnega povečanja blogosfere in na tisoče novih blogov je bilo objavljenih. Burstein (2005: xiv) razpravlja, da so tehnologi in inženirji opravili svoje delo in dali ljudem orodje, ki ga ne rabimo razumeti, da bi ga lahko uporabljali – »nič bolj, kot se moramo spoznati na avtomehaniko, da lahko vozimo avtomobil«.

Leta 2000 je bila v Austinu, v Teksasu interaktivna konferenca, ki je s svojim predavanjem o blogu kot novem mediju postala prvo neformalno druženje blogarjev. Večanje blogosfere se je nadaljevalo v leto 2001, ko so zgodbe o blogih postajale naslovne zgodbe drugih medijev. Blogi so postali viri za tiskovne zgodbe in nekateri med njimi so celo dopolnjevali medijsko pokritost tradicionalnih medijev. Število novih avtorjev, profesionalnih novinarjev in ostalih piscev je zraslo na sto tisoče v letu 2002, ko so se blogi pričeli ukvarjati ali z enim specifičnim področjem ali pa so pokrivali globalne teme. (Bausch in drugi 2002: 10-12)

¹⁰ Ob koncu leta 2005 je bilo na tej strani zbranih že več kot 400 000 dnevnikov, avgusta 2006 jih je objavljenih okoli 472 000. Dostopno na <http://www.opendiary.com>.

¹¹ Dostopno na <http://news.gilbert.org>.

¹² Dostopno na <http://www.scripting.com>.

¹³ Dostopno na <http://www.pitas.com>.

¹⁴ Dostopno na <http://www.blogger.com>.

McPhail (2006: 308) piše o prvem pomembnem dogodku, ki so ga sprožili blogarji, ko so v letu 2002 napadli takrat pomembnega ameriškega republikanskega senatorja, Trenta Lotta, ki je na neki zabavi izrekel nekaj neprimernih rasističnih komentarjev. Dolgo po tem, ko klasični množični mediji o tem niso več poročali in bi se zadeva umirila, je v blogosferi odmevala neprimernost njegovih izjav, saj so blogarji pozivali k njegovemu odstopu. Zaradi pritiska glasnega zbora spletnih aktivistov so se teme ponovno lotili tudi ostali nacionalni mediji, kar je Lotta pripravilo do dejanskega odstopa z mesta senatorja.

V marcu 2003 je eden najbolj uveljavljenih angleških slovarjev *Oxford English Dictionary* vključil besede *weblog*, *weblogging* in *weblogger* v svoj slovar. Takrat so tudi pričeli nastajati prvi vplivni politični blogi, ki so pričeli poudarjati pomembnost bloganja kot načina ustvarjanja elektronskih skupnosti. Blogarji so pričeli objavljati prispevke o najrazličnejših projektih, pa tudi glavne novinarske zgodbe in zadnje preobrate v novicah. Uveljavljene novinarske šole so pričele raziskovati fenomen bloganja z opazovanjem razlik med klasičnim novinarstvom in blogi.

Blogi so postali pomemben vir novic leta 2003, ko so nastajali najrazličnejši zapisi o vojni v Iraku in ko so jih pričeli pisati tudi vplivni politiki. Ko je iraški blogar, poimenovan Salam Pax izdal knjigo svojih blogarskih zapisov, je ta postala velika uspešnica in je vodila k novi eksploziji blogov. V teh spletnih dnevnikih z vojnega področja v Iraku, imenovanih tudi *milblogs*, so se pojavljali najrazličnejši pogledi in podatki o vojni, kar je pritegnilo zelo široko bralstvo. Razkrile so se tudi marsikateri nepravilnosti in afere – med njimi najbolj odmevna afera mučenja Iraških zapornikov. (Wikipedia, 2005) Jason M. Ward (2004: 3) o razvoju bloga pravi: »Če trdimo, da je bil internet spočet v hladni vojni, bi lahko dejali, da je bil blog krščen v iraški.« Naj na tem mestu izpostavimo še problem kredibilnosti in avtentičnosti avtorjev, ki ga kot slabost blogov omenja Petrič (v Ceglar 2004): »Neki ameriški vojak bi naj pisal svoj blog o dnevnem dogajanju v Iraku, a so kasneje ugotovili, da so objave na blog prihajale iz ZDA in da tudi časovno ni ustrezal tistemu, kar je opisoval. Šlo je za kvazi, izmišljen blog.«

V zadnjih letih ni velikega dogodka ali katastrofe (kot na primer azijski tsunami, uničujoči Katrine, teroristični napadi, ipd.) ne da bi na površje privrelo na stotine objav blogarjev vsega sveta. Domen Savič, aktiven slovenski blogar in komentator blogosfere,¹⁵ izpostavlja teroristični napad v londonski podzemni železnici leta 2005, ko

¹⁵ Njegov blog *The L Files* je dostopen na: <http://www.ljudmila.org/~savicd/wp/>.

so udeleženci in očitvidci katastrofe takoj po dogodku pošiljali besedila in fotografije medijem in je tako BBC zgoj pobiral in objavljaj besedila in fotografije, ki jih je prejel preko blogov, e-pošte in mobilnih telefonov (Savič 2005).

Leta 2004 so blogi vedno bolj postajali *mainstream* orodje, saj so jih politični svetovalci, novičarske organizacije, poslovneži in razni politični kandidati pričeli uporabljati kot orodje za stik z javnostjo in kot pomočnike pri oblikovanju javnega mnenja. Blogarji so izvajali pritisk nad politiki in drugimi mediji in bili tako postopoma sprejeti kot pomemben vir informacij. Zaradi rednega spletnega pisanja se je marsikatera blogarska osebnost pričela pojavljati tudi v tradicionalnih medijih. Nekateri med njimi so se tudi prestavili tja, drugi so se želeli od klasičnih medijev razlikovati in so ostali le zapriseženi blogarji, spet tretji pa so bili redni novinarji tradicionalnih medijev, ki so se pričeli oglašati tudi skozi ta nov kanal in se tako ažurno, včasih anonimno, dopolnjevati.

Drug pomemben slovar, *Merriam-Webster's Dictionary* je razglasil besedo *blog* za besedo leta 2004. Septembra 2005 je vplivnost in pomembnost blogov pričel priznavati tudi britanski časopis *Guardian*, ki je na svoji drugi strani pričel objavljati dnevni pregled najodmevnejših blogov.

Do kod je pripeljal razvoj? Zaradi enostavnosti uporabe in privlačnosti samega medija se je blogosfera enormno povečala in se tudi v svoji avtorski strukturi precej spremenila. Spletni dnevniki v pravem pomenu besede, torej osebni zapisi posameznikov o svojih intimnih in manj intimnih doživetjih so danes količinsko preplavili ostale žanre. Vsakodnevno nastaja na tisoče novih osebnih pričevanj, čeprav jih veliko hitro po pričetku objavljanja tudi zamre. Dejstvo je, da so najboljši blogi, ki se obdržijo na spletni sceni in konstantno večajo svoj krog bralstva, še vedno blogi strokovnjakov, novinarjev, uspešnih poslovnežev ali medijskih zvezd in ne osebni dnevniki 'navadnih smrtnikov'. To zapisano, še dodajmo, da pa se zaradi literarnih kvalitet, duhovitosti, provokativnosti, domiselnosti ali enostavno simpatične drugačnosti v vrh lestvic prebijejo tudi blogi, ki so v svojem bistvu zasnovani kot vpogledi v zasebno življenje posameznika. V dobrih desetih letih so se blogi torej prebili od svetu popolnoma neznanega orodja računalničarjev do enostavne komunikacijske platforme, ki jo po novem 'mora' imeti in lahko ima 'vsak'.

Technorati¹⁶ je spletni iskalnik, ki spremlja nastajanje in razvoj blogov. V začetku avgusta 2006 so izdali svoje zadnje redno poročilo o stanju blogosfere (Sifry 2006). Tukaj je nekaj njihovih ugotovitev in graf, ki prikazuje rast:

- o Technorati danes spremlja čez 50 milijonov blogov.
- o Blogosfera je danes več kot stokrat večja od tiste pred tremi leti.
- o Velikost blogosfere se podvoji vsakih dvesto dni, to je enkrat vsakih šest in pol mesecev.
- o Približno 175 000 novih blogov je ustvarjenih vsak dan, kar pomeni, da sta v povprečju vsako sekundo vsakega dneva ustvarjena več kot dva nova bloga.
- o Okoli 70 % pingov,¹⁷ ki jih Technorati prejme, prihaja od poznanih spam blogov.¹⁸ Te pinge Technorati takoj izloči.
- o Nekje 8 % blogov, vsaj za nekaj ur ali dni, pobegne mimo Technorati filtrov in tako niso (takoj) zaznani in zabeleženi.
- o Število objav v blogih se neprestano večja – vsak dan je objavljenih okoli 1,6 milijona zapisov, oziroma 18,6 objave na sekundo (enkrat več kot pred letom dni).

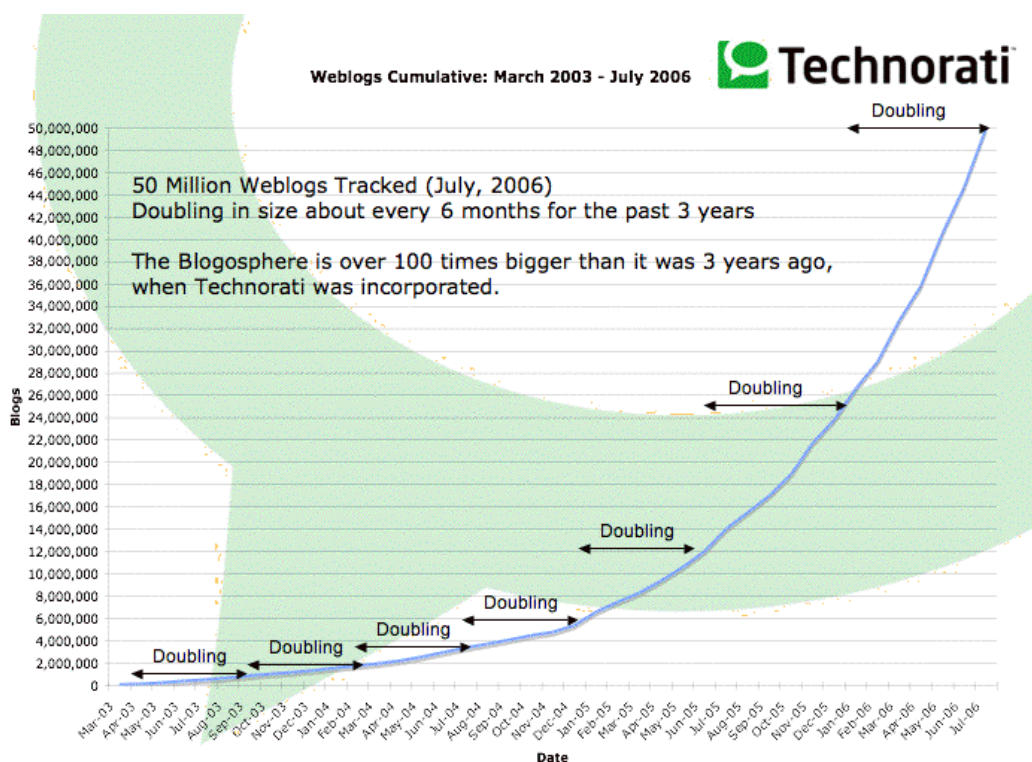


Tabela 2.1: Stanje blogosfere avgusta 2006.

Vir: David Sifry, dostopno na <http://www.sifry.com/alerts/archives/000436.html>.

¹⁶ Dostopno na <http://www.technorati.com>.

¹⁷ Ping je signal, ki ga blogišče pošlje zbirnemu strežniku, ko se na blogu pojavijo nove vsebine.

¹⁸ Spam blogi so komercialni blogi, oglasi, ki jih ne pišejo ljudje, temveč avtomatizirani programi.

In prihodnost blogosfere? Dan Burstein je prepričan, da je pred nami dolgo obdobje nenehnih sprememb v kreiranju in doživljanju blogov, da bodo ti spremenili naš jezik, dejansko strukturo znanja človeštva, našo konverzacijo in interakcijo. Tudi če se blogi kot poseben žanr ali samo poimenovanje ne bi za vedno obdržali, se bo bloganje, ki je postalo glavna metafora za interaktivnost, kreiranje skupnosti in pristno komunikacijo, prepletlo v načine naše prihodnje medijske komunikacije. Še dolgo bo soobstajalo z drugimi mediji in z njimi vzajemno delovalo, postalo bo še bolj globalno in izredno pomembno za poslovni svet. Število blogarjev bo raslo skupaj s številom ljudi, ki bodo upravljali z znanjem (*knowledge workers*). Burstein predvideva, da bodo blogi v veliko primerih izgubili asociacijo z individualnim posameznikom in bodo postali neke vrste zbirne platforme za podobna in komplementarna mnenja. Vsekakor pa smatra to prvo desetletje novega tisočletja kot pričetek nečesa velikega in pomembnega, »saj je v njem prišlo do poroke med prastarim človeškim impulzom – objavljati svoje ideje in se o njih pogovarjati – z mogočno tehnologijo sodobnosti«. (Burstein 2005: xxi - xxvi)

2.4 Profil blogarjev – kdo in zakaj?

Po motivu me sprašujete, zašepetal vam ga bom na uho. Avtorji svoje bloge popravljajo, zaljšajo, dopolnjujejo, preverjajo, povezujejo, bogatijo, tedensko preoblikujejo, komentirajo, ponosno kažejo, prebirajo... Osladno se sliši, a nedvomno ima prste vmes - Ljubezen!
Jonas Žnidaršič

Razlogi za bloganje so številni in raznoliki, skoraj toliko jih je kot blogarjev. Včasih gre za radovednost ob novem spletnem orodju, drugič za zadovoljstvo, ki ga daje lasten prostor za objavljanje. Ljudje želijo deliti svoja življenja z drugimi, menijo, da imajo kaj povedati. Ob osebnih, strokovnih in političnih blogih posameznikov pa blogosfero vedno bolj preplavljajo tudi komercialno in korporativno usmerjeni blogi.

Da bi ugotovili natančnejše razloge za bloganje ter značilnosti povprečnega odraslega ameriškega blogarja, so pri Pew Internet & American Life Projectu, ki raziskuje socialni vpliv interneta, med julijem 2005 in februarjem 2006 izvedli telefonsko raziskavo (N=7012) in julija 2006 objavili poročilo rezultatov (Lenhart in Fox 2006). S telefonskimi intervjuji, ki po njihovem mnenju najbolj natančno prikažejo stanje stalno spreminjajoče se blogosfere, so ugotavljali, kdo so novi pripovedovalci spletnih zgodb. Sledi nekaj najpomembnejših ugotovitev.

1. *Bloganje prinaša na splet nove glasove.*

Kar 54 % vprašanih blogarjev, ki so demografsko raznoliki in pišejo o različnih temah z najrazličnejšimi motivi, je dejalo, da pred blogom niso nikoli nikjer ničesar objavili. Okoli 12 milijonov Američanov (kar predstavlja 8 % uporabnikov interneta) ima svoj blog. Okoli 57 milijonov Američanov (39 % internetnih uporabnikov) bere bloge. Zaznan je velik porast od jeseni 2005.

2. *Čeprav se veliko dobro propagiranih in branih blogov osredotoča na politiko, sta med blogarji najbolj priljubljeni temi še vedno zasebno življenje in izkušnje.*

V ameriški blogosferi dominirajo osebni spletni dnevniki in večina vprašanih svojega bloganja ne smatra za novinarstvo. Večina blogarjev pokriva veliko različnih tem, a jih še vedno 37 % na prvo mesto postavlja svoje življenje in izkušnje. Z 11 % kot naslednja glavna tema sledi politika in vladanje, 7 % je dobilo razvedrilo, 6 % šport, 5 % splošne novice in aktualni dogodki ter posel, 4 % tehnologija. Sledijo še religija, duhovnost in vera, hobiji in zdravstvene težave. Manj kot odstotek ljudi je za glavno temo svojega bloganja izbralo mnenja, prostovoljstvo, izobraževanje, fotografijo in drugo.

3. *Blogarji so glavni potrošniki političnih novic in neke polovica jih ima raje vire brez posebej izraženega političnega stališča.*

4. *Blogarska populacija je mlada, rasno raznolika, po spolu enakomerno razdeljena.*

Mladost je najbolj značilna karakteristika blogarjev. Kar 54 % blogarjev je mlajših od 30 let.¹⁹ Več kot pol jih živi v predmestjih, le 13 % na podeželju. V primerjavi s splošno internetno populacijo so 'beli' ameriški blogarji v manjšem odstotku,²⁰ čeprav še vedno 60 %. Sledijo jim angleško govoreči Španci z 19 %.

5. *Relativno malo blogarjev dojema bloganje kot javno, pri večini gre za zasebno težnjo.*

Pod psevdonimom bloga 55 % piscev, s svojim pravim imenom 46 %. Kar 84 % blogarjev dojema bloganje kot hobi, za katerega ne porabijo preveč časa. Eden od desetih blogarjev porabi deset ali več ur tedensko za svoj blog, medtem ko jih velika večina (59 %) porabi le eno ali dve uri na teden. Da blogajo predvsem zase, ne za publiko, pravi 52 % blogarjev, 32 % jih bloga predvsem za občinstvo.

¹⁹ Predvidevamo, da je dejanski odstotek večji, saj so bili intervjuji izvedeni samo med starejšimi od 18 let.

²⁰ Erman in Sotler (2005) postavljata zanimivo tezo o večanju strpnosti z bloganjem (po Welchu 2000). Ker so identitete blogarjev prikrte in bralci ne vedo, ali piše ženska ali moški, belec ali pripadnik kakšne druge rase, lahko blogi pripomorejo k osredotočanju na samo vsebino in k zmanjševanju predsodkov.

6. Glavna razloga za bloganje sta ustvarjalno izražanje in izmenjava osebnih izkušenj, le polovica blogarjev pravi, da poskušajo s svojim pisanjem vplivati na mnenje drugih.

Ali blogaš, da...	Da, to je moj glavni razlog.	To je zame manj pomemben razlog.	Ne, to zame ni razlog.
se ustvarjalno izražáš?	52 %	25 %	23 %
dokumentiraš svoje osebne izkušnje ali jih deliš z drugimi?	50	26	24
vzdržuješ stike s prijatelji in družino?	37	22	40
si izmenjuješ praktična znanja in spretnosti?	34	30	35
motiviraš druge za akcijo?	29	32	38
zabavaš ljudi?	28	33	39
si shranjuješ vire ali informacije, ki so zate pomembne?	28	21	52
vplivaš na mnenje drugih?	27	24	49
si del mreže in da srečuješ nove ljudi?	16	34	50
zaslužiš denar? ²¹	7	8	85

Tabela 2.2: Razlogi za bloganje, povzeto po Pew Internet & American Life Project: Blogger Callback Survey, julij 2005 – februar 2006. Vir: <http://www.pewinternet.org>.

7. Le tretjina blogarjev vidi svoje bloganje kot obliko novinarstva, čeprav mnogi preverjajo dejstva in navajajo prvotne vire.

Večina blogarjev (kar 57 %) pogosto ali včasih vključuje povezave do prvotnih virov v svoje bloge. Približno isto število blogarjev (56 %) pogosto ali včasih porabi dodaten čas, da preveri dejstva, ki jih želijo vključiti v svoj blog.

8. Blogarji so 'požrešni' uporabniki in ustvarjalci spletnih vsebin, pogosto na internetu.

Kar 79 % blogarjev ima doma hiter širokopasovni dostop do interneta (v primerjavi z 62 % vseh internetnih uporabnikov). Skoraj vsi blogarji (95 %) iščejo novice na spletu (v primerjavi s 73 % vseh spletnih uporabnikov). Da so na spletu že objavili svoje umetniške izdelke, fotografije, video posnetke in drugo, je dejalo 77 % blogarjev in le 26 % vseh uporabnikov interneta. Kar 64 % blogarjev se na

²¹ Z bloganjem pa se da tudi služiti, saj je blog lahko oglas za podjetje ali njegov proizvod / storitev, lahko pa se na blogih pišočih posameznikov pojavljajo oglasi. S kliki bralcev na pasice oglaševalcev služi avtor bloga. Po podatkih *Newsdaya* (Kline in Burstein 2005: 44) dobi Markos Moulitsas Zuniga, avtor enega najbolj vplivnih političnih blogov *DailyKos* (dostopnem na <http://www.dailykos.com/>) od oglaševalskih agencij, ki propagirajo na njegovem blogu, 48 000 ameriških dolarjev mesečno. Tukaj naj dodamo pomemben podatek, da njegov blog *dnevno* obišče 500 000 ljudi.

splet prijavi od doma večkrat na dan, v primerjavi s 27 % vseh internetnih uporabnikov.

9. *Blogarji pogosto uporabljajo možnosti bloga za večanje svoje skupnosti.*

Na vrh seznama blogišč sta z 22 % prišla *LiveJournal* in *MySpace*, spletišči, ki se osredotočata prav na ustvarjanje skupnosti (s pomočjo komentarjev, blogrole, seznama prijateljev, RSS virov). Komentarje na svojem blogu dovoljuje 87 % vseh blogarjev, medtem ko jih ima 41 % objavljene sezname blogov oziroma povezave do svojih prijateljev. Le 18 % blogarjev ponuja RSS vir za vsebino svojega bloga.

10. *Povprečen čas tedensko porabljen za urejanje bloga je dve uri. Povprečno število povezav na seznamu blogov je deset. Povprečno število blogov, ki se povezujejo s posameznikovim blogom je trinajst.*

11. *Kar 51 % vprašanih blogarjev je blogalo manj kot leto dni.*

(Lenhart in Fox 2006)

Povzemimo nekatere zanimivejše rezultate raziskave. Bloge bere ogromno ljudi, svoj blog pa ureja manj kot petina teh bralcev. Le malo več kot polovica blogarjev bloga pod psevdonimom. Tretjina ljudi bloga zato, da si izmenjujejo praktična znanja in izkušnje. Skoraj vsi blogarji preživijo veliko časa na spletu in na njem tudi iščejo novice. Da le 18 % blogarjev ponuja RSS vir za svoj blog, je neverjeten podatek, katerega razlaga je verjetno v tem, da se blogarji niti ne zavedajo, kaj ta RSS je in da ga njihovo blogišče (vsaj velika večina njih) avtomatsko ponuja. Pomembno dejstvo je tudi, da polovica blogarjev izgubi voljo za bloganje prej kot v letu dni. Za uspeh blogarja je namreč ključno, da objavlja redno in da na svoj blog pritegne čim večje število bralcev, katerih komentarji so spodbuda za pisanje. Če se okoli bloga ne kreira skupnost in posameznik ne čuti vpliva bloganja na svoje življenje, bo tudi motivacija usahnila.

2.5 Pomen bloganja

Za kratek trenutek je medij res sporočilo [...] in blogi si zaslužijo pozornost kot posebna vrsta globalne, instantne, množične delavnice idej; gre za izreden vulkanski izbruh pomembnih razsežnosti in posledic znotraj zgodovine človeškega komuniciranja.

Dan Burstein

Zakaj je bloganje kar naenkrat postalo tako pomembno in je zajelo svet ter okupiralo tudi številne akademike, ki ta fenomen raziskujejo? Ljudje, ki niso poskusili blogati in samega procesa ne poznajo, bi morda dejali, da gre le za še eno spletno obliko, za nov način objavljanja. Temu nasprotuje eden glavnih japonskih blogarjev Ito (2005: 150), ki je prepričan, da so blogi predvsem nova oblika konverzacije in nova oblika skupnosti. Okoli pomembnih in branih blogov so se kreirale velike in vplivne skupnosti. Tudi če je skupnost sestavljena le iz treh rednih komentatorjev, že deluje po nekih normah in zakonitostih. Katja Ošljak (2006: 7) je strnila definicijo virtualnih skupnosti v kibernetnem prostoru (po Rheingoldu, 1993) v »(1) družbene tvorbe na (2) internetu, kjer potekajo (3) interakcije med posamezniki, ki so tam (4) z določenim namenom oblikovanja mreže odnosov.« Upošteva to definicijo, lahko blogosfero definiramo kot močno družbeno formo, oblikovano na spletu, ki je zaradi interakcije med posamezniki in oblikovane mreže odnosov dobila na pomenu in postala pomemben družben fenomen. Osamljen blog nima moči, šele povezan v skupnost bralcev in komentatorjev lahko polno (in vplivno) zaživi. Še o blogih kot virtualnih skupnostih (Erman in Sotlar 2005):

Študija bloga *Julie/Julia Project* (Blanchard 2004) je pokazala, da je ta blog virtualna naselbina, ki vključuje razne 'prebivalce', med katerimi poteka interakcija preko komentiranja izjav. Za ljudi, ki v blogu sodelujejo, blog predstavlja virtualno skupnost, saj so se med člani vzpostavile družbene in čustvene vezi. Za druge, ki pa niso člani te skupine, pa blog ne predstavlja virtualne skupnosti.

Elmine Wijnia (2004) je v svoji raziskavi prišla do zaključka, da blogi ponujajo *idealno govorno situacijo*. Slednjo je Habermas definiral kot prostor, kjer imajo vsi enak dostop do komunikacije, kjer med komunikatorji ni razlik v moči, kjer udeleženci v odnosu drug do drugega delujejo resnicoljubno. Tako po njenem mnenju prihodnost blogov leži v vseh treh Habermasovih perspektivah: v subjektivnem samoizražanju, objektivnem deljenju znanj in intersubjektivni družbeni kritiki. Wijnia pravi: »Na teh treh področjih se bodo razvile mreže posameznikov z enakimi interesi, ki bodo spodbujale družbeno interakcijo. Bloge bodo uporabljale kot komunikacijska središča, neka stalna spletna mesta, od koder bodo vodili najrazličnejši komunikacijski kanali.« (Wijnia 2004) O Baoill (v Erman in Sotlar 2005) pa v raziskavi idealnega modela javne sfere ugotavlja, da se na spletu pojavljajo majhne skupine vplivnih blogov, ki so zaradi števila povezav in

prometa v veliki prednosti pred drugimi blogi, saj imajo večje možnosti, da bodo izbrani. Zaradi te razlike v moči O Baoill blogosfere ne razume kot javno sfero.

Bausch in drugi (2002: 5) izpostavljajo veliko pozitivnih strani blogov, med drugim bogastvo informacij o najrazličnejših temah, ki je kar naenkrat postalo tako hitro in enostavno dostopno, ter »enkraten format za dostavljanje zadnjih novic na nenehno osvežene spletne strani«. Blogarji iščejo snov v medijih, novinarji pa svoje medijske zgodbe tudi v blogih. Ena velikih prednosti bloganja je, da se novice hitro razširijo in jih nobena cenzura ne more dovolj bliskovito in učinkovito zaustaviti. Kdor hoče vedeti, je že prebral. Tudi Marshall (2005) meni, da je privilegij bloga prav v tem, »da tudi najbolj radikalna mnenja postanejo medijska resničnost. Pisec piše za ostale pisce in razvija se interakcija med njimi, izmenjava mnenj. Tu ni cenzure.«

Imperativ svobodnega govora omogoča širši publiki, da se preko bloga vključi v svetovno dogajanje in tovrstna dinamika objavljanja bo gotovo prinesla pomembne družbene posledice. V svoji zgodovini blogov je Rebecca Blood (2000: 7), ena prvih raziskovalk blogosfere, prepričana, da moramo bloge jemati resno: »Trdno verjamem v moč blogov, ki bodo transformirali tako pisce kot bralce: iz 'občinstva' v 'publiko', iz 'potrošnika' v 'ustvarjalca'.« Piše tudi o vplivu, ki ga ima bloganje na njeno osebno življenje in izpostavlja dva nepričakovana stranska učinka: ponovno odkritje svojih pravih interesov in dvig samozavesti: »Ob vsakodnevnem sestavljanju svojega spletnega zapisa sem vedno znova previdno premislila svoja mnenja in ideje in sčasoma pričela čutiti, da je moja perspektiva unikatna in pomembna.«

Tudi Burstein (2005) poudarja pomembnost bloganja, ki v našo kulturo znova prinaša glas običajnega državljana: državljana – strokovnjaka, državljana – novinarja in državljana – informiranega amaterja. In čeprav so preko blogov dostop do širše javnosti dobili tudi neodgovorni, celo zlobni ljudje in čeprav je objavljene veliko trivialne in morda celo neumne vsebine, »se med milijardami besed in zaslonskih pik vsakodnevno novih vsebin pojavlja zelo pomemben in vedno močnejši glas, glas državljana, ki v nacionalnem ali globalnem okviru ponovno sodeluje v izgubljeni umetnosti javne konverzacije« (Burstein, 2005: xiv). Isti avtor špekulira, da so blogi v svojem sedanjem formatu le primitivna orodja, ki se bodo razvila v nove oblike filtriranja, kontekstualizacije in zbiranja podatkov. Taka orodja že zdaj nujno potrebujemo in bodo postala še toliko bolj potrebna, ko se bodo milijarde globalnih državljanov poskusile

boriti z naraščajoče kompleksnimi družbami, preplavljenimi z ogromnimi oceani informacij. (Burstein 2005: xvi)

Že danes se blogi vedno pogosteje uporabljajo tudi v izobraževalne namene in kot tehnologija za širjenje znanja postajajo pomembna oblika komuniciranja med učitelji. V blogosferi obstajajo številne skupnosti, oblikovane okoli vplivnih in bolj znanih avtorjev, v katerih se blogarji medsebojno poučujejo o novostih svojega področja, si delijo znanje in izkušnje ter povezave do zanimivih ali pomembnih spletnih strani. Z branjem tujih blogov in razmišljanjem za pisanje svojega se tako posameznik konstantno izobražuje in razvija svoje strokovne (in jezikovne) kompetence.

Med družbene posledice bloganja Katja Lozar Manfreda, ena od nosilcev predmeta Nove tehnologije v družboslovnem raziskovanju na Fakulteti za družbene vede, prišteva tudi uporabo blogov za učenje na daljavo ter povečanje kreativnega potenciala svetovnega spleta, zdaj ko »tehnična orientiranost ni več pogoj za vključevanje v virtualno komuniciranje«. (Lozar Manfreda 2005)

Kot že tolikokrat v zgodovini si nasproti stojijo mnenja o dolgoročni pomembnosti in vplivnosti novega medija. Medtem ko so eni optimistični in navdušeni, so drugi črnogledi in kritični do vsega, kar blogi prinašajo s seboj. Burstein in Kline sta v svoji knjigi *Road Warriors: Dreams and Nightmares Along the Information Highway* (1995) zavzela stališče *realnega futurizma*, ki zanju pomeni »biti neverjetno vznemirjen zaradi potenciala digitalne tehnologije, da bi spremenila svet, a se hkrati zavedati, da bo potrebno kar nekaj časa, preden bo našla svojo pot globoko v posle, ekonomijo, politično življenje, izobraževanje in razvedrilo« (Kline in Burstein 2005: xix).

3. Blog kot spletni medij

3.1 Značilnosti svetovnega spleta in bloga kot medija

Izraza internet in svetovni splet nista sopomenki. V angleški jezik bi ju prevajali kot *internet* in *World Wide Web*. Tanja Oblak in Gregor Petrič internet definirata kot tehnologijo, kot »računalniško podprto komunikacijsko omrežje v neskončno verigo povezanih računalnikov«. Splet, ki je kot medijska tehnologija postal dominantna komponenta interneta, pa je fenomen omrežja družbenih akterjev, preko katerega ti družbeno, kulturno in politično delujejo.

Splet je namreč v komunikološkem jeziku platforma, ki »posreduje« - je medijski posrednik med družbenimi akterji, ki se prek svojih spletnih mest predstavljajo navzven (podjetja in javni zavodi, državni organi, nevladne organizacije in društva, umetniki, glasbeniki in »navadni« posamezniki itd.), in tistimi, ki nanj bolj ali manj naključno in bolj ali manj pogosto stopajo kot njegovi uporabniki.

(Oblak in Petrič 2006: 53)

Ideja interneta je pričela zoreti v petdesetih letih prejšnjega stoletja, v času hladne vojne in predsednikovanja Eisenhowerja. Nekje do leta 1990 so internet, temelječ le na besedilnih enotah, uporabljali le računalniški programerji, znanstveniki, inženirji, torej tehnično dobro podkovani ljudje. Kot pravi McPhail (2006: 293): »Internet se je pričel globalno in naglo razširjati v devetdesetih letih prejšnjega stoletja, ko so nastali uporabniku prijazen svetovni splet (*the World Wide Web*), miška, ikone, brskalniki in iskalniki.« Takrat so tudi padle cene osebnih računalnikov, kar jih je pripeljalo v šole, podjetja in domove posameznikov. Internet je postal omrežje omrežij ter se iz tehničnega medija spremenil v množični medij, ki po mnenju McPhaila ni več le alternativni vir novic, temveč kar *mainstream* obveščevalec. (McPhail 2006)

Glavni atributi spleta so: hipertekstovnost, interaktivnost, multimedijalnost (besedilo, zvok, slika, video), recipročnost, nelinearnost in ažurnost (Oblak in Petrič 2006: 15-18).

Hipertekst je prvi definiral Ted Nelson že leta 1965. Deibertov (1997 v Oblak in Petrič 2006: 32) argumentira, da bo hipertekst, na osnovi analogije z revolucionarnimi posledicami iznajdbe pisave, dvignil abstraktno mišljenje na višji nivo. Tudi Ryan (1999, v istem viru) meni, da je hipertekst bolj prilagojen spontanemu premikom misli, saj omogoča rast idej na bolj naraven način kot tradicionalne tehnike pisanja. Ker lahko

bralca sam izbira svoje branje in premike med zapisi, to vodi, pravi Landow (1997, v istem viru), v »demokratizacijo diskurzivnega izkustva, kjer noben tekst ne more biti bolj centralen od drugega«. Prav ta umik avtoritet naj bi bil tudi pri bloganju tako prisoten.²² Tanja Oblak in Gregor Petrič (2006: 33) pa poudarjata, da »bistveni osvobajajoči potencial [hiperteksta] ne leži v možnosti unikatne poti skozi besedilne dele, [...] ampak predvsem v tem, da lahko uporabnik ponudi drugim uporabnikom/ avtorjem na ogled svoje povezave, komentarje, ocene, kakršnekoli besedilne dele v splošnem.« Ker je tudi sodelovanje med blogarji neodvisno od družbenega položaja akterjev, se v hipertekstu in v blogosferi, ki ga tako odlično izkorišča, skriva velik demokratični potencial.

Ob zavedanju vseh prednosti spleta pa naj omenimo še svarilne teorije *digitalnega razkoraka* (Norris 2001, Hoffman in drugi 2000), ki govore, da prav zaradi spleta prihaja do novih neenakosti, ne samo med spoloma, izobrazbo in državami, temveč tudi po tem, koliko večji so ljudje in kakšna računalniška znanja posedujejo. »Na ta način se povečuje razlika med informacijsko bogatimi in informacijsko revnimi, kar pomeni, da nova tehnologija vodi v nove družbene delitve in nesimetrična razmerja, namesto da bi jih odpravljala,« utemeljujeta Oblak in Petrič (2006: 42). Sodobna družba bo z osveščanjem in izobraževanjem tako morala poskrbeti za zmanjševanje digitalnega razkoraka in za omogočanje spletnega dostopa čim večjemu svetovnemu občinstvu. Razvoja interneta namreč ne moremo več ustaviti ali ga ignorirati, kot pravi Thomas McPhail (2006: 313):

Internet je za našo prihodnost, kar so bili avtomobili in druga transportna sredstva za našo preteklost. Zdaj obstajajo digitalne družbe, virtualni prostori, e-trgovina in globalni sistemi, ki povezujejo posameznike in medmrežje ne glede na prostor in čas. Tako kot sta bila čas in prostor določujoči karakteristiki industrijske dobe, je internet, ki se ga čas in prostor ne tičeta več, določujoči medij informacijske dobe.

V današnjem medijsko zasičenem času imajo raznovrstni mediji zelo pomembno vlogo in močan vpliv na naša življenja – predvsem novi virtualni prostori spreminjajo naše dožemanje sveta in radikalno posegajo v naš vsakdan. Oblak in Petrič (2006: 12) govorita o »oblikovanju novega medijskega prostora, ki ga s podporo računalniških tehnologij spodbujajo in omogočajo *novi spletni načini medijske produkcije, nove možnosti dostopa do informacij in novic ter nove oblike potrošnje medijskih vsebin.*«

²² Tudi v blogosferi se hierarhija hitro vzpostavi in slej kot prej bralci podelijo enemu avtorju moč nad drugimi. Pogosteje brani avtorji kraljujejo na vrhu lestvic, kjer jih novi bralci spet najprej opazijo.

V ta nov medijski prostor so glasno vstopili tudi blogi kot eden od sodobnih spletnih medijev. Blogi izvršujejo vse štiri osnovne funkcije medijev. Njihova *informativnost* je neprekosljiva zaradi ogromnega števila avtorjev, ki dobesedno 24 ur na dan spremljajo dogajanje v svetu in o njem z vseh koncev sveta tudi neprestano poročajo. Ker so njihovi blogi v veliki večini pa le *interpretativni*, je bralec soočen z neobvladljivim številom interpretacij istega dogodka. Ker tukaj ni filtrov in odbirateljev, je njemu samemu prepuščena izbira in odgovornost, da se odloča, komu bo zaupal in čigavim interpretacijam verjel. Blogi imajo tudi zelo močno *socializacijsko* funkcijo, saj se okoli njih ponavadi zbere občinstvo, manjša ali večja skupnost. Njeni akterji so med seboj hipertekstualno povezani in se drug na drugega interaktivno odzivajo. Redni bralci se lahko avtorju bloga tudi osebno približajo, saj povezanost okoli teme in skupni interesi pogosto pripeljejo do socialnega stika tudi izven blogosfere. Da je *zabavna* funkcija bloganja zelo prisotna in je pomemben faktor za veliko število blogarjev, verjetno ni potrebno posebej poudarjati, saj je že branje izbranih blogov in sledenje povezavam, ki jih ponujajo, posamezniku v zabavo; da o ustvarjanju lastnega bloga, ki daje avtorju moč oblikovno in vsebinsko določiti, kako se bo predstavljal svetu, sploh ne govorimo.

Če si pogledamo DeFleurovo razdelitev vsebine množičnih medijev v tri kategorije (Erjavec, Volčič 1999d), ugotovimo, da so tudi blogi vsebinsko zelo raznolik in bogat medij. V blogosferi se najde nepopisno veliko *vsebin za nezahtevni okus*. Take zabavne in dramatične vsebine, nasilje, verbalna brutalnost, surov humor, neotesanost, perverzije in podobno pritegnejo veliko spletnih uporabnikov, po nekaterih raziskavah predvsem občinstvo z nizko izobrazbeno ravni. DeFleurova druga kategorija je poimenovana kar *navadna vsebina*. Ta pritegne veliko množico ljudi, sama po sebi pa ne kvari in ne razvija okusa, tudi ne nasprotuje moralnim normam. V to kategorijo bi uvrstili najrazličnejše informacije, ki jih uporabnik najde na spletu in v blogosferi - vremenska poročila in napovedi, bloge z recenzijami filmov, knjig, podatke o projektih, delovnih časih, programe galerij, pa tudi dobre osebne dnevnike. Blogosfera pa poskrbi tudi za iskalce vsebin z *zahtevnim okusom*, ki pričakujejo visoko kakovost, poučna strokovna besedila, politične razprave, poezijo in prozo, bogate komentarje, umetniško izražanje in podobno. Za uspeh prave blogarske javnosti je pomembna prav vsebina za zahtevni okus – strokovno, utemeljeno in aktualno pisanje o zadnjih dogodkih, teorijah in predpostavkah. Ker blogi ponujajo takšno pestrost in bogastvo vsebin, znotraj katerih lahko posamezniki sami izbirajo tekste po svojem okusu, so pomemben, razvijajoč se medij prihodnosti.

Tudi bralci blogov so si zelo različni, po starosti, izobrazbi in interesih. Ker se sam princip branja blogov od človeka do človeka razlikuje, lahko tudi v blogosfero apliciramo klasifikacijo bralcev, ki sta jo za obiskovalce spletnih strani klasičnih medijev oblikovala Oblakova in Petrič (2006: 126). Tudi pri bralcih blogov namreč naletimo na *naključneže*, ki na nek blog pridejo čisto slučajno, na *lovce*, ki iščejo točno določen blog, temo, avtorja, in na *zveste bralce*, ki nek blog redno berejo in se na njegov RSS vir morda tudi prijavijo ter so tako sproti obveščeni o vsaki novi objavi. Redni bralci blogov praviloma tudi sami postanejo aktivni medijski producenti in teh število se naglo veča. Hipertekstualnost in interaktivnost blogov vodita k aktivnejši udeležbi enakovrednih posameznikov, k njihovi povezanosti ter k tematski povezanosti med teksti, ki so obogateni s povezavami.

V današnjo medijsko situacijo bi lahko aplicirali tudi misel Slavka Splichala, da je objava v množičnih medijih (beri v *blogosferi*) »merilo, in ne rezultat pomembnosti«. Njegova trditev bo vedno bolj držala, saj je splet postal lahko dostopen številnim posameznikom sodobne razvite družbe. Vsi z dostopom do interneta in z osnovnim poznavanjem tehnologije lahko brez stroškov in brez cenzure objavljajo svoje prispevke. »Če te ni na spletu, ne obstajaš,« se že dolgo zavedajo različni družbeni akterji, vladne organizacije, množični mediji, civilna družba in podjetja, s pojavom blogov pa se ta nujnost spletnega obstoja razširja tudi med posameznike. Tako kot danes med mladimi težko najdemo koga brez svojega e-poštnega naslova, bo že jutri samoumevno, da se v neki obliki individualno pojavljaš na spletu – bodisi preko svojega spletnega mesta, svojega bloga, foruma.

3.2 Žanrska razvejanost blogosfere

Med medijskimi teoretiki so vedno bolj prisotne tudi razprave o blogu kot novem žanru *infotainmenta*, mešanice informacij (*information*) in razvedrila (*entertainment*). Tudi Burnett in Marshall (2003) podeljujeta blogu status žanra, ko razlikujeta štiri skupine *novih spletnih žanrov*: spletne portale, iskalnike in imenike; medijska spletna mesta; komercialne ali korporativne spletne strani; osebne spletne strani, bloge ter h kolektivnemu delovanju usmerjena spletna mesta (v Oblak in Petrič 2006: 80).

»Ko si nek tip diskurza ali komunikacijskega dejanja pridobi splošno priznano poimenovanje znotraj določenega konteksta ali skupnosti, je to dober znak, da funkcionira kot žanr,« je zapisala Millerjeva leta 1984 (Miller in Shepherd 2004). Dvajset let kasneje ugotavlja, da so se v blogih »združili potenciali tehnologije, skupek kulturnih

vzorcev, retorične konvencije predhodnih žanrov in zgodovina snovi, da bi ustvarili ponavljajoč se retorični motiv, ki si je našel konvencionalno obliko izraza«. Blogi so hitro pridobili status žanra z značilnostmi kot so obraten kronološki red objav, pogosto posodabljanje strani, povezave, komentarji. Velika pozornost, ki so je bili deležni v klasičnih medijih, je bloge povzdigovala in utrjevala njihov status. »Ko pa pridemo do namena bloga, njegove funkcije in družbene akcije, ki vsebuje govornike in njihova občinstva, pa blog kot žanr postane problematičen,« pravita Miller in Shepherd (2004).

Po Koširjevi (1988) so novinarski žanri stalne oblike novinarskega sporočanja, za katere so značilne določene posebnosti. Determinirani so s časom in prostorom, v katerem nastanejo, in se skupaj s časom tudi spreminjajo. Na spremembe vplivajo gospodarske, politične in kulturne razmere, tehnika, javno mnenje, uredniška politika določenega medija, pa tudi novinarjeva »žanrovska žilica«. Revolucionarne spremembe komunikacijske situacije pa prinesejo s seboj tudi čisto nove žanre, tako je na primer z Ernestom Hemingwayem nastala reportaža, z demokratizacijo družbenopolitičnih odnosov pa se je v slovenskem tisku pojavil žanr okrogla miza. (Košir 1988)

Razvoj interneta in posledično razcvet svetovnega spleta je gotovo ena najbolj revolucionarnih sprememb komunikacijske situacije, ki jo nekateri primerjajo kar s prihodom tiska. Ta sprememba je s seboj prinesla tudi nove spletne žanre, raziskovanje katerih pa je zaradi težke ulovljivosti in pogoste spremenljivosti spletnega medija zapleteno. Čeprav imajo blogi značilno tipično formo, jih ne moremo definirati kot homogen spletni žanr, ker upovedujejo zelo različne vsebine in jih izražajo z najrazličnejšimi jezikovnimi sredstvi. Glede na dominantno v zapisih, torej ali je avtor v blogu odsoten (nevtralen, objektivni) ali prisoten (mnenja, ocene, interpretacije, subjektivni pogled), lahko ločimo dve osnovni funkciji blogov, informativno in interpretativno (Košir 1988). Slednja je v blogosferi v očitni premoči.

Če si blogosfero pogledamo z vidika novinarskih žanrov, lahko trdimo, da veliko kakovostnih publicističnih zapisov sodi med interpretativne komentatorske žanre – najbolj pogosta besedila blogov so prav zapisi v obliki komentarjev, glos in kolumn. Veliko je tudi informativnih, reportažnih zapisov, v obliki klasičnih reportaž, reporterskih zgodb in potopisov. Zelo pogosti so blogi, ki bi jih lahko poimenovali kar informativne vesti v nadaljevanju, najdejo pa se tudi poročila, prikazi, izjave, intervjuji, informativni članki, portreti in ostali novinarski žanri, kar priča o žanrski pestrosti blogosfere

Manca Košir (1988) razlaga, da se značilnosti žanra zavedata tako avtor kot naslovnik, kar ustvarja nek red, ponuja zglede in olajša medsebojno sporazumevanje. Takšni principi delujejo tudi v blogosferi, ko bralci med številnimi blogi iščejo žanre, ki jim ustrezajo. Da blogi izražajo širok niz žanrov skladno s komunikacijskimi potrebami njihovih uporabnikov in vsebujejo potencial za preoblikovanje ekologije žanra interneta, sta ugotovili tudi Erman in Sotlar (2005).

Tematska pokritost je v blogosferi res odlična in glede na vsebino so se izoblikovali številni tipi/žanri blogov. Naj jih tukaj naštejemo le nekaj: politični blogi (eseji, komentarji, aktivistični spisi), novičarski blogi (kot dopolnilo ali nadomestilo klasičnim množičnim medijem, pogosto na lokalnem nivoju), osebni spletni dnevniki (izkušnje, razmišljanja, pritoževanja), literarni blogi (pesmi, proza, kritike), zdravstveni blogi (osebna pričevanja bolnikov, medsebojna pomoč, primeri), potovalni blogi (potopisi, fotografije, namigi in nasveti, vzdrževanje stikov z domačimi), raziskovalni blogi (zapiski, javne debate, reference, nabor materialov), pravni blogi (za pravnike, študente prava, zainteresirano javnost), medijski blogi (kritični do objav v klasičnih medijih, morda komentarji izbranega časopisa), religiozni blogi (razmišljanja, nasprotovanja, izpovedi vere), edublogi (blogi, ki se jih uporablja v izobraževalne namene) in drugi.

Ted Nelson je skoval termin *hipermedij*, da bi z njim opisal nelinearen medij informacij, v katerem se združujejo grafika, avdio, video, besedilo in hipertekstualne povezave. Blog tako opišimo kot sodoben spletni medij, hipermedij, v katerem se pojavljajo najrazličnejše oblike (tudi novinarskega) sporočanja in številni (novinarski) žanri. Natančnejša žanrska analiza blogosfere, morda vsaj slovenske, bi bila gotovo izredno zanimiva raziskava, ki pa se je okviru pričujoče naloge žal ne bomo lotili.

3.3 Blogi v odnosu do novinarstva

Kot vedno ob prihodu novega medija se postavlja vprašanje, ali bodo stari, tradicionalni mediji 'preživeli'. Tudi trenutni *blogger boom* se interpretira kot velika medijska sprememba in pogosto kot preteča grožnja klasičnim medijem. Brian Carroll (2004) kot enega razlogov za negativno nastrojenost klasičnih medijev do blogov navaja, da formatu bloga manjkajo kvalitete, ki so tradicionalno definirale novinarstvo. Od blogarja nihče ne zahteva objektivnosti, tudi ravnotežja ne, še netočnost mu bralci odpustijo, v kolikor napake prizna in jih popravi.

Petrič (v Ceglar 2004) vidi ključno razliko med blogi in množičnimi mediji v kompleksnem mehanizmu produkcije vsebin: »Pri blogu je med dogodkom in objavo le avtor, medtem ko veliki mediji izvajajo strog nadzor nad svojimi vsebinami.« Blogarji so v veliki prednosti, ko gre za hitrost objavljanja prispevkov, saj je reakcijski čas ažurnega blogarja dosti krajši kot čas novinarja, zaposlenega v velikem medijskem podjetju.

Da naklade ameriškega tiska padajo, poroča Kline (2005a: 239), ki navaja, da so se te od 1990 do 2005 znižale za 11 %. Danes le dobra polovica ameriških gospodinjstev bere časopise, kar je precej manj od 80 % leta 1964. Število bralcev časopisov se zmanjšuje predvsem na račun mlajših generacij, ki vse manj posegajo po papirnatih verzijah novic. Kljub vsemu je Kline prepričan, da bodo klasični mediji, obogateni zaradi bloganja in bližjega ter bolj transparentnega stika z bralci in gledalci, ne samo preživeli, temveč po svoji moči, vplivu in dohodkih ohranili svoj položaj nad blogi. Hkrati pa poudarja, da se zaradi blogov lahko množični mediji poslovijo od doslej nespornega monopola vplivnosti (Kline 2005: 243-243).

Številni klasični mediji so postopoma le sprejeli bloge kot svoje dopolnilo in ne zgolj kot konkurenco in pričeli objavljati najboljše ali najbolj brane bloge tudi v svojih tiskanih in spletnih izdajah, med prvimi angleški *Guardian*. Ko je tudi na njihovi spletni strani pričel izhajati blog, je to, po mnenju Briana Carrola (2004), dodalo »človeško, interaktivno in osebno dimenzijo časopisni spletni prisotnosti«.

Carroll v razpravi o razlikah med novinarstvom in blogosfero (2004) izpostavlja vrednote klasičnih medijev, na katerih temelji njihov etos: točnost, natančnost, pravičnost, jasnost, razumljivost in pravočasnost. Ob bok jim postavi (tudi tehnološko determinirane) vrednote novega medija, novičarskih in informativnih blogov: neposrednost, transparentnost, povezanost, bližina dogodkom. Četudi je Carroll zagovornik blogarjev in bloganja, opozarja na tveganja, ki jih s seboj prinaša popolnoma drugačna produkcija: »V tradicionalnem novinarstvu je imperativ 'filtriraj, nato objavi', med blogarji pa 'objavi, nato filtriraj'. Blogarji se z razveljavljanjem in testiranjem javnega mnenja ubadajo prav toliko kot z njegovim oblikovanjem.« Kot primer navaja novičarski prispevek *New York Timesa*, s katerim pride pred objavo v stik povprečno 42 oseb, pri blogu pa le avtor sam.

McPhail (2006) opisuje dve nasprotujoči si mnenji o povezavi bloganja in novinarstva: medtem ko nekateri menijo, da so blogarji kratkohačniki s prenosniki, ki si domišljajo, da so novinarji, so drugi prepričani, da bo ta nov fenomen naslednji pomemben trend v novinarstvu. Dejstvo je, da so številni blogi neprimerni in nevplivni, a tudi to, da so drugi

blogarji naredili politične, ekonomske in družbene procese bolj odprte, ko so povzdignili svoj glas in izrazili mnenje o zelo pomembnih državnih temah.

Kline (2005a) razpravlja o neke vrste simbiozi med tradicionalnimi in novimi mediji v smislu delitve dela na *izvirno poročanje* in *zagotavljanje konteksta*: »Navsezadnje le redki blogarji dejansko sami iščejo in zbirajo novice ter potem o njih poročajo. Namesto tega uporabijo zbir novic, ki ga najdejo v klasičnih medijih, in nato prispevkom poročevalcev dodajo svoje ideje, mnenja, ironijo, povezave in druge vrste konteksta.« (Kline 2005a: 241) Po njegovem mnenju ne bo šlo za ali – ali situacijo, temveč bodo blogi in klasični mediji drug drugemu komplementarni. Tudi Petrič (v Ceglar 2004) govori o komplementarnem odnosu in pravi, da »množični mediji vse manj zadovoljujejo informativne, vse bolj pa rekreativne potrebe, blogi pa prevzemajo pobudo informiranja ter oblikovanja aktivističnih in podobnih skupin.«

Jason Gallo je prepričan, da je ta »blog revolucija« prej podaljšana infiltracija blogov v tradicionalne medije kot pa njihovo nenadno strmoglavljenje. Predvideva, da bodo blogi, kot vse prejšnje komunikacijske tehnologije, v začetku precej vznemirili ustaljeno novinarsko in medijsko prakso, a bodo čez čas postali njen integriran del. »Ena od posledic bloganja, ki bo novinarstvo trajno spremenila, pa je hitro kroženje povratnih informacij. To preskoči tradicionalne ovire med novinarji in publiko in bo poskrbelo za večjo verodostojnost tiska.« (Gallo 2004)

Slavko Splichal (v Oblak in Petrič 2005) argumentira, da verodostojnost blogov temelji prav na bogastvu hipertekstualnih povezav, »v nasprotju s tradicionalnimi mediji, ki ponujajo predvsem ekskluzivne in težje preverljive informacije«.

V hipertekstualnih možnostih je bistvena razlika med tradicionalnimi množičnimi mediji in sodobnimi hipermediji. V nasprotju z informacijo kot produktom, ki je značilen za tradicionalne medije, se tu pojavlja informacija kot praktično neskončen proces, v katerem lahko ima uporabnik mnogo aktivnejšo vlogo. Hipermediji bi lahko postali interaktivni, demokratični, virtualni prostori prihodnosti.

(Splichal v Oblak in Petrič 2005)

Zaradi hiperteksta lahko bralci blogarjem zaupajo, saj dober blogar navaja svoje vire in dodaja povezave do strani, kjer lahko njegove informacije preverimo. Seveda pa je v svojem mnenju neodvisen in svoboden. Kot je dejal Charles Prestwich Scott (1921),

britanski novinar in politik, »komentarji so prosti, dejstva so sveta«, stavek, ki ga za svoje vodilo na blogu uporablja tudi časnik *Guardian*.²³

Številni (spletni) novinarji so tudi aktivni, uspešni in vplivni blogarji. Včasih so njihove objave zgolj dodatek k siceršnjemu pisanju v tradicionalnih medijih, spet drugič pa jim je splet edini prostor objavljanja. Zelo pogosto anonimni novinarji poročajo o dogodkih, ki jih klasični mediji sicer ne bi pokrili, predvsem iz držav, kjer je močno prisotna medijska cenzura (Kitajska, Iran, Kuba, itd.). Zaradi podpisanih objav bi jim sicer lahko stregli po svobodi ali celo življenju. Tako so najbolj razširjeno in priljubljeno sredstvo za objavo neodvisnega mišljenja postali prav blogi, ki so v nekaterih državah tudi edini pravi neodvisni mediji, osvobojeni vladnega nadzora in neprestane cenzure.

Organizacija *Novinarji brez meja*, s sedežem v Parizu, ki se bori za pravice novinarjev, je konec leta 2005 na svoji spletni strani objavila poseben priročnik za blogarje in kibernetске disidente (*The Handbook for Bloggers and Cyber-dissidents*) z napotki za ogrožene internetne novinarje.²⁴ V njej blogarji pripovedujejo o svojih izkušnjah in delijo nasvete za varno in pošteno poročanje. Gregor Cerar (2005) pravi:

Še najbolj so zanimive izkušnje bahrajnskega blogerja, ki pripoveduje, da so blogi praktično edina prava opozicija oblastem, saj so uredniki časopisov preveč ustrašeni, da bi kritizirali oblast. Nekaj urednikov spletnih strani z vsebino, ki ni bila po volji oblastnikom, so zaprli, vest o tem pa se je po svetu razširila prav prek blogov. Iranski avtor poudarja, da so blogi praktično edini medij, kjer avtorji, tudi pesniki in pisatelji, lahko svobodno (če jih ne razkrinkajo) objavljajo svoja dela. Sicer morajo pridobiti dovoljenje oblastnikov.

Številne temu priročniku podobne publikacije opozarjajo na pomembnost in vplivnost (pa žal tudi nevarnost) novinarskega pisanja v blogosferi. V upanju, da se novinarji ne bodo pustili utišati, jim delijo nasvete, kako varno priti mimo cenzure in oblasti ter zakrinkano razkrinkavati

Blogov pa ne pišejo zgolj novinarji, teh je v resnici le peščica. Denton (2005: 152) celo pravi, da so ne-novinarji pogosto boljši blogarji, bolj 'lačni' pisanja. Dodaja, da je pisanje bloga vseeno drugačen format in da novinarske izkušnje marsikateremu uveljavljenemu piscu predstavljajo prej težavo kot prednost.

²³ Blog tega angleškega dnevnika je dostopen na <http://commentisfree.guardian.co.uk>.

²⁴ Dostopno na <http://www.rsf.org>.

Blogosfera je torej odprta komunikacijska platforma, na kateri lahko pride do izraza vsak posameznik, vsak lahko objavlja svoje tekste, se bori za občinstvo in upa, da bo bran. To počne brez visokih stroškov, ki spremljajo objavljanje v klasičnih medijih, saj gre pri bloganju za izredno hitro in enostavno objavljanje, v angleščini poimenovano tudi *one-button-publishing* (objavljanje z enim klikom).

Vsi blogarji torej niso *novinarji*, morda pa njih del le lahko imenujemo *publicisti*. Po Koširjevi (1988) publicist v javnih občilih nastopa kot osebnost, kot posameznik s svojim individualnim stališčem, zavzeto in kritično, medtem ko je novinar družbeni delavec, ki v ospredje postavlja pomene dogodkov in ne sebe. »Naslovnika po novinarski konvenciji zanima *dogodek*, o katerem govori novinarsko besedilo, pri publicističnem sporočanju pa ga zanima mnenje *osebnosti* (publicista), *njegova* interpretacija (četudi istega) dogodka.« (Košir 1988: 21) Ugotavljamo, da je blogosfera, tudi slovenska, ki se ji bomo kmalu posvetili, polna zavzetih publicistov, ki jim ta medij omogoča osebno vpletenost v poročanje.

Ko so belgijsko blogarko, nekdanjo novinarko Regine Debatty povprašali o razliki med novinarskim in blogarskim pisanjem, je ta dejala (v Rižnar 2006):

Razlika je v tem, da pri pisanju sestavkov za bloge zavzamem svoje stališče, predstavim svoje mnenje, kar je bilo v začetku zelo težko, saj sem kot novinarka bila navajena biti nevtralna. Blogi so mnogo bolj osebne narave kot novinarski prispevki, ljudje na njih govorijo tudi o svojem vsakodnevnem življenju, so kot spletni dnevniki. V blogih se lotiš teme, ki te zanima, lahko je film, ki si si ga pravkar ogledal v kinu, ali tvoji otroci.

Poglavje o odnosu med blogi in novinarstvom zaključimo z opazko, da ne glede na to, koliko so blogi novinarjem in novinarskim teoretikom všeč, jih ti zaradi njihovega vpliva in priljubljenosti med ljudmi enostavno ne morejo več ignorirati ali zaničevati. Številne uveljavljene novinarske šole in razni družboslovni teoretiki se ukvarjajo s fenomenom bloganja in ga tudi vedno bolj sistematično proučujejo. Zelo izčrpne in pregledne eseje o blogosferi, njenih diskurzivnih, socioloških, vizualnih ter drugih komunikoloških značilnostih in posebnostih lahko najdemo na spletni strani *Into the Blogosphere: rhetoric, community, and culture of weblogs (V blogosfero: retorika, skupnost in kultura blogov)*.²⁵

²⁵ Dostopno na <http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/>.

4. Slovenska blogosfera

Raznolikost blogarskih zapisov v angleškem jeziku je ogromna, kar je logična posledica številnih uporabnikov interneta v Združenih državah Amerike (kar 50 % vseh spletnih uporabnikov) in splošne dominacije angleškega jezika. Po McPhailu (2006: 311) obstaja na vsako ne-angleško stran vsaj 100 strani z angleškim besedilom. Kljub tem statistikam in majhnosti slovenskega jezikovnega področja pa lahko najdemo tudi številne bloge v slovenščini.

Prvi slovenski blogarji so pričeli objavljati svoje prispevke že vsaj pred tremi leti. Na seznamu slovenskih blogov *Si blogs* (o tem malo kasneje) se kot najstarejši blogarski zapis pojavlja zapis Jonasa Žnidaršiča, ki je nastal že novembra 2003 v blogu *Jonas – Zapisi: Ž-jev digitalni lajf...*²⁶ Pojavljajo se sicer še nekateri zapisi z zgodnejšimi datumi, a sama oblika le-teh in njihove značilnosti še niso enake blogu. Čeprav so se Žnidaršiču hitro pridružili tudi drugi blogarji, so blogi kot nov medij spletne komunikacije širši slovenski javnosti postali znani šele z Delovo oglaševalsko akcijo v oktobru 2005. Osrednji slovenski dnevnik je svoje bralce pozival k bloganju s slogani kot »Blogaj tudi ti!«, »Imej ga tudi ti!«. Kmalu zatem, januarja 2006, je blogišče, torej javno spletno mesto za ustvarjanje blogov, pričel ponujati tudi časnik Večer.²⁷ Časopisni hiši nikakor nista bili prvi ponudnici gostovanja blogov,²⁸ a sta zaradi svoje javne prepoznavnosti, dobre promocije in vnaprej predpisane pomembnosti prispevali k udomačitvi bloganja.

Ker se oba portala trudita pritegniti čim več blogarjev in s tem posredno tudi več bralcev spletnih različic dnevnikov, poskušata narediti svojo ponudbo čim bolj privlačno. Na Večeru so se na primer odločili nagraditi najuspešnejše avtorje blogov z brezplačnim dostopom do Večerovega arhiva vse od 9. maja 1945 do danes. Uspeh bloga se lahko meri v številu njegovih bralcev in v juliju 2006 je avtor bloga Had,²⁹ ki v svojih spletnih zapisih komentira aktualne teme, prvi presegel mejo 10 000 obiskovalcev v enem tednu. Obiskanost blogov ni konstanta in je odvisna od različnih dejavnikov. Večerovi blogi so na primer v poletnem mesecu dosegli 25 % rast obiskanosti (Štor 2006b). Prav v

²⁶ Dostopno na <http://www.jonas.si/zapisi/2003/digitalni-lajf/prvi-zapis/>.

²⁷ Dostopno na <http://www.vecer.si/blog>.

²⁸ Prvi slovenski ponudnik blogarskih storitev je bil Voljatelj, ki je blogarjem ponudil VoljaBlok in pritegnil številne pisce in bralce. Ker pa ne ponuja virov (RSS/Atom), ki so ključna sestavina dobrega blogarskega sistema, je blogišče manj primerno (Vidmar 2006).

²⁹ Dostopno na <http://www.vecer.si/blog/had>.

septembru 2006 pa je na Večerovih straneh prišlo do burnih razprav glede štetja obiskovalcev blogov, saj je prav avtor zgoraj omenjenega bloga Had dal vedeti, da se da umetno prikazati večje število klikov na blog kot se jih je dejansko zgodilo. Zaradi tovrstnih poneverb podatkov, število o obiskanosti bloga ni več kredibilno. Dejstvo pa je tudi, da resnično skupnost okoli bloga tvorijo le njegovi redni bralci in komentatorji in zaradi teh je nek blog uspešen ali pa ne. Tisoči klikov brez komentarjev, povezav in sodelovanja med avtorji v bistvu ne pomenijo ničesar. Ali kot je v intervjuju za Delo dejal Petrič (v Ceglar 2004): »Uspešni blogi postanejo tisti, ki preko komentarjev sprožijo diskusijo. Odsotnost komentarjev pomeni za blogerja poraz.«

Delov portal³⁰ bralcem blogov omogoča, da z zvezdicami ocenjujejo posamezne objave, kar avtorje kasneje uvršča na lestvico desetih najboljših. To blogišče pa ima tudi to posebnost, da posebej naznanja in objavlja VIP bloge, ki jih pišejo znani Slovenci (Rok Kajzer, Špela Žabkar, Lucija Čirović in drugi). Sodeč po številu in pogostosti objavljenih zapisov, pa lahko rečemo, da te VIP objave niso zaživele. Medtem ko je zadnja 'navadna' objava stara 40 minut, med objavami znanih Slovencev že 20 dni ni objavljenega ničesar.³¹ Temu se že skoraj ne reče več bloganje.

Zanimalo nas je tudi, ali so blogi na strežnikih teh dveh medijskih hiš cenzurirani. Med odgovori na pogosta vprašanja bralcev smo na Večerovi spletni strani našli:

Vsebino bloga si lahko avtor izbere sam, ne sme pa biti v nasprotju z veljavno zakonodajo (nagovarjanje k nasilju, pedofilija, diskreditacija posameznikov). V primeru kršitve si časopisna hiša Večer pridržuje pravico, da blog z neprimerno vsebino odstrani brez predhodnega opozorila avtorju. To velja tudi za bloge in prispevke, ki ne izpolnjujejo osnovnih civilizacijskih in kulturnih norm.

H komentarju teh dveh blogišč, ki sta nastali na spletnih straneh slovenskih klasičnih medijev tudi (ali predvsem) kot oblika samopromocije, dodajmo še podatek, da se število objav na Večerovem portalu bliža številu na Delovem,³² čeprav je Delo pričelo storitev ponujati prej in ima kot tiskan medij tudi dosti večji domet in posledično boljšo promocijo med lastnimi bralci. Številni blogarji na Večerovem portalu so mnenja, da ta v primerjavi z Delovim ponuja več orodij, je bolj pregleden in se pogosteje nadgrajuje.

³⁰ Dostopno na <http://www.delo.si/blog/>.

³¹ Podatki z dne 30. 8. 2006.

³² Koliko blogov gostuje na Delovem portalu, žal nismo mogli ugotoviti, zato primerjamo število objav: Delo 5 400 objav, Večer 4 811 objav. (30. 8. 2006)

Blogišče *eDnevnik* je po času nastanka drugi slovenski blogarski portal, po številu objavljenih prispevkov pa tudi največji.³³ Posebnost njihovega spletišča so domene, med katerimi lahko uporabniki izbirajo (na primer *dragidnevnik.com* ali *zivjo.com*) in možnost preklopa med angleščino in slovenščino kot jezikom vmesnika. (Vidmar 2006: 91-92) Ta portal bloge tudi razporeja v različne kategorije in nenehno izbira najboljše bloge, najbolj brane, najbolj obiskane in podobno. Tudi na tem blogišču močno prevladujejo osebni dnevniki. Med ostalimi slovenskimi ponudniki gostovanja sta priljubljena še *Najblog*³⁴ in *Blokec*³⁵ ter najnovejši *Blogos*.³⁶

Vsej tej razvejani slovenski blogosferi pa manjka malo povezanosti in organiziranosti. Prvega poskusa zbiranja podatkov se je lotil David Vidmar, ki od aprila 2004 ureja spisek slovenskih blogov (in zaenkrat le petih avdio/videoblogov), imenovan *Si blogs*.³⁷ Njegov popis blogov Slovencev, blogov o Sloveniji in blogov tujcev, ki živijo v Sloveniji, avgusta 2006 šteje več kot 500 aktivnih blogov in vsak dan se dodajajo novi (na seznam se lahko blogar sam prijavi ali pa ga prijavi kdo drug). Glede na dejansko število blogov, ki obstajajo na različnih slovenskih in tujih blogiščih (predvidevanja so, da naj bi jih bilo okoli 3 000), ta seznam zajema le del slovenske blogosfere.

Če se sprehodimo po zbranih blogih, lahko naletimo na najrazličnejše žanre, kljub vsemu pa močno prevladujejo osebni zapisi posameznikov.³⁸ Najdejo se tudi dobri novičarski in komentatorski blogi,³⁹ a veliko manj strokovnih in angažirano političnih blogov.⁴⁰ Tovrstno vplivna blogarska scena se v slovenskem prostoru še ni prav razvila. Naj na tem mestu omenimo blog *The Glory of Carniola*, ki ga piše v Sloveniji živeč Američan, novinar Radia SI Michael Manske.⁴¹ Ta aktualen blog, s komentarji in opazkami o Sloveniji in Slovencih, je februarja 2005 prejel nagrado za najboljši evropski blog, ki se osredotoča na eno državo ali regijo, in nagrado za najboljši evropski blog nasploh.

³³ Dostopno na <http://www.ednevnik.si/blog.php>.

³⁴ Dostopno na <http://www.najblog.com/>.

³⁵ Dostopno na <http://blokec.si/>.

³⁶ Glej sprotno opombo 70.

³⁷ Dostopno na <http://www.siblogs.com>.

³⁸ Bran osebni blog je na primer *Gaby*, dostopno na <http://www.lubica.net/gaby/blog/>.

³⁹ Na primer *Inspiron*, dostopno na <http://www.vecer.si/blog/inspiron>.

⁴⁰ Bloga, ki se osredotočata predvsem na računalništvo in tehnološke novice sta *Hapax Legomena*, dostopno na <http://tritecomment.blogspot.com/> in blog Davida Vidmarja *Bite my bytes*, dostopno na <http://www.vidmar.net/weblog/>.

⁴¹ Dostopno na <http://www.carniola.org>.

Vidmar blogge deli na zapisane v slovenskem jeziku in na tiste, ki jih pišejo Slovenci, a v tujem jeziku, predvsem v angleščini. Takih tujejezičnih je v času pisanja te naloge nekje ena petina.⁴² Zanimiv je tudi spisek *mrtvih blogov*, kjer pristanejo vsi blogi, ki niso bili posodobljeni več kot 90 dni. Na tem pokopališču se nahaja kar okoli tristo slovenskih blogov, na katere so avtorji pozabili, jim je zmanjkalo časa za pisanje ali pa so se morda odločili za novo identiteto, odprli nov blog in pričeli od začetka.

Med blogi, ki se nahajajo na seznamu *Si Blogs*, jih večina še vedno uporablja tuje ponudnike gostovanj (*Blogger* 46 % in *WordPress* 20 %), sledijo jim *eDnevnik* (5 %) in *Delo* (3 %) (Vidmar 2006). Koliko je dejansko vseh slovenskih blogov, je zaradi številnih strežnikov brez natančnejše analize nemogoče povedati. Še bolj nerealno pa bi bilo trditi, da poznamo število slovenskih blogarjev, saj a) lahko ima ena oseba več blogov in tega ne moremo vedeti, b) številni blogarji pišejo v tujem jeziku na tujih strežnikih in jih tako, še posebej anonimnih, ni mogoče izslediti. Z gotovostjo pa lahko trdimo, da se je število blogarjev in blogov v zadnjem letu večkratno povečalo. Erman in Sotlar (2005) navajata, da je bilo marca 2005 v spisku *Si Blogs* zbranih 69 povezav do aktivnih blogov, Katja Ošljak (2006) pa, da jih je bilo konec leta 2005 od 150 do 180. Avgusta 2006 je takih aktivnih povezav okoli 500. Čeprav je to le eden od seznamov in nikakor ne vseobsegajoč, je za vpogled v rast slovenske blogosfere vseeno dovolj dober in priča o slovenskem »*blogger boomu*« v letih 2005 in 2006.

Tudi o povprečni starosti slovenskega blogarja lahko samo sodimo. Katja Ošljak, ki je konec leta 2005 v okviru svojega diplomskega dela izpeljala spletno anketo med 108 blogarji, je prišla do podatkov, da 66,7 % slovenskih blogarjev šteje od 20 do 29 let, kar kaže na izrazito premoč te starostne skupine; z 19 % jim sledijo od 30 do 49 let stari blogarji (Ošljak 2006: 51). Po letu bliskovitega blogarskega napredka, kar je leto 2006 za Slovenijo gotovo bilo, bi bilo nujno znova analizirati slovensko blogosfero in ugotoviti, če so s prihodom novih, slovenskih blogišč pričeli blogati tudi starejši Slovenci.⁴³

Morda je marsikateri Slovenec prvič slišal za blog, ko so jih imeli zvezdniki POP TV resničnostnega šova *Bar*. Danes ima že nekaj več slovenskih majhnih in velikih zvezd svoje blogge in redno bralstvo. Ti blogi gostujejo na najrazličnejših strežnikih (npr. na portalu dnevnika *Delo*), obstaja pa tudi 'strežnik slavnih', imenovan *Rozina*,⁴⁴ ki sta ga

⁴² Na primer *Bayaland*, dostopno na <http://baya.neonatus.net/>.

⁴³ V ameriški blogosferi je stanje precej drugačno, saj je tam le 48 % blogarjev mlajših od 30 let, medtem ko je bilo v Sloveniji takih kar 80 %. (Ošljak 2006: 54)

⁴⁴ Dostopno na <http://www.rozina.si>.

postavila Jonas Žnidaršič in Marko Crnkovič in ga poimenovala *Gnezdo tihe revolucije*. Tam je zbranih le peščica avtorjev, ki pa so redno brani in komentirani: Jonas Žnidaršič, Marko Crnkovič, Mojca Mavec, Tadej Zupančič, 6 Pack Čukur in Matjaž Ambrožič.⁴⁵

Čeprav Norris zagovarja tezo, da računalniško posredovano komuniciranje in internet ne premoščata toliko temeljnih socialnih razlik med etničnimi in kulturnimi skupnostmi, temveč predvsem združujeta podobno misleče posameznike, Katja Ošljak v svoji raziskavi kohezivnosti slovenske blogosfere ugotavlja, da ta »premošča socialne razlike med posamezniki, ki vstopajo v računalniško posredovan družbeni prostor« (Ošljak 2006: 81). To bi v primeru teh blogov slavnih lahko tudi potrdili, saj lahko v komentarjih beremo o navdušenju nad komuniciranjem nekoga »slavnega« z »navadnimi smrtniki«.

Savič (2006: 11) deli nastajanje slovenske blogosfere v tri časovna obdobja s specifičnimi značilnostmi. Prva generacija slovenskih blogarjev je dosti redkeje objavljala prispevke, medtem ko je drugi val blogarjev prinesel številne, daljše in bolj pogosto objavljane prispevke. Tretja generacija, ki je pričela nastajati prav konec leta 2005, pa je znana po jedrnatosti in prevladujočih osebnih izpovedih.

Tudi v Sloveniji razvoj torej ni bil prav nič drugačen kot v svetu – z bloganjem so pričeli ljudje, ki so se tudi sicer profesionalno (ali vsaj precej) ukvarjali z računalniki in so bili tehnološko dovolj podkovani. Pridružili so se jim medijski glasovi, ki so imeli kaj povedati, tudi novinarji in politično angažirani komentatorji. S prihodom slovenskih blogišč in še poenostavljenega procesa kreiranja in vzdrževanja dnevnikov pa je slovenski prostor preplavilo veliko število osebnih zapisov o najrazličnejših tematikah. Pričakovati je, da se bodo sčasoma tudi v Sloveniji pričele oblikovati strokovne skupnosti, v katerih se bo preko blogov dejansko razširjalo znanje. Naj na tem mestu omenimo dva uspešna strokovna bloga, ki že imata svojo javnost: Spletni dnevnik,⁴⁶ blog slovenskega društva učiteljev tujega strokovnega jezika in MIKROBioLOG.⁴⁷

Kakšen pomen dobiva blogarska scena v slovenskem medijskem prostoru, si oglejmo na dveh primerih. Savič (2006: 10) opisuje fenomen Fredija Milerja, čigar videospot *Vedno si sanjala njega* se je prvič objavil na TV3 in nato takoj na spletu,⁴⁸ kjer so svoje komentarje in povezavo do spota ponujali številni blogarji doma in po svetu. Savič govori

⁴⁵ To 'gnezdo tihe revolucije' se je v septembru 2006 predstavilo na Siolovo blogišče Blogos.

⁴⁶ Dostopno na <http://sdutsj.blogspot.com/>.

⁴⁷ Dostopno na <http://mikrobiolog.blogspot.com/>.

⁴⁸ Povezava do spota se je najprej pojavila na blogu *My so called blog*, dostopnem na <http://travellingbeebee.blogspot.com> in se potem od tam razširila po spletu. (Savič 2005: 11)

o rojstvu ikone, ki jo je blogosfera pomagala ustvariti. Takšnih večjih in manjših ikon je v zadnjih mesecih nastalo še več, ko slovenski blogi dobivajo vedno več bralcev in komentatorjev in zato marsikateri obraz ali podatek hitro in učinkovito zaokroži.

Pomen blogov je opisal tudi Zvone Štor (2006a) v svojem prispevku o Microsoftovi NT-konferenci:

Doslej je bilo tako, da so partnerska podjetja po spletu vabila obiskovalce na svoje stojnice, predavatelji so po spletu hvalili svoja predavanja, Microsoft pa je poskrbel za množico objav v medijih (tudi po zaključku konference). Nova realnost, ki jo je mogoče zaznati letos, pa so blogi obiskovalcev, ki o dogodku povedo veliko več kot (suhoparna?) sporočila za javnost.

Slovenski blogi počasi dobivajo moč. Njihovi pisci so vedno bolj ažurni in natančni, poskušajo biti tudi provokativni, občasno radikalni. Kar se dogaja v Sloveniji, je pogosto ujeta na enem od številnih blogov in neka pomembnejša informacija pozornemu bralcu težje uide. Tudi nek dogodek, ki je sicer dobro medijsko pokrit, dobiva zaradi blogosfere druge razsežnosti, o njem se govori in piše dosti bolj dolgo in iz drugih, bolj osebno angažiranih vidikov.

Medtem ko v klasičnih medijih odmevajo afere o spornem objavljanju fotografij slavnih, lahko samo čakamo, kdaj se bodo pravi paparaci spravili tudi na bloge, kjer je objavljanje še enostavnejše, saj multimedijски tekst zelo hitro doseže veliko bralcev. Če bo objava dovolj provokativna in bo po blogosferi završalo, bo novica pricurjla tudi do klasičnih medijev, ki se ne bodo mogli delati nevedne. Tako bomo vedno pogosteje tudi v tradicionalne medije dobivali prave in lažne *velike zgodbe*, sprožene od blogarjev.

V slovenski blogarski prostor pa se počasi prebijajo tudi oglaševalci, ki z blogi tržijo svoje izdelke in storitve. Ko se bo okoli nekega bloga oblikovala prava interesna skupnost in bodo njene akterje izbrani oglasi res zanimali, bo z bloganjem lahko pričel služiti tudi sam avtor, kar bo slovenski blogosferi dodalo novo dimenzijo.

Menimo, da čas res dobrih in vplivnih slovenskih blogov še prihaja in da bomo tudi morali še malo počakati na blogarje, ki se bodo s pisanjem za splet in s promoviranjem tega početja lahko pričeli tudi poklicno ukvarjati, kar se v tujini, predvsem med *blogevangelisti*,⁴⁹ že dogaja.

⁴⁹ Na primer izobraževalca Will Richardson (dostopno na <http://www.weblogg-ed.com/2006/02/07>) in Terry Freedman (dostopno na http://www.terry-freedman.org.uk/artman/publish/article_596.php).

5. Vzgoja z(a) bloganje(m)

5.1 Mladi in mediji

Generacije današnjih učencev odraščajo ob novi tehnologiji in so jim računalniki, video igrice, digitalni predvajalniki glasbe, video kamere in mobilni telefoni zelo domači. Zaradi takšnega okolja in njihove tako pogoste in intenzivne interakcije z novimi tehnologijami mladostniki v marsičem že prehitevajo odrasle.

Urbanc (2006) povzema rezultate raziskave o računalniški in spletni pismenosti Evropejcev, ki jo je v drugi polovici leta 2005 opravil Eurostat. V njej je sodelovalo 123 941 gospodinjstev in 181 703 posameznikov, starih od 16 do 74 let. Splošne ugotovitve so bile, da med najbolj e-pismene države spadajo skandinavske države, Grčijo in Madžarsko pa lahko uvrstimo med države z najslabšo e-pismenostjo. Slovenija je pri večini indikatorjev malo pod ali nad povprečjem. Izpostaviti pa moramo podatek, da smo v skupini ljudi, starih od 16 do 24 let, Slovenci na prvem mestu, saj ima kar 67 % slovenskih mladih visoko stopnjo računalniškega znanja. Pri tem odgovoru krepko presegamo evropsko povprečje, ki sicer znaša 40 %. (Urbanc 2006)

V primerjavi z rezultati raziskave *Mladi in mediji* iz leta 1998 (Erjavec 1999b), ko je še večina otrok dejala, da prosti čas redko (34,5 %) oziroma nikoli (36,7 %) ne preživljajo pred računalnikom, lahko z gotovostjo trdimo, da je računalnik pridobil na pomembnosti. Če bi danes slovensko mladino vprašali, kateri medij bi izbrali za krajšanje časa na samotnem otoku – televizijo, radio, časopis, revijo, internet ali knjigo (Erjavec in Volčič 2000: 18), bi internet po našem mnenju že premagal ostalo ponudbo.

Poglejmo si še nekaj podatkov. Vesna Dolničar in Jana Nadoh (2004) sta v svoji empirični raziskavi *Medijske navade med slovenskimi mladostniki* ugotovili, da je med mladimi najpomembnejši novi medij mobilni telefon, da pa televizija še vedno prevladuje.

Leto kasneje je anketa med slovenskimi osnovnošolci pokazala, da je računalnik že premagal televizijo, saj ga je kot najljubšo izbiro za preživljanje prostega časa izbralo kar 46,6 % otrok (televizijo le 29,5 %). Pri tem se je izkazalo, da imajo računalnike raje fantje, ki ob njih tudi preživijo dosti več ur na dan. (Sedej 2005)

Tudi v anketi Olge Šuštaršič (2005) se je pokazalo, da se računalnik po količini prebitega časa ob njem že bliža televiziji. Otrokom se zdi, da imajo na računalniku vse – od igrice, do spleta, glasbe in filmov. Tako tudi ne preseneča, da je na vprašanje *Katere*

medije med naštetimi imaš najraje? večina otrok (56 %) dodelila najvišjo oceno prav internetu (sledila je televizija s 53 % in nato telefon s 40 %).

O premoči televizije nad računalnikom pa poroča raziskava vloge medijev v življenju od 8 do 18 let starih mladostnikov. Ta raziskava *Generacije M*, generacije, ki več kot četrtno dneva preživi z mediji, je med drugim pokazala, da mladi uporabljajo medije povprečno šest in pol ur na dan, v porabi pa prednjačijo tisti, ki imajo televizorje, računalnike ali druge medije v svojih sobah. Rezultati so tudi pokazali, da tisti, ki preživijo največ časa pred računalniki ali video igrigami, preživijo tudi več časa ob gledanju televizije. Tukaj avtorji omenjajo rastoč fenomen *multi-taskinga*,⁵⁰ opravljanja več stvari hkrati, v čemer so mladi tako uspešni. (Rideout in drugi 2005)

Paul Ashdown poroča o ameriški raziskavi, ki je pokazala, da se je naklada dnevnikov v drugi polovici leta 2005 zmanjšala za 1,9 %, kar je največje nazadovanje v zadnjem desetletju. Tudi podatki o gledanosti večernih televizijskih informativnih oddaj so zanimivi: leta 1980 je večerna poročila spremljalo 52 milijonov Američanov, danes le 29 milijonov. Ashdown (2005) navaja:

Velikim televizijskim in časopisnim hišam je skupno to, da upada predvsem število mladih gledalcev in bralcev. Povprečna starost gledalcev večernih poročil je 60 let, večina odraslih pod 40 letom časnikov ne bere redno, če jih sploh bere. [...] 62 % ameriških uporabnikov internetnih storitev ne ve, kaj je blog, vendar je med blogarji kar polovica starih manj kot 30 let.

Po vseh teh podatkih o odnosu mladih do medijev lahko sklepamo, da je ta res drugačen od našega, da otroci danes uporabljajo druge medije. Da pa tudi 'naše' medije uporabljajo drugače, ugotavlja Gibson (2005), ki pravi, da je prišlo do velike generacijske razlike pri sami uporabi spleta. Medtem ko je deskanje za odrasle predvsem samotarska dejavnost, s katero pridejo do novic, informacij in e-trgovin, je deskanje za mlade komunikativna in socialna aktivnost, spletno druženje.

Številni indikatorji torej kažejo, da so naši učenci v marsičem že prehiteli svoje učitelje. Ali to pomeni, da odraslih v vlogi vzgojiteljev in izobraževalcev ne potrebujejo več? Nikakor ne. Terry Freedman verjame, da otroci sicer res odraščajo s temi novimi orodji in jih znajo v tehničnem smislu dobro uporabljati, da pa ni nujno, da tudi razumejo vse te

⁵⁰ Brown (2002) nasprotuje mnenju, da se otroci, ki počnejo več stvari hkrati, ne koncentrirajo. Prepričan je, da bo prav ta kratka pozornost današnjih digitalnih učencev funkcionalna za delovanje v prihajajočem svetu hitrega menjavanja kontekstov.

procesu in da jih znajo kontrolirati. »Potrebujemo več učiteljev in izobraževalcev, ki bodo znali uporabljati ta 'kul orodja', saj bodo otroke le tako lahko vodili in usmerjali. [...] Učitelji, ki tega vlaka ne bodo ujeli, se bodo kmalu znašli v situaciji, ko bodo svojim učencem govorili v popolnoma drugem jeziku.« (Freedman 2006)

David Warlick (2005a) se sprašuje, kaj lahko kot izobraževalci rečemo o učencih, ki jih ustvarjamo? »Dokažemo lahko, da znajo brati, pisno izračunati osnove matematike in da lahko ure in ure sede izpolnjujejo oblačke delovnih listov. Nobena generacija v zgodovini še ni bila tako temeljito pripravljena za industrijsko dobo.«

Tudi Marc Prensky je prepričan, da današnji učenci niso več taki, za kakršne so bili obstoječi izobraževalni sistemi napisani. Zaradi radikalnih družbenih sprememb razmišljajo in procesirajo informacije popolnoma drugače od svojih predhodnikov. Prensky (2001) postavlja zanimivo teorijo:

Naši učenci so danes vsi 'naravni govorci' digitalnega jezika računalnikov, videoiger in interneta, imenovani 'digitalni domačini'. Navajeni so zelo hitro sprejemati informacije, jih vzporedno obdelovati ter početi več dejavnosti hkrati. Prednost dajejo naključnemu dostopu do podatkov (hipertekst) in najbolje funkcionirajo kot del omrežja.

Prensky ob 'digitalnih domačinih' (*Digital Natives*) poimenuje še eno skupino uporabnikov tehnologije: 'digitalne priseljence' (*Digital Immigrants*). Digitalni priseljenci so po njegovem mnenju tisti, ki v digitalni svet niso bili rojeni, temveč se šele zdaj učijo, eni hitreje, drugi počasneje, kako v njem živeti. Prensky je prepričan, da 'priseljenci' ohranijo nekaj naglasa iz svojega 'prejšnjega' življenja, ki se kaže v posameznikovem odnosu do računalnika. Da bodo učitelji lažje ugotovili, v katero skupino sodijo, si kot zanimivost pogledajmo nekaj primerov iz življenja 'digitalnega priseljenca':

- Kadar išče informacije, je *internet* njegova *druga izbira*.
- Natančno bere *priročnik* z navodili za nek program, namesto da bi se prepustil programu in predvideval, da ga bo program sam naučil uporabe.
- *Natisne* si elektronsko pošto, da ima pomembne podatke '*na papirju*'.
- *Natisne* si dokument, da ga lahko nato *pisno* popravi in uredi.
- Pokliče ljudi v pisarno, *naj pridejo pogledat* zanimivo spletno stran, namesto da bi jim spontano poslal njen URL naslov.
- Pokliče, *da pove, da je poslal* elektronsko pošto.

(Prensky 2001)

Zaradi tega 'naglasa', ki ga ima večina učiteljev, se bodo ti morali še posebej truditi, da se bodo na področju informatizacije in tehnoloških novosti dodatno izobraževali in samoiniciativno spremljali napredek najsodobnejših medijev. Tehnološke kompetence učiteljev namreč postajajo vedno pomembnejše. Če se učitelji ne bodo pričeli zavedati pomena tovrstnega izobraževanja, bodo hitro zaostali za svojimi učenci. Tudi z bloganjem je tako. »Blogi so računalniško manj večjim odraslim pogosto še vedno neznanka. Nedavna raziskava Pew Internet & American Life Projecta pa je pokazala, da eden od petih otrok v starosti od 12 do 17 let – kar je nekje štiri milijone – vzdržuje svoj blog. Dvakrat toliko otrok pa bloge redno bere,« je hitro udomačitev mladih z bloganjem komentiral Paulson (2006).

Skrajni čas je, da se tudi naše šolske učilnice prilagodijo mladim in medijskim trendom ter pričnejo boljše izkoriščati izobraževalne potencialne novih medijev, predvsem interneta. Med bogata in razpršena znanja, ki jih mladostniki osvajajo z uporabo spleta, sodi namreč še redefinirana pismenost 21. stoletja, ki zajema tudi »zmožnost posameznika, da bere multimedijske tekste in sprejema nove multimedijske žanre« (Brown 2002).

Ker so računalniki in dostop do spleta prvi pogoj za uspešno spletno opismenjevanje, se ustavimo še pri računalniški opremljenosti slovenskih šol. Medtem ko imajo v nekaterih šolah v tujini že večje število prenosnikov, ki so otrokom ves dan na voljo in jih lahko celo čez vikend odnesejo domov (Risbridger 2006), je v Sloveniji opremljenost in uporaba računalnikov v osnovnih šolah še vedno na nizki ravni. Gerlič (2005) ugotavlja, da tretjina slovenskih osnovnih šol v prostem času računalnikov ne da na razpolago, oziroma da ima okoli 65 % šol v prostem času izkoriščenost manj kot 25 %. Ti podatki o neekonomičnosti in neustreznosti izrabljenosti najsodobnejše izobraževalne tehnologije po Gerličevem mnenju kažejo na didaktično neusposobljenost in nemotiviranost učiteljev v odnosu do tehnologije. Gerlič je prepričan, da mora slovenski izobraževalni sistem, ob skrbi za strojno in programsko opremo, v prvi vrsti poskrbeti za usposobljene učitelje, ki bodo računalnike uporabljali pri vseh predmetih.

Da bi ustvarjalno uporabo računalnikov v slovenskih šolah vsaj malo spodbudili, bomo s to nalogo skušali pokazati, kako lahko splet aktivno vključimo v vzgojo za medije in s tem boljše izkoristimo računalniško tehnologijo ter mlade boljše pripravimo za izzive prihodnosti. Da se nam ne bo treba kot Freedmanu (2006) spraševati:

»Kaj ima s kurikulumom 19. stoletja ponuditi učitelj 20. učencem 21. stoletja?«

5.2 Izbirni predmet Šolsko novinarstvo

Izbirni predmet Šolsko novinarstvo je enoleten in se izvaja v tretji triadi devetletne osnovne šole, v obsegu ene ure tedensko oziroma 35 ur na leto. Skupaj z Literarnim klubom in Dramskim klubom tvori tematski sklop, ki nadgrajuje predmet Slovenščina. Ta predmet se je razvil iz nekdanjih osnovnošolskih novinarskih krožkov in uredništev šolskih glasil in je tako tudi eden njegovih glavnih ciljev ustvarjanje medijskega izdelka – razrednega časopisa, radijske in/ali televizijske oddaje.

Učence uči kritično sprejemati in tvoriti neumetnostna, predvsem publicistična besedila, spoznavajo najpogostejše stalne oblike novinarskega sporočanja, razvijajo sposobnost izražanja, razčlenjujejo časopisni in revijalni tisk, sledijo radijskemu in televizijskemu programu. Učenec bi naj tudi sodeloval v uredniškem odboru in napisal najmanj en prispevek za razredni ali šolski časopis in za objavo na šolskem radiu oziroma televiziji. Predmet ponuja tudi možnosti raziskovalne dejavnosti na področju slovenskega jezikoslovja in stilistike ter slovstvene folkloristike in dialektologije. Šolsko novinarstvo se povezuje z drugimi predmeti in področji, med drugim tudi z vzgojo za medije, likovno in tehnično vzgojo in računalništvom. (Mohor in Saksida 2004)

Potrjen delovni zvezek je *Naš čas-opis* (avtorji Košir, Mohor in Stanonik, 1999).

Ker je eden ciljev Vzgoje za medije tudi lastno medijsko ustvarjanje, so si vsi izbirni medijski predmeti, tako Tisk, Televizija, Radio, kot tudi Šolsko novinarstvo, komplementarni in se na marsikaterem področju prekrivajo. Za pričujočo raziskavo o bloganju je tako relevanten tudi izbirni predmet Šolsko novinarstvo. S poudarkom na praktičnem delu je njegov učni načrt dober didaktični pripomoček tudi za učitelja Vzgoje za medije. V tem učnem načrtu je spletno ustvarjanje celo že predvideno. Med funkcionalnimi cilji namreč najdemo: »učenci objavljajo svoja publicistična besedila na medmrežju«. (Mohor in Saksida 2004)

Kadar torej v okviru te naloge pišemo o uporabi blogov in bloganja pri vzgoji za medije, mislimo s tem tudi na Šolsko novinarstvo. Tudi pri tem predmetu (morda še posebej pri tem) je bloganje lahko idealen pripomoček in hkrati produkt učenja, ki je zaradi svoje sodobnosti in priljubljenosti za mlade novinarje gotovo tudi privlačen.

Da pa v celotni raziskavi ne bi bilo treba vedno znova omenjati vseh medijskih predmetov, smo se odločili, da z nadpomenko 'vzgoja za medije', ki je širše obsegajoč pojem, zajamemo vse štiri predmete. Kadar se na Vzgojo za medije eksplicitno obračamo kot na izbirni predmet, uporabljamo v besedilu veliko začetnico.

5.3 Izbirni predmet Vzgoja za medije

Potreba po sistematični vzgoji za medije se je v svetu jasno pokazala že pred dvajsetimi leti. Strokovnjaki različnih držav so že leta 1976 oblikovali splošni kurikularni model za poučevanje tega predmeta. Šest let kasneje so na Unescovem mednarodnem simpoziju v Nemčiji predstavniki 19 držav sprejeli Deklaracijo o vzgoji za medije, v kateri so med drugim zapisali, da moramo očiten vpliv in pomembnost medijev sprejeti, se zavedati njihove vloge in funkcije ter razvijati kritično razumevanje komunikacijskih pojavov (Košir in Ranfl 1996: 11). Karmen Erjavec in Zala Volčič (2001) vidita namen vzgoje za medije v ustvarjanju okolja, ki bo osnova za javno komuniciranje, kjer se bo mogoče z aktivnostjo in razpravo naučiti razumevati trenutne medijske prakse in politiko medijske reprezentacije. Eden od glavnih argumentov za vpeljevanje vzgoje za medije pa je tudi želja, da bi pasivne uporabnike medijev spremenili v aktivne državljane.

Ko razmišljamo o učencih kot pasivnih gledalcih, ki bi jih radi spremenili v aktivne spletne producente, pridemo do pomembnega stika med vzgojo za medije in bloganjem oziroma do vzgajanja z bloganjem. S to nalogo in predvsem v tem poglavju želimo pokazati, kako in zakaj je tudi bloganje lahko odličen pristop k medijskemu vzgajanju.

Vzgoja za medije: tisk, radio, televizija je leta 1999 postala izbirni predmet v zadnji triadi slovenskih devetletnih osnovnih šol.⁵¹ Vsak izbirni sklop lahko obiskujejo učenci 7., 8. in 9. razreda po eno uro tedensko oziroma 35 ur na leto. Učni načrt zanj je sestavila predmetna kurikularna komisija za Vzgojo za medije, v sestavi treh strokovnjakinj s Fakultete za družbene vede Univerze v Ljubljani: dr. Mance Košir, dr. Karmen Erjavec in mag. Zale Volčič, slednji sta tudi avtorici veljavnih učbenikov.

Ustavimo se pri sami opredelitvi predmeta (Košir in drugi 2001: 5):

Izbirni predmet vzgoja za medije je sestavni del devetletnega osnovnošolskega družboslovnega izobraževanja v 7., 8. in 9. razredu. Vzgoja za medije bo omogočila učencem dostop do medijev, naučila jih bo analizirati, kritično ocenjevati in izdelovati različne komunikacijske oblike (časopis, televizijske in radijske oddaje, iskanje po internetu itd.). Vzgoja za medije bo medijsko opismenjevala učence za kritično in ustvarjalno uporabo sporočil v medijsko zasičeni družbi. Pri predmetu si bodo učenci pridobili znanje in navade, ki jih bodo iz pasivnih potrošnikov izoblikovale v aktivne državljane.

⁵¹ V šolskem letu 2004/2005 so Vzgojo za medije poučevali v 76 slovenskih osnovnih šolah, v šolskem letu 2005/2006 pa že v 117 šolah. Bolj poznan in uveljavljen predmet je Šolsko novinarstvo, ki se je iz priljubljene interesne dejavnosti spremenilo v izbirni predmet. (Šuštaršič 2005: 78)

Razlogov za uvajanje tega predmeta je veliko: popolna medijska zasičenost sodobnih družb, velik ideološki vpliv medijev, naraščanje pomena informacij, visoka raven medijske produkcije, prevlada vizualne komunikacije, pomembnost izobraževanja mladih ljudi za izzive prihodnosti, nacionalni in internacionalni pritiski na privatizacijo informacij ter deregulacija tiska in RTV sistemov.

Čeprav se v samem imenu predmeta internet še ne pojavlja, je v opredelitvi predmeta že govora o komunikacijski obliki *iskanja po internetu*. Takšna obravnava interneta kaže na to, da je pred petimi leti, v času nastanka tega učnega načrta, internet že bil prisoten v naši medijski zavesti, a kljub temu še ne tako pomemben ali pogosto uporabljan, da bi ob tisku, radiu in televiziji predstavljal četrti, enakopraven tematski sklop. Internet obravnavamo v sklopu izbirnega predmeta Televizija. Pozorni smo lahko tudi na dejanski opis dela z internetom, ki se v tej definiciji pojavi kot *iskanje*. V naslednjem učnem načrtu bodo učenci gotovo vključeni kot bolj aktivni uporabniki spleta, ne zgolj kot bralci, temveč tudi v vlogi producentov tekstov namenjenih širšim množicam.

Trenutno veljaven učni načrt pod vsebino *Internet* predvideva naslednje:

Vsebina	Standardi znanja Učenci znajo:	Cilji	Dejavnosti, didaktična priporočila	Pojmi
•Internet	•pojasniti značilnosti interneta • iskati vsebino po internetu	• seznanitev z bistvenimi značilnostmi novih tehnologij, še posebej interneta; • zmanjšanje morebitnega strahu pred novo tehnologijo; • prebujanje radovednosti za delo z internetom	• prikaz delovanja interneta • pogovor o tem, kakšne so prednosti interneta • učenci iščejo informacije na internetu	• internet • interaktivnost • hipertekst

Tabela 5.1: Del učnega načrta Vzgoje za medije. Vir: (Košir in drugi 2001: 14).

Otroci gotovo morajo biti poučeni o samih značilnostih interneta in ključnih pojmih kot sta interaktivnost in hipertekst, čeprav pričakujemo, da so starejšim najstnikom te vsebine delno že znane. Velika večina slovenskih mladostnikov nam danes že zna prikazati delovanje interneta, naštetih nekaj njegovih prednosti ter s pomočjo različnih iskalnikov poiskati informacije. Menimo, da sta tako zadnja dva cilja za današnjo generacijo spletnih navdušencev že delno zgrešena: otroci danes nimajo strahu pred

internetom in so glede vsega, kar se tiče spleta, tudi zelo radovedni, pogosto dosti bolj od svojih učiteljev. Spletne tehnologije so morda osvojili še pred svojimi starši in že lep čas živijo aktivno spletno življenje, tudi v blogosferi.

S to analizo pridemo do zaključka, da je ta del učnega načrta Vzgoje za medije po petih letih hitrega razvoja spleta in aktivnih spletnih občinstev potreben prevetritve.

5.3.1 Moj vodnik je zaslon

Avtorici Karmen Erjavec in Zala Volčič sta za učence devetletne osnovne šole pripravili dvoje gradiv, učbenik *Tisk – očem obisk* in delovni zvezek *Moj vodnik je zaslon*. Obe knjigi sta v bistvu delovni zvezek in učbenik hkrati, v katerega otroci rešujejo naloge, odgovarjajo na vprašanja, se odločajo med ponujenimi možnostmi in ob njem nasploh ustvarjalno razmišljajo. Privlačnosti in zabavnosti teh gradiv še vedno ne gre oporekati, medtem ko je njihova aktualnost že vprašljiva. Krivec je znova internet. V času nastanka učbeniških gradiv (1999, 2000) je njuna vsebina gotovo ustrezala ideji Vzgoje za medije, danes, menimo, je že drugače. Čeprav se v podnaslovu druge knjige bohoto beseda internet (*Moj vodnik je zaslon: Vzgoja za medije – televizija in internet*), je temu mediju namenjenih zelo malo strani. Če seštejemo strani obeh gradiv, pridemo nekje do števila 235, od česar je le sedem strani namenjenih temu sodobnemu mediju. Ti podatki niso kritika obstoječih učbenikov, temveč le komentar razvoja medijske družbe in prikaz potrebe po novih ali vsaj dopoljenih učnih gradivih.

Kaj najstnike o internetu uči delovni zvezek *Moj vodnik je zaslon* (Erjavec in Volčič 2000)? Najprej učenca seznanjajo z nastankom in razvojem interneta, »svetovnega omrežja računalniških mrež«, z osnovno opremo in internet storitvami (izmenjava sporočil preko elektronske pošte, pregledovanje informacij na svetovnem spletu, novičarske skupine, klepeti v živo in navidezna resničnost). Nato mladostnike opozori, da ne smejo nikoli dajati osebnih informacij in fotografij ali se sestajati 'v živo' (ta opozorila še danes ostajajo ista in nikoli prevečkrat ponovljena). Ustavi se tudi pri prednostih in slabostih interneta (med slednjimi izpostavimo kriminal in lahek dostop do vsebin kot so pornografija, pedofilija, propaganda, verski skrajneži) in značilnostih elektronske pošte (tudi opozorilo pred virusi). Teoriji sledijo naloge s podanimi odgovori, med katerimi učenci izbirajo prave in se obenem učijo dodatnih dejstev o internetu. Na mladim prikupen način sledi osnovno spoznavanje svetovnega spleta, na primer: »Vrstica za opisovanje lokacij je osnovni del programa in jo lahko opišemo kot prst, ki odpre knjigo

na točno določeni strani.« (Erjavec in Volčič 2000: 80) Za konec učence čakajo še tri naloge: brskanje po spletu, iskanje spletnih strani slovenskih medijev in pisanje elektronske pošte.

Vsekakor lahko rečemo, da so teorija in vaje v delovnem zvezku dobro zastavljene, da pa je tudi že čas, da tovrstno gradivo dobi posodobljen dodatek. V novem zvezku bi učence gotovo obravnavali in še bolj aktivno vzgajali ne le kot uporabnike, temveč tudi kot medijske producente. Temu primerne bi bile tudi vaje, ki bi se večinoma predstavile na splet, da se o tem sodobnem mediju ne bi učili na papirju, saj otroci potrebujejo tako teorijo kot prakso, posledično pa še pomoč pri konkretnem delu s spletom.

5.4 Zakaj blogati pri vzgoji za medije?

Blogi so naravni dar za razred. [...] Blogati pomeni brati in pisati. Ko učenci blogajo, pišejo, da lahko berejo, in berejo, da lahko pišejo. Gre za učenje pismenosti, za poučno aktivnost, ki se sama ohranja in vzdržuje.

David Warlick

Velik zagovornik uporabe bloganja v šolah, Ewan McIntosh (2006b) izpostavlja tri glavne elemente motivacije učencev a) občinstvo, b) namen in c) glas. McIntosh je prepričan, da bodo učenci pri delu z blogi visoko motivirani, kar se bo pokazalo tudi v njihovem učenju in rezultatih. Njegove argumente si pogledjmo v luči medijske vzgoje.

Učenci bodo z veseljem objavili svoje prispevke, če se jim bo zdelo, da imajo kaj povedati. »Otroci pripovedujejo dobre zgodbe in so strokovnjaki v stvareh, ki jih imajo radi – pustite jim biti zavzeti in navdušeni, tudi če se pojavi napaka ali dve, pustite jim komunicirati s *pravim občinstvom*.« (McIntosh 2006b) Takšno pravo občinstvo smo si pred par leti lahko le želeli in prispevke učencev morda na vse načine poskušali nekje objaviti, da bi jih kdo prebral, pokomentiral, dal otrokom povratno informacijo. Danes nam splet, to ogromno družbeno omrežje omogoča iskanje občinstev za bloge naših učencev. Ker torej želimo v učencih zbuditi nekaj novinarskega duha, nam bo to gotovo prej in bolje uspelo, če bo odzivno občinstvo reagiralo na njihove prispevke. Zaradi želje po uporabi slovenščine smo pri iskanju bralcev in komentatorjev sicer omejeni na slovensko blogosfero, čeprav je tudi enostavnejša angleška stran lahko dober primer.

Učenci morajo čutiti *namen* – zakaj določeno nalogo počnejo oziroma kaj bo (kratkoročen) rezultat njihovega početja. Če si bomo uro (v našem primeru medijske vzgoje) zastavili tako, da bomo imeli na koncu objavljene njihove lastne prispevke, posneto krajšo radijsko oddajo ali video, morda za objavo pripravljeno kritiko ali kos

literarnega besedila, bodo učenci pri sami uri intenzivneje sodelovali. »Vedeli bodo, kako dobro jim gre, ko bodo videli, kje so trenutno na poti do končnega, otipljivega izdelka. Dajte učencem pravi razlog, nekaj, kar jim je blizu, in oni bodo v izdelek vključili vse, kar so in vse, kar znajo,« pravi McIntosh (2006b).

Če želimo, da bodo učenci res pisali in bili kot mladi novinarji produktivni, jim pustimo svoj *glas*. Naj povedo, kar imajo *oni* povedati, naj sami izbirajo teme svojega pisanja. Morda te ne bodo vedno najbolj aktualne, najbolj primerne ali širši javnosti najbolj zanimive, a jih bodo vsaj okupirale. »In otroci, ki so za nekaj zavzeti, se učijo. Če jih stvar ne pritegne, se ne bodo,« je prepričan McIntosh (2006b). Če bomo učencem pri pisanju bloga pustili odprte roke ali pa jih vsaj ne bomo preveč omejevali, bodo oni to sprejeli kot svoj projekt, kot nekaj, kar je odvisno od njih, od njihove zavzetosti in vloženega truda. Blogosfera ponuja za vsakogar nekaj. Tako bo par učencev lahko s ponosom gledalo svoje športne prispevke, nekaj jih bo tekmovalo, kdo bo boljši novičar, spet drugi bodo razvijali svojo literarno ali fotografsko žilico. Bloganje nas bo pripeljalo tudi do čisto prave vaje v žanrih.

»Kot sleherno vzgojo tudi medijsko zanima človek kot oseba, njegova svobodnost, ustvarjalnost, avtonomnost njegovega duha. Ustvarjati prostor za možnosti takega razvoja je temeljna dejavnost (tudi medijske) vzgoje.« (Košir 1996: 109) Tudi blogosfera je tak javni prostor, ki v posameznikovi interakciji z drugimi in s samim sabo razvija človeka kot osebnost, mu daje (skoraj) vso svobodo izražanja, ga spodbuja k ustvarjalnosti in mu dopušča vso avtonomijo, zato je zelo primerna virtualna učilnica. Zakaj bi se v njo podali prav pri Vzgoji za medije? Sledi opis tega izbirnega predmeta (Košir in drugi 2001: 17):

Celovita vzgoja za medije učencem omogoča, da se socialno zblizujejo, krepijo medsebojno komunikacijo in prek vstopa v javne množične medije tudi komunicirajo z drugimi. Spodbuja jih, da se estetsko izražajo, in z oblikovanjem stališč ter moralnih standardov, gradijo svoj osebni etos. Tako zasnovano medijsko opismenjevanje omogoča kritično razmišljanje o ponujenih medijskih vsebinah in podobah. Gre za ustvarjalni vstop v množičnokomunikacijski prostor. Eno in drugo je potrebno tako nam kot otrokom, da bi zmogli postati kritični državljani, ki se zavedajo človekovih pravic in svojih dolžnosti, svoje človeške in državljanske svobode.

Menimo, da bloganje temu opisu tako zelo ustreza, da bi lahko besedni sklop »celovita vzgoja za medije« tudi nadomestili z »bloganje«, pa bi bil tekst še vedno veljaven. Kajti tudi bloganje s svojim sistemom komentiranja omogoča in spodbuja socialno zblíževanje in medsebojno komunikacijo, bolj kot katerikoli medij pred njim. Z blogi bodo učenci

lahko enostavno in hitro vstopili v naj sodobnejši množični medij – splet in tam komunicirali z drugimi. Ko se bodo kot blogarji razvijali, bodo gradili svoj osebni etos in izboljševali svoje estetsko izražanje. S pogostim pisanjem in razmišljanjem ob njem bodo hitreje in bolje oblikovali svoja stališča in utrdili svoje moralne standarde. S premiki po hipertekstu in z dodajanjem povezav svojim besedilom se bodo urili v kritičnem razmišljanju o ponujenih vsebinah in podobah ter tako postali vedno bolj osveščeni, kritični in zahtevni medijski uporabniki.

Učni načrt Vzgoje za medije (Košir in drugi 2001: 8) predvideva tudi prebujanje zavesti in oblikovanje meril o moralno nespornem novinarstvu, razvijanje strpnega in spoštljivega odnosa do drugih, pogovor o tem, kako naj novinarji spoštujejo človekovo zasebnost, kako slediti načelu podajanja resnice, kako pisati odgovorno in humano. Če se bomo odločili učence vpeljati v blogosfero, ali pa se tam z njimi enostavno dobiti, ker so vstopili že pred nami, se bomo zelo hitro srečali z vsemi temi pomembnimi vidiki medijskega vzgajanja in bloganje bo dalo odlične iztočnice za razpravo. Prav vseh zgoraj naštetih odgovornosti se bodo učenci kot aktivni in zavedni blogarji tudi izkušensko naučili, kar daje bloganju, vključenemu v redni pouk ali v obšolske aktivnosti, dodatno vrednost in pomen. Preko bloganja pa se bodo srečali tudi s praktičnimi, pravnimi in etičnimi vidiki ustvarjanja hiperteksta (Campbell).

Zavedamo se, da »vzgoja za medije ni le vzgoja z mediji« (Košir 2000), ne smemo pa zapraviti vzgojnega in izobraževalnega potenciala, ki ga ta nov spletni medij ima. S spoznavanjem zakonitosti blogosfere in aktivnim vstopom vanjo bodo učenci z mediji vzgajani za medije. Preko bloganja se bodo učili tako brati kot pisati, poslušati in govoriti, kritično gledati in selekcionirati medijske vsebine, oblikovati lastne besedilne in slikovne tekste. Tudi David F. Warlick zagovarja vključitev bloganja v šolski kurikulum, saj prepozna njegov potencial v avtentičnih nalogah iskanja, branja in presojanja informacij (Warlick 2005b: 16):

Naj učenci postanejo blogarji, komunikatorji z rastočim občinstvom. Z bloganjem jih bomo bolj učinkovito opismenjevali, tako v tradicionalnem pomenu besede, kot tudi v kontekstu novo nastajajoče definicije pismenosti v omrežno povezanem okolju digitalnih informacij.

Poznamo dve ravni medijske pismenosti, reflektivno in produktivno (Košir 1996). Otroci bodo medijsko pismeni, ne le če bodo znali kritično razmišljati o medijih, njihovih izdelkih, kanalih in lastnikih, temveč ko bodo tudi sami udeleženi v produkciji medijskih

besedil. Kot je zapisala Koširjeva (1996: 115): »Človek ni celostno bitje, dokler pristaja samo na odzivanje. Ne le reagirati, temveč delovati, delovati, delovati! Moč ima namreč tisti, ki deluje in postavlja druge v položaj odzivanja.« Pri Vzgoji za medije ne gre zgolj za kratkotrajno učenje; osvojena znanja in razumevanje medijev bodo učencem pomembna popotnica za življenje. »Da bi otroci zrasli v kritične osebnosti, ki bodo znale uresničevati svoje človekove in državljanske pravice, jih mora medijska vzgoja učiti dejavne, produktivne uporabe medijev.« (Košir 1996: 116)

Učenci po slovenskih šolah so skupaj s svojimi mentorji že dolga leta dejavni in ustvarjalni producenti medijskih izdelkov – izdajajo časopise, jih opremljajo s fotografijami in stripi, morda imajo celo svoje radijske postaje, snemajo video in filmske izdelke in se gredo televizijo. Če so včasih morali narediti stenske časopise, da so drugi lahko prebrali, kaj si o čem mislijo in morda celo dodali kak komentar, so danes na voljo drugačna, današnji mladini privlačnejša sredstva, ki spodbujajo njihovo komunikacijsko ustvarjalnost in jih pozivajo k aktivnemu sodelovanju - blogi.

Eden glavnih atributov bloganja je, da spodbuja konverzacijo. Če bi naj medijska vzgoja torej učila »pogovarjanja s samim seboj in pogovor z drugimi« (Košir 1996: 116), se izkaže, da je to moderno spletno orodje lahko tudi odličen izobraževalni pripomoček. Curry (v Kline in Burstein 2005: 276) pravi, da bi v šolah otroke morali učiti bloganja, saj je idealno za spodbujanje in učenje branja in pisanja. »Naj berejo bloge svojih prijateljev, sodelujejo v projektih, naj starši berejo bloge, naj jih drugi ljudje komentirajo. Naj otroci delajo lastne novice in se ob tem učijo vseh odgovornosti, ki sodijo zraven.« Bloganje izboljšuje tudi izrazne zmožnosti, pisanje učencev. Ne le zato, ker to postane redno in pogosto, temveč tudi zato, ker se zaradi občinstva otroci za prispevke potrudijo.

Pisanje za občinstvo izven meja šole daje učencem dragocene izkušnje za kasnejše življenjske situacije, ki bodo vključevale pisno izražanje. Če učenci vedo, da jih nekdo res bere, previdno izberejo ton in slog svojih besedil, njihovo organizacijo in vsebino. Ko enkrat dojamajo, da je njihovo pisanje res nekje tam zunaj, v svetu, se to hitro in dramatično izboljša.

(Ganley 2005)

Uporaba blogov pri vzgoji za medije je torej odličen način medijskega opismenjevanja in vzgajanja posameznikov. Za zaključno podkrepitev te suverene trditve si pogledjmo še nekaj ciljev iz učnega načrta izbirnega predmeta Vzgoja za medije (Košir in drugi 2001) in jih aplicirajmo na bloganje kot aktivnost pri pouku. Postavljamo naslednje trditve:

1. Učenci se bodo z aktivnim in osveščenim bloganjem naučili kritično analizirati, ocenjevati in izdelovati raznovrstne medijske oblike.
2. Učili se bodo ustvarjalno pisati in kritično izbirati medijska sporočila ter v množici blogov poiskati najpomembnejše / najbolj kredibilne / najbolj zanimive.
3. Zaradi svoje udeležbe v blogosferi bodo bližje aktivnemu državljanstvu in ne le pasivni potrošniki medijev.
4. Bloganje bo razvijalo lastnosti, ki so pogoj za razvoj pozitivne samopodobe posameznika, njegove celovite osebnosti ter za samostojno družbeno delovanje.
5. Na konkretnih primerih bodo spoznali, kako se oblikujejo novice in novinarski žanri, kako prihaja do medijske konstrukcije pomena, kakšna je delovna rutina novinarjev.
6. S pomočjo šolskega ali razrednega bloga bodo vzpostavili oziroma okrepili sodelovanje z lokalnimi mediji in drugimi institucijami, kar bo učvrstilo njihovo medsebojno povezanost in povezanost šole s krajem. To jih bo tudi učilo temeljev državljske aktivnosti.
7. Z objavljanjem prispevkov in komentiranjem tujih bodo dejavno sodelovali v razpravah in razvijali samostojnost pri odločanju, sodelovanju in izražanju stališč.
8. Z branjem blogov bodo pričeli aktivno prepoznavati različna mnenja, argumente in vrednote, kar bo vodilo h kritičnemu odnosu in razmišljanju, ki je eden temeljev kakovostne medijske kulture.
9. Digitalno pismeni učenci bodo motivirani za uporabo bloga kot šolskega medijskega projekta, ki lahko v veliki meri nadomesti šolsko glasilo, celo šolski radio in šolsko televizijo.
10. Bloganje bo k pouku prineslo pogovor, razmišljanje in pisanje o konkretnih aktualnih dogodkih iz medijskega in družbenega sveta.

Pri bloganju gre »zares«. Učenci dobijo možnost uresničiti svojo komunikacijsko pravico in 'pravi' javnosti sporočiti, kaj mislijo. To jih iz uporabnikov medijev spremeni v medijske producente in jim podeljuje moč. Preko bloganja, ki je vedno subjektivno in kjer gre tudi za »pokazati svoj jaz v medijskem izdelku« (Košir 1996), pa mladostniki hkrati spoznavajo in prepoznavajo tudi lastno identiteto. Po tako sodobni, z bloganjem obogateni vzgoji za medije učenci ne bodo več le *spremljali* množičnih medijev, temveč bodo v njih aktivno sodelovali ter s pomočjo blogov poskušali najti svoj medijski glas.

5.5 Blogajmo!

Vse ideje pričujoče raziskave se tukaj stekajo v točko, ko želimo kot učitelji vzgoje za medije bloge dejansko uporabiti za objavljanje medijskih izdelkov naših učencev. Današnji osnovnošolci bodo bolj kot nad lastnim tiskanim časopisom navdušeni nad spletno verzijo le-tega. Ob ustvarjanju za splet se bodo učili vseh odgovornosti, ki sodijo k tovrstni medijski produkciji in postajajo v modernem svetu vedno bolj pomembne. Pisali bodo prispevke, jih opremili z najrazličnejšimi vizualnimi podobami, celo z zvokom in videom. Bogate povezave, ki jih bodo s pomočjo hiperteksta lahko ustvarili, bodo vodile do drugih prispevkov, do drugih medijev. Tako se bodo intenzivno in pogosto srečevali tudi s klasičnimi mediji, kot so na primer dnevniki in radijske oddaje, s katerimi ima povprečen slovenski najstnik sicer manj stika.

Najprej se postavi zelo tehnično vprašanje – kako sploh ustvariti nov blog? Ker je navodil in priročnikov (predvsem na spletu) že dovolj⁵² in je proces tudi zelo enostaven, se v okviru te naloge ne bomo spuščali v tehnična navodila za vzpostavitev spletnega mesta, kot tudi ne v primerjavo programskih orodij, ki so za to na voljo. Naj le povemo, da za kreiranje svojega oziroma razrednega bloga potrebujemo kakšnih deset minut in zelo osnovno tehnično znanje. Če bomo v svoj projekt vključili računalničarja (ali smo sami dovolj večji programskega jezika), lahko blog postavimo na šolskem strežniku in se s tem dolgoročno rešimo vseh omejitev, sicer pa izberemo lažjo pot – eno od blogišč, ki nam ponujajo enostavno in brezplačno gostovanje bloga. Med tujimi ponudniki so najbolj priljubljene platforme *Blogger* (enostaven, največji, eden prvih), *WordPress*⁵³ (ni oglasov, možnost kategorij), *LiveJournal*, *Windows Live Spaces*, *Yahoo! 360* in druge.⁵⁴ Ker pa morda le želimo uporabiti slovensko blogišče in dati učencem več možnosti za slovensko bralstvo, se lahko odločimo za enega slovenskih ponudnikov: *Delo Blog*, *Večerov Blog*, *eDnevnik*, *VoljaBLOK*, *Blokec*, *NajBlog*, *Blogec*, *Blogos* in morda že jutri še kak nov.⁵⁵

⁵² Dostopnih na <http://englishcedblog.blogspot.com> (18. 2. 2006), <http://mhetherington.net/blogs/?p=8>, http://joedale.typepad.com/integrating_ict_into_the_/2006/09/tes_ict_blog_ho.html in drugih.

⁵³ Na tej platformi gostuje tudi blogišče namenjeno prav šolam in učencem. Postavil ga je avstralski izobraževalec James Farmer in je dostopno na <http://learnerblogs.org>. Drugo platformo za gostovanje šolskih blogov z omogočenim ekstenzivnim moderiranjem je postavil izobraževalec David F. Warlick in je dostopna na <http://classblogmeister.com>.

⁵⁴ Dostopno na <http://www.blogger.com>, <http://www.wordpress.com>, <http://www.livejournal.com>, <http://spaces.live.com>, <http://360.yahoo.com>.

⁵⁵ Dostopno na <http://www.delo.si/blog>, <http://www.vecer.si/blog>, <http://www.ednevniki.si>, <http://blog.volja.net>, <http://blokec.si>, <http://www.najblog.com/>, <http://www.blogec.si/>, <http://blog.siol.net>.

Ko smo izbrali ponudnika gostovanja,⁵⁶ samo sledimo njegovim navodilom in po zelo enostavni poti v parih korakih vzpostavimo svoj ali razredni blog. Med nastavitvami je morda najpomembnejše, da določimo učencem primerno stopnjo moderiranja prispevkov in komentarjev in pripravimo kategorije za prispevke.

Za začetek bloganja, predvsem če je to tudi naš začetek dela s tem orodjem, je najbolje, da imamo razredni blog, na katerega učenci lahko tudi objavljajo, lahko pa služi zgolj kot organizator dejavnosti, kjer mentor objavlja navodila in nasvete ter dodaja povezave do blogov učencev in ostalih zanimivih spletnih strani. Da učence opolnomočimo in jim dejansko damo možnost in priložnost pravega bloganja, je vsekakor prav, da čim prej postavijo svoje bloge. Bloge lahko urejajo individualno ali v majhnih skupinah, ki jih lahko poimenujemo tudi uredništva.

S kakšnimi aktivnostmi naj smiselno zaženemo razredni blog? Ker je bloganje precej nova dejavnost in predvsem v našem izobraževalnem sistemu še nepreizkušena, smo po nekatere odgovore segli izven meja države. V spletni anketi, ki je bila v okviru avtoričine prve raziskave o blogih izpeljana med učitelji angleškega jezika (Bezić 2006),⁵⁷ smo z enim od vprašanj ugotavljali, katere blogarske aktivnosti so med mladimi najbolj priljubljene. Rezultati, ki so delno sicer že bili objavljeni, so zelo uporabni tudi za učitelje medijske vzgoje, saj je dobro, da že pred začetkom dela z blogi vemo, s čim bomo učence najlažje pritegnili in jih tudi obdržali pri projektu. Izhajajoč iz preferenc mladih blogarjev navajamo aktivnosti, ki jih kot učitelj medijske vzgoje lahko izvajamo pri pouku.

Sodeč po odgovorih, otroci zelo radi komentirajo tuje prispevke. V blogosferi imamo tako krasno priložnost, da jih naučimo kritičnega branja, izbiranja, razmišljanja. Med množico blogov bodo izbirali tiste, ki so 'vredni' njihovih komentarjev, in se na njih odzvali s svojim mnenjem. Izražanje mnenja pa je za (medijsko) vzgojo še kako pomembno. Če želimo, da naš razredni blog funkcioniira kot nek spletni časopis, je nujno, da jih naučimo ne le komentirati tuje prispevke, temveč se nanje tudi nanašati v svojih

⁵⁶ Primerjave orodij lahko najdemo v prispevkih Aarona Campbella (2005) in Davida Vidmarja (2006).

⁵⁷ Povezava do ankete je bila poslana učiteljem, ki so aktivno sodelovali v delavnici o bloganju, šesttedenskem spletnem izobraževanju, ki ga je TESOL, ameriška organizacija za učitelje angleščine kot drugega oz. tujega jezika organizirala v začetku leta 2006. Nekateri izmed anketirancev so povezavo do ankete našli v blogu avtorice te naloge (dostopno na: <http://anitaslo.blogspot.com>). Na anketo je odgovorilo 39 učiteljev z vsega sveta (iz Argentine, Avstralije, Brazilije, Bolgarije, Kanade, Kolumbije, Češke, Danske, Francije, Nemčije, Grčije, Madžarske, Japonske, Mehike, Nove Zelandije, Slovenije, Španije, Sudana, Švedske, Velike Britanije, Združenih držav Amerike in Venezuele), demografski podatek, ki kaže na globalnost blogarskega fenomena in njegovo prisotnost med izobraževalci.

zapisih. Blog bo veliko bolj učinkovit, zanimiv in konsistenten, če bodo prispevki bogati s hipertekstualnimi povezavami, ki bodo semantično povezovala besedila.

Mladostniki, kot vsi pišoči subjekti, radi pišejo o stvareh, ki zanimajo *njih*. Kot mentor bloganja jim moramo tako dopustiti precej proste roke pri izbiri tem oziroma jih z določanjem vsebin ne smemo preveč omejevati. S konstantnim diktiranjem vsebine bloga ta izgubi dve svojih najpomembnejših lastnosti – spontanost in individualnost. Najbolje bo, če znotraj razreda ustanovimo prej imenovana 'uredništva'. Učenci se bodo tako sami odločili, katere teme jih najbolj zanimajo in jih bodo v svojih blogih tudi pokrivali. Tako bodo eni skrbeli za prispevke s sveta kulture, drugi športa, tretji bodo delali intervjuje, ipd. Informacije za objave bodo lahko nabirali v neposrednem šolskem okolju, lahko pa bodo tudi naročeni na RSS vire blogov ali drugih spletnih medijev, ki njihovo tematiko obravnavajo. Z iskanjem virov se bodo sčasoma naučili najti prave in pomembne informacije, seveda pa jim bo tudi učitelj mentor pomagal najti kredibilne in kakovostne povezave. Vsako uredništvo bo naredilo svoj uredniški koncept in tudi vizualno skrbelo za svoj blog, na njem bodo s komentarji sodelovali še vsi ostali. Blogi bodo med seboj hipertekstualno povezani, do vseh pa bodo vodile tudi povezave z glavnega razrednega bloga. Ker bodo učenci morali izbrati primeren naslov svojega bloga, skrbeti za kakovost svojih zapisov in za njihovo ažurno posodabljanje, se bodo ob bloganju naučili nekaj pomembnih lekcij novinarstva.

Če pišemo blog v slovenščini, na medkulturne izmenjave mnenj, ki jih imajo otroci sicer zelo radi, ne moremo preveč računati (še vedno pa se lahko skupina učencev odloči za tujejezično uredništvo in ti na blogu objavljajo prevedene povzetke besedil). Lahko pa kot redno prakso vpeljemo izmenjavo med slovenskimi šolami, ki se bodo lotile kakšnega blogarskega projekta. Mentorji vzgoje za medije se povežejo in z opozarjanjem na šolske bloge širijo občinstvo svojega in vseh ostalih blogov. Ker je komunikacija z drugimi v bistvu ena glavnih lastnosti bloganja in velik motivacijski faktor, bodo otroci vztrajali pri pisanju svojega bloga le, če bodo brani. Za občinstvo pa naj pomaga poskrbeti njihov mentor. Gotovo bo veliko bralcev in komentatorjev že med učenci šole, kjer blog nastaja, ter njihovimi starši in prijatelji, vseeno pa je dobro poskrbeti, da se za bloga izve tudi navzven, da lahko tako tudi nevtralni, neznani bralci berejo in komentirajo prispevke ter s tem odpirajo vrata v širši javni prostor. Komentarja »od zunaj« bodo učenci še posebej veseli in se bodo tako pričeli tudi bolj zavedati javnosti svojega početja. Če bodo pričeli vsaj malo tekmovati za bralce, se bo raven njihovih prispevkov še dvignila.

Med najbolj priljubljene blogarske aktivnosti mladi štejejo dodajanje fotografij⁵⁸ in drugih ilustracij ter avdio in video posnetkov. S takšno medijsko konvergenco lahko pridemo do zelo kakovostnih prispevkov učencev. Ena skupina lahko na primer pripravi besedilo o nekem dogodku, druga doda glasbo ali glasovno sporočilo, ki dogodku ustreza, tretja pa pripravi video posnetek. Ko je vse to na precej enostaven način združeno na enem spletnem mestu, blogu, smo priča sodobnemu mediju, ki ga lahko danes samostojno ustvarijo tudi zelo mladi uporabniki spleta. Ti bodo na svoje izdelke še kako ponosni. Ko se recimo na šoli kaj pokvari, je tam že naš novinar, ki zadevo fotografira in nato posnetek, skupaj s krajšim tekstom, objavi na blogu – aktualno, ažurno, očesu privlačno. Če bi ta prispevek moral čakati do konca meseca (leta?), ko znova izide šolski časopis, zgodba o razbiti šipi gotovo ne bi bila več zanimiva. Eden izmed številnih spletnih orodij, ki omogočajo integracijo različnih medijskih formatov, je BubbleShare.⁵⁹ To enostavno orodje omogoča objavljanje fotografij opremljenih z zvočnim opisom dogajanja. Tovrstni zvočno-vizualni album je lahko pripravljen v nekaj minutah, zaradi svoje enostavnosti in privlačnosti pa bo mlade ustvarjalce, tako kot gledalce prispevkov, gotovo navdušil.

V učnih načrtih Vzgoje za medije (Košir in drugi 2001) in Šolskega novinarstva (Mohor in Saksida 2002) se nahaja tudi pogovarjanje o radijskih vsebinah in ustvarjanje lastne radijske oddaje. Če je bilo tovrstno ustvarjanje kdaj vendarle bolj zapleteno, potem lahko rečemo, da blogosfera tudi tukaj na stežaj odpira vrata. S pomočjo avdioblogov (oziroma podkastov, pododdaj, kot je bila beseda *podcast* slovenjena) lahko učenci na zelo enostaven način ustvarjajo svoje »radijske« oddaje.⁶⁰ Samo snemanje zahteva le nekaj tehničnega znanja, mikrofona in dostop do interneta. Pri vsej zadevi pa je še posebej zanimivo, da lahko učenci te oddaje poslušajo tako v šoli kot doma, da jih lahko sproti, brezplačno objavljajo na splet, da lahko njihovi sošolci pustijo komentarje za vsak posnetek in da dobijo te njihove oddaje pravo publiko. Ker so otroci danes praviloma navdušeni nad vso to novo tehnologijo, bodo pri ustvarjanju tovrstnih oddaj gotovo uživali. Pozabimo lahko na kasetne magnetofone in zamudna kabelska presnemavanja, a

⁵⁸ Eden najbolj razširjenih pripomočkov za izmenjavo in spletno shranjevanje slik je *Flickr* (dostopen na <http://www.flickr.com>).

⁵⁹ Dostopno na <http://www.bubbleshare.com/>.

⁶⁰ Najbolj priljubljene strani za ustvarjanje podkastov so dostopne na <http://audacity.sourceforge.net/>, <http://www.podomatic.com/>, <http://podcast.com/home.php>. Za enostavnejše in krajše avdio posnetke je primerno tudi zelo enostavno spletišče *Odeo* (dostopno na <http://www.odeo.com>). Obstajajo pa tudi številni sezname tematsko razdeljenih podkastov, na primer <http://www.podcast.net/>.

še vedno ustvarjamo dobre posnetke šolskega pevskega zbora, orkestra, folklornega petja, koncerta, literarnega večera, pogovora z zanimivimi sogovorniki, zvočne zapise dogodkov in prireditev v svojem kraju ipd., kot je predvideno z učnim načrtom (Mohor in Saksida 2002). Oddajanje lahko postane redno in neke vrste izmenjava med razredi ali šolami. Tako lahko recimo mesečno oddajo o svojem kraju posnamejo vedno drugi trije učenci, da se do konca leta zvrsti cel razred. Ko bodo učenci ugotovili, da imajo resnično publiko, da se na njihove oddaje kdo odziva, bo to gotovo še stopnjevalo motivacijo.

Naša anketa je tudi pokazala, da učenci radi odgovarjajo na kvize in anketna vprašanja, povezave do katerih pa je tudi zelo enostavno dodati v stranski meni bloga. Novinarska ekipa lahko tako tedensko sprejema odgovore sošolcev in nato objavlja drobne analize 'javnega mnenja' o neki pereči ali zabavni šolski problematiki. Ob tem se učenci naučijo sestaviti anketo ter poiskati in analizirati odgovore nanjo.⁶¹

Mladih sicer še ne učimo pisati pravih recenzij, nič pa ni narobe, če se kot kritiki preizkusijo v komentiranju knjige, ki so jo prebrali, filma, ki so ga videli, morda kakšne pesmi, ki bi jo radi pokomentirali. Lahko se odločimo za tedensko rubriko, v kateri vsakič drugi učenci objavljajo tovrstne prispevke, jim dodajajo povezave do spletnih strani, kjer je več podatkov o komentiranem, navajajo mnenja 'pravih' kritikov in se nasploh učijo sodobnega multimedijskega ustvarjanja. Zagotovo lahko pričakujemo tudi komentarje, kar bo učencem nudilo kakovostno povratno informacijo. Ker bo njihov prispevek bralo veliko ljudi (in ne na primer le njihov mentor), se bodo zanj bolj potrudili in sami sebi sčasoma postavljali vedno višje standarde.

Ko se pri vzgoji za medije učimo o žanru intervju, lahko v blogu na primer najavimo intervjuvanca (uspešen učenec šole, zanimiv učitelj, pomemben vaščan, ipd.) in nato preko komentarjev sprejemamo vprašanja ostalih učencev šole. Mlad novinar se nato sam odloči, katera vprašanja bo uporabil in v kakšnem vrstnem redu jih bo postavjal. Ko bo tak intervju objavljen, bo pritegnil veliko že neučakanih bralcev.

Našteli in opisali smo le nekaj možnih aktivnosti, da bi si bloganje v razredu učitelji lažje predstavljali. Za uspeh bloga in same medijske vzgoje pa bomo naredili največ, če bomo učencem spodbudno stali ob strani, jim svetovali in jih opozarjali, večji del aktivnosti pa prepustili prav njihovim idejam in domišljiji. Bloganje ima velik izobraževalni in vzgojni potencial, saj je njegova ustvarjalnost brezmejna, izkoristimo to!

⁶¹ Eno od enostavnih orodij za ustvarjanje spletnih anket je dostopno na <http://www.surveymonkey.com>.

5.6 Problematična področja bloganja

Svetovalec: Kateri problem bolj prispeva k nevarnosti interneta, pomanjkanje znanja ali apatija?

Učitelj: Ne vem in me tudi ne zanima.

Vicki A. Davis

Otroci so v komunikacijskem procesu specifična ciljna skupina, definirana kot subjekt, ki ga je potrebno dodatno zaščititi pred vplivom, ki bi ga mediji lahko dolgoročno imeli na njihov duševni in čustveni razvoj. Ta vpliv ni univerzalen, temveč je omejen z osebnostnimi, socialnimi in kontekstualnimi dejavniki (Erjavec 1999a). Mlade uporabnike spleta, ki so vedno le klik stran od škodljivih spletnih vsebin, moramo na blogosfero pripraviti. Zavoljo večanja njihovih jezikovnih, komunikacijskih in socialnih sposobnosti in spretnosti moramo vzeti v zakup tudi problematična področja bloganja.

Na blogih, ki jih bodo brali, se bodo pojavljale tudi manj primerne, celo škodljive vsebine. Njihovi vrstniki bodo pod masko anonimnosti blogali o alkoholu in drogah, spodbujali k nezdravim dietam in nasploh neprimernemu načinu življenja, dodajali bodo seksualno eksplicitne fotografije in v svojih zapisih uporabljali neprimeren jezik. Država poskuša nadzorovati nelegalno elektronsko trgovanje in otroško pornografijo, a tudi te vsebine zaidejo na njim popolnoma neprimerna mesta. Tovrstne škodljive vsebine je zelo težko nadzirati ali celo cenzurirati, saj je zaradi *svetovnosti* svetovnega spleta nacionalna regulacija nemogoča. Nadzor nad neprimernimi spletnimi vsebinami se sicer lahko delno izvaja znotraj nekega strežnika, neke domene, kar pa večinoma deluje po principu obveščanja uporabnikov, da so naleteli na sporni material. Ponudnik spletnega mesta lahko po pregledu strani tako vsebino tudi odstrani. Utopično pa bi bilo misliti, da bo splet kdaj čisto nadzorovan in da ljudje, ki bodo želeli objavljati otroško pornografijo, ekstremno nasilje ali nestrpne tekste, ne bodo prišli do svojega spletnega mesta.

Ali potemtakem bloganje le ni za osnovnošolce? Na spletu vse zgoraj naštetu že obstaja in najstniki, če to želijo, že imajo dostop do takšnih vsebin. Starši in učitelji si moramo prenehati zatiskati oči in jim v tem novem nepredvidljivem medijskem svetu čim prej priskočiti na pomoč. V učenje medijske pismenosti vključimo tudi bloganje, saj se ga kot učitelji mentorji lahko lotimo sistematično in otroke pri samem procesu previdno spremljamo in usmerjamo. Brandt (2006) kot problematične teme, o katerih se moramo z učenci resno pogovoriti, izpostavlja predvsem plagiatorstvo ter vprašljivo točnost in verodostojnost podatkov, objavljenih na spletu, pravi: »Prav nič ne koristimo otrokom, če

jih nameravamo skriti in 'zaščititi' pred izzivi tega novega, digitalnega sveta. Tragično bi bilo zamuditi priložnost in otrok ne-naučiti odgovornega in etičnega vedenja.«

Preden se z učenci dejansko podamo v spletne vode in jih poskušamo z ustvarjanjem blogov aktivno vključiti med ostale družbene akterje, smo jih kot njihovi učitelji in vzgojitelji dolžni naučiti nekaj osnovnih lekcij o spletu. Eden dobrih načinov, kako se lotiti tako pomembnih tem in ustvariti res varno in prijetno okolje za delo, je skupno sestavljanje seznama pravil spletnega obnašanja, ki se ga morajo učenci držati. V veliko pomoč nam je pri tem lahko nov slovenski spletni portal o varni rabi interneta za otroke in mladostnike *Safe.si*, projekt, ki ga izvajata Fakulteta za družbene vede in ARNES, financira pa Generalni direktorat za informacijsko družbo pri Evropski komisiji. Na njihovi privlačni spletni strani bomo našli izčrpna navodila in opozorila ter namige in nasvete za delo z internetom.⁶²

Ustavimo se še pri nekaterih pomembnejših vidikih vzgoje za bloganje.

o **Avtorske pravice**

V slovenski zakonodaji področje avtorskih pravic ureja Zakon o avtorskih in sorodnih pravicah, spletne kršilce zakona pa je zaradi številčnosti dokumentov in njihove globalne razpršenosti zelo težko odkriti. Učencem moramo dati jasno vedeti, da ima vse na spletu svojega avtorja in da smo ga, če ga le poznamo, dolžni navesti. Zaradi številnih plagiatov ter kraje besedil in slik med blogi, so že nastali spletni servisi, ki iščejo tvoje besedilo po tujih spletnih straneh. Učenci morajo vedeti, da teksta, zaščenega z avtorskimi pravicami, brez eksplicitnega dovoljenja avtorja v celoti ne smejo objaviti ali celo uporabiti v komercialne namene.

S prihodom spleta se je urejanje področja avtorskih pravic dodatno zapletlo in potrebno je bilo najti nove rešitve. *Creative Commons*⁶³ je neprofitna organizacija, ki se trudi ustvariti fleksibilen sistem avtorskih pravic za internetne uporabnike. Član njene uprave Joi Ito je dejal, da oni seveda niso *proti* avtorskim pravicam, temveč le trdijo, da stvar ni le črna ali bela. »Kot avtor nekega dela imaš ves spekter pripadajočih pravic in zakaj ti ne bi bilo omogočeno, da se kateri od njih tudi odrečeš, kadar to sam želiš. Mi želimo pripraviti avtorje do tega, da se zavestno odločijo, katere pravice bodo ohranili in katerih se odrekli. Ko se odločijo, naj to dajo jasno vedeti,« pravi Ito (2005: 146). Tudi v

⁶² Dostopno na <http://www.safe.si/>.

⁶³ Dostopno na <http://creativecommons.org>.

slovenščini je dostopna spletna stran te organizacije, ki »ustvarjalcem ponuja vnaprej pripravljene prosto dostopne licence, s katerimi jasno določijo dovoljene in nedovoljene uporabe svojih del, tako da lahko dela svobodneje in zakonito krožijo med uporabniki«. ⁶⁴ Učencem predstavimo to spletno stran in jih vzgajajmo v poštene blogarje.

o **Zaupnost in varnost**

Različne raziskave in analize spletnih strani mladih uporabnikov kažejo na to, da so ti do spleta preveč zaupljivi. Nekateri objavljajo svoja polna imena in priimke, dodajo še svojo fotografijo, naslov ulice, kjer živijo, še kakšno fotografijo vrta, po možnosti pa še svoj urnik in kopico drugih osebnih, tudi intimnih podatkov. Pogosto blogišča, ki ponujajo gostovanje mladim uporabnikom, izrecno prepovedujejo objavo tovrstnih informacij in na blogih posameznikov zahtevajo anonimnost ter celo grozijo z izbrisom bloga, če bo do nespametnega razkrivanja podatkov kljub vsemu prišlo. ⁶⁵ Učence tudi opozorimo, da na svojih blogih ne smejo objavljati fotografij in osebnih podatkov drugih vrstnikov, razen če so jim ti to izrecno dovolili. Objavljanje priimkov in natančnejših podatkov o šoli in njenih učiteljih ni dovoljeno.

Ker je zloraba osebnih podatkov preko spleta vedno bolj pogosta, moramo biti na to še posebej pozorni. Ni treba, da si neprestano črnogledo zamišljamo scenarije potencialnih kriminalcev, pedofilov ali drugih nevarnih oseb, ki prežijo na naše učence, a določena mera previdnosti je nujno potrebna. Učence vseskozi opozarjajmo, da je navezovanje stikov z (lažnimi) spletnimi prijatelji in načrtovanje kakršnihkoli srečanj 'v živo' zelo tvegano početje, saj se za virtualnimi identitetami pogosto skriva nekdo drug. ⁶⁶

Tako kot neprimerne obnašanja ne smemo dovoliti svojim učencem, moramo primerno reagirati tudi, ko na *njihov* blog zaidejo neprimerne vsebine. Kot administratorji lahko bloge učencev moderiramo in z njih odstranujemo neprimerne komentarje ali spam sporočila, ki so reklame za določene (otrokom pogosto neprimerne) vsebine. Takoj moramo ukrepati, kadar zaslutimo, da je otrok priča nadlegovanja, pa četudi 'zgolj' verbalnega nasilja. Pereč problem v svetu in na spletu namreč postaja prav vrstniško nadlegovanje preko novih medijev (*cyber bullying*). Psihologinja Urška Žugelj (2006)

⁶⁴ Dostopno na <http://www.creativecommons.si>.

⁶⁵ Glej na primer OpenDiary, dostopno na <http://www.opendiary.com/rules.asp>.

⁶⁶ Mica Kovačič (2006) piše o izvorni kanadski oglaševalski akciji »Chat Room Chums« (Kolegi iz klepetalnice), s katero želi program Be Web Aware preko tiskanih oglasov in velikih občestnih plakatov dvigniti zavest o lažnih spletnih identitetah. Po njihovih podatkih se je eden od petih najstnikov že sestel z nekom, ki ga je spoznal na spletu. Dostopno na <http://www.bewebaware.ca>.

opozarja na čustvene posledice, ki jih tovrstne negativne izkušnje in različne zlorabe pustijo na otrocih. »Sem spadajo nasilje, na katerega lahko naletite s pregledovanjem spletnih strani, ali pa celo neposredni nasilni napadi s pošiljanjem lažnih sporočil, spletnih strani ipd. Potem so tu še različne oblike nadlegovanja, ki se lahko spremenijo tudi v spolno nadlegovanje.« Poskrbimo, da bodo otroci na spletu varni.

Ko govorimo o zaupanju spletu, moramo učence opozoriti tudi na drugo plat medalje, dejstvo, da stvari na spletu ostanejo zapisane za vedno. Tudi če jih avtor sam odstrani, so ti zapisi lahko ujeti v arhivih spletnih iskalnikov, v zasebnih arhivih, na tujih blogih. Učencem moramo povedati, da deskanje le ni tako anonimno, kot si morda mislijo in da bodo te njihove podatke lahko tudi čez pet, petnajst let brali njihovi partnerji, delodajalci, sovražniki, da pa si tega morda le ne želijo. Obstajajo celo servisi, ki za delodajalce poiščejo vse spletne informacije o osebi – in včasih jih za dobro službo najdejo preveč.

○ **Spoštovanje spletnega bontona**

Če želimo otroke vzgojiti v dobre medijske potrošnike in producente, gotovo ne smemo zanemariti medijske etike, učiti jih moramo strpnosti, spoštljivosti in drugih splošno civilizacijskih norm in vrednot. Čeprav so učenci na spletu lahko anonimni in lahko v svojih blogih poljubno izbirajo svoje nove identitete, je prav, da se zavedajo, da tudi na spletu obstajajo pravila obnašanja, ki jih je treba spoštovati. Če jih bomo pri ustvarjanju šolskih blogov vzgajali v vljudne in spoštljive uporabnike spleta, bo ta njihov odnos, upajmo, prevladal tudi v njihovih prostočasnih spletnih aktivnostih, tako osvobojenih žalitev, preklinjanja, blatenja, poniževanja in obrekovanja posameznikov. Jezik, ki ga v blogih in komentarjih nanje uporabljajo, mora biti nesporen, brez rasističnih, seksističnih ali kako drugače nestrpnih izrazov. Naj ne počnejo in ne pišejo stvari, ki jih v realnem življenju ne bi. Pokažimo jim, koliko se z vljudno komunikacijo da doseči.

○ **Tehnične nevarnosti**

Veliko koristi bomo tudi naredili, če bomo učence vedno znova opozarjali pred škodljivimi vsebinami kot so različni virusi, ki lahko poškodujejo ali uničijo vsebino računalnika ali pa preko nas, tudi brez naše vednosti, povzročajo škodo drugim. Opozoriti jih moramo tudi na doslednost in zbranost ob spletnem objavljanju, da ne bodo z enim klikom miške po nesreči izbrisali prispevka ali celo celega bloga.

6. Popotnica učiteljem

6.1 Potencial bloganja za razvoj miselnih procesov

V bloganju so neizmerne možnosti za vzgojo in izobraževanje, ki lahko pripeljejo družbeno komuniciranje ter ustvarjalno izmenjavo med posamezniki na popolnoma nov nivo.

Eide in Eide

Če koga dosedanji argumenti naloge še niso prepričali o pozitivnem vplivu bloganja na posameznika in družbo, bo to morda uspelo psihologoma Eide (2005), ki sta ugotovila, da bloganje, pomembna družbeno-kulturna sila, vpliva na naše mentalne aktivnosti in posledično razvija naše možgane in miselne procese. Tukaj so povzeti njuni argumenti:

1. *Blogi so idealen format za promocijo kritičnega in analitičnega mišljenja.* Zaradi svoje interaktivne razsežnosti blogi promovirajo aktivno izmenjavo in kritiko ter hkrati vabijo k povratni informaciji, odzivu bralca. Povezave k drugimi spletnim stranem vodijo do člankov, ki ponujajo alternativne, drugačne ideje in poglede. Bralec jih lahko asimilira v poljubnem tempu in si vzame čas za analizo, interpretacijo in kritično refleksijo.
2. *Bloganje je lahko vpliven spodbujevalec ustvarjalnega, intuitivnega in asociativnega mišljenja.* Ker je ena od glavnih karakteristik blogov njihovo pogosto posodabljanje, to od avtorja zahteva konstantno produkcijo besedil in neprekinjeno objavljanje. Blogi tako promovirajo spontanost, hitre asociacije in občasno bizarne ideje.
3. *Blogi promovirajo analogno mišljenje.* Z branjem blogov, ki jih za obče bralstvo blogosfere pišejo profesionalci, na primer odvetniki, filozofi in razni drugi akademiki, lahko blogar spozna njihovo analogno mišljenje. Ker so z blogi izmenjave mnenj in teorij med strokovnjaki postale splošneje dostopne, smo lahko neprestano priča njihovim novim argumentom, ki jim kot bralci sledimo, jih vrednotimo in se s tem razvijamo.
4. *Z bloganjem smo izpostavljeni kakovostnim informacijam, ki nam v blogosferi postajajo vedno bolj in lažje dostopne.* V blogih strokovnjakov in različnih drugih poučenih piscev najdemo povezave do številnih dejstev, argumentov, primarnih virov in dodatne literature, kar nas pripelje do večje izpostavljenosti kakovostnim podatkom in k njihovemu globljemu razumevanju.

5. *Bloganje je kombinacija najboljšega: samostojnih refleksij in socialnih interakcij.* Bloganje dejansko združuje dva zelo pomembna ključa do uspeha – samostojno razmišljanje in delo ter delo v skupini, delo z drugimi. Ko blogarjeve objave zaokrožijo po spletu in nase pritegnejo kredibilne komentarje, se lahko odprejo čisto nova polja razmišljanj in razprave.

(Eide in Eide 2005)

6.2 Zakaj učitelji blogajo?

Skoraj vse, kar mi bloganje z mojimi učenci ali za njih daje, spreminja moje poučevanje na bolje.

Ewan McIntosh

Bloganje v izobraževalne namene se je najprej pojavilo v Združenih državah Amerike, kjer so želeli z blogi spodbuditi ustvarjalno in kritično pisanje. Kot navajata Bartlett-Bragg in Farmer (2005), je nekaj ameriških institucij in številni individualni učitelji pričelo blogati že leta 2001, s čimer so tako učenci kot učitelji postajali bolj opolnomočeni, motivirani, razmišljujoči in medsebojno povezani praktiki. S prvo raziskavo o blogih (Bezić 2006)⁶⁷ smo ugotovili, da je velika večina anketiranih (tujih) učiteljev (74 %) srečala bloge že pred letom 2005, ko je avtorica naloge prvič slišala, da tovrstni spletni medij sploh obstaja. Njihova uporaba v šolskem okolju se je med vprašanimi pričela leta 2002 in se precej povečala z lanskim letom 2005.

Campbell (2003) deli izobraževalne bloge na mentorske bloge, razredne bloge in bloge učencev. Vse bloge namenjene izobraževanju pa lahko imenujemo tudi edublogi. Njihovi avtorji so izobraževalci, ki pišejo o učenju in poučevanju, o šoli, učencih, učiteljih, o novih metodah in pristopih, o integraciji sodobnih tehnologij v redne šolske ure, o učnih materialih in izzivih, o vzgojnih težavah ali dosežkih svojih učencev. Bloganje pa v izobraževalne namene samostojno uporabljajo tudi učenci, dijaki, študentje, akademiki, ki jim blogi služijo kot pripomoček pri študiju in kot osebna platforma mnenj, znanj in povezav. Bloganje se je izkazalo kot uspešno tudi pri učenju na daljavo, saj so študentje kljub prostorski oddaljenosti lahko nemoteno študirali, raziskovali in sodelovali.

⁶⁷ Glej opombo 57.

V svetu se vedno več blogov odpira prav v šolah in drugih izobraževalnih institucijah in vedno več učiteljev ima svoj blog, v Sloveniji smo šele na začetku.⁶⁸ V raziskavi (Bezić 2006) nas je tako zanimalo, koliko anketiranih učiteljev tujega jezika ima svoj blog in zakaj blogajo. Rezultati so pokazali, da ga 10 % vprašanih nima (predvsem zaradi pomanjkanja časa, tem in tehnološkega znanja), 64 % vprašanih pa je multiblogarjev, kar pomeni, da imajo več kot en blog. Med aktivnimi blogarji je bilo več takih, ki so svoj blog poimenovali *profesionalen* (torej strokoven, vezan na poklic, ki ga opravljajo), ne pa *oseben* (v smislu spletnega dnevnika lastnih doživljanj in izkušenj). Da bi v njihovih odgovorih prepoznali še kakšno dobro lastnost bloganja, si pogledimo njihove razloge:

- Rad imam bloganje s svojimi učenci in z učenci vsega sveta. Bloganje je za nas postalo pomembna dejavnost, skozi katero mladostniki v varnem okolju izražajo svoje ideje in občutke ter se drug od drugega veliko naučijo.
- Bloganje je najboljši način za izmenjavo informacij in asinhrono povezavo med ljudmi.
- S pomočjo bloga komuniciram s svojimi učenci in jih spodbujam k pisanju.
- Blogi so odlični za moj profesionalni razvoj, saj z bloganjem izmenjavam ideje z ostalimi učitelji, česar mi moje trenutno delovno okolje sicer ne dopušča. S pomočjo blogov ostajam na tekočem z razvojem tehnologije in idejami za poučevanje.
- Imam različne bloge za različne namene: osebne, profesionalne in razredne bloge za posamezne skupine učencev.
- Z bloganjem dajem dober primer svojim učencem in si z drugimi učitelji izmenjujem ideje o poučevanju. Blogam pa tudi zato, ker je zabavno.
- Ne morem ne-blogati. Kot učitelj uživam tako v profesionalnem bloganju, kot tudi v pisanju prispevkov za blog, ki ga berejo moji učenci. Ne morem pa pisati bloga o osebnih zadevah, ker me to spominja na nek javni dnevnik, česar pa si resnično ne želim.
- Imam družinski blog, kjer objavljam fotografije, novice in video posnetke svojih najbližjih, saj živimo v drugi državi kot preostala družina. V svojem profesionalnem blogu poskušam spremljati svoj dnevnik učenja in posodabljati svoj aktualen življenjepis.
- Moj glavni razlog za bloganje je profesionalna rast. V svojem blogu razmišljam o integraciji tehnologije v poučevanje. Pravkar pričnjam eksperimentirati s svojim osebnim blogom, v katerega pišem poezijo.

⁶⁸ Slovenske primere uporabe blogov pri pouku lahko najdemo pri Šarolti Godnič Vičič z Visoke šole za turizem, Portorož (dostopno na <http://sarolta.eslblogs.org>) in pri Francu Viktorju Nekrepu z ljubljanske Biotehniške fakultete (dostopno na <http://mikrobiolog.blogspot.com>).

- Ker rad pišem, sem pričel blogati. Zdaj je to zame postala pomembna vsakodnevna aktivnost. Ker me bloganje osrečuje, sem pričel v to aktivnost uvajati tudi svoje učence.
- Blogal sem enkrat z mesečnega potovanja, sicer pa s sodelavcem vzdržujeva profesionalni blog, kjer razglabljava o blogih in njihovi rabi ter vsakodnevnih aktivnostih v razredu. Blogi so dober prostor za shranjevanje idej in spodbujajo premišljevanje o zame pomembnih temah.
- Blogam, ker želim deliti znanje in ideje z drugimi ljudmi.
- Blogi omogočajo asinhrono delovanje. Učenci lahko rešujejo naloge v svojem tempu in ob času, ki jim odgovarja, tako niso prisiljeni funkcionirati v tempu celotne skupine.
- Blog je dober za ohranjanje stikov, za shranjevanje dogodivščin, razmišljanj in profesionalnih izkušenj, pa tudi kot arhiv raznih spletnih orodij, na katere naletiš.
- Blog je moj osebni zapis poti učenja, zapis stvari, ki jih vidim in počnem. Tako lahko kadarkoli najdem svoje stare projekte in ideje, ki so še obogatene s komentarji bralcev.

6.3 Nasveti izkušenih praktikov

Če želimo bloge uporabljati pri pouku, se moramo zavedati, da bo za uspešen projekt potrebno vložiti precej truda in časa, tako s strani učencev kot s strani mentorja. Da bi bili slednji boljše pripravljene na možne zaplete, smo bolj izkušene učitelje povprašali, na kakšne težave so naleteli pri bloganju z učenci (Bezić 2006). Njihove odgovore smo opisno združili in jih tukaj nekaj povzemamo:

- Težko je začeti – o čem bo pisal, kako bo pisal, zakaj bo pisal. Učenci pogosto čakajo na navodila in naloge, namesto da bi objavljali spontano.
- Nekateri učenci se ne želijo izpostavljati pred razredom ali pred spletnim občinstvom, drugi nimajo dovolj izkušenj pri delu z računalnikom in spletom, pri tretjih je prisotno pomanjkanje interesa za delo z računalnikom. Med delom na blogih jih tudi hitro zanese na druge spletne strani (klepetalnice, forume).
- Včasih pozabijo, da so blogi javni medij in da ni vseeno, kaj in kako pišejo. Pogosto zanemarijo jezikovno pregledovanje prispevka pred objavo in porabijo ogromno časa za dodajanje vizualnih in zvočnih materialov.
- Bloganje jim je le v začetku zanimivo - ko osvojijo tehnologijo, se naveličajo. Tako je nujno vzpostaviti mrežo bralcev, da blogi interaktivno in hipertekstovno zaživijo. Če ni komentarjev, avtorji izgubijo veselje.
- Prihaja do tehničnih težav in zapletov (npr. pozaba gesla ali uporabniškega imena, težave z e-pošto, težave s programsko opremo, z internetno povezavo, ipd.). Izven šole nimajo vsi rednega dostopa do interneta, tudi v šoli je dostop omejen.

V mednarodni spletni anketi učiteljev tujega jezika (Bezić 2006) smo dobili tudi precej koristnih in pomembnih namigov izkušenih praktikov. V upanju, da bodo njihovi nasveti koristili tudi učiteljem vzgoje za medije, ki se bodo bloganja lotili, smo njihove odgovore strnili in opisno povzeli. Anketiranim smo zastavili vprašanje: *Kakšen bi bil vaš nasvet učitelju, ki pričinja svojo prvo blogarsko izkušnjo z učenci?*

- Najprej sami postanite blogar, pišite in berite bloge, da boste čim prej sami izkusili ta proces eksperimentalnega in izkušenskega učenja. Delite svoje izkušnje z drugimi učitelji.
- Pričnite postopoma, s skupnim blogom, nato nadaljujte k individualnim. Tako se bodo učenci počasi naučili tehničnih platí bloganja. Ne imejte veliko različnih blogov, ker jih bo težko redno posodabljeti in spremljati.
- Ne precenjujte računalniškega znanja učencev. Bloganje se ne bo kar *zgodilo*. Potrebno je prav toliko vodenja, motiviranja in spremljanja kot pri katerikoli drugi nalogi ali projektu.
- Prepričajte se, da učenci vedo, kako blogosfera deluje in bodite zraven pri prvih korakih. Pokažite jim primere dobrih blogov. Pripravite enostavna, a natančna navodila. Poiščite jim občinstvo in razložite javno dimenzijo bloganja.
- Pokažite jim, koliko se lahko z uporabljanjem blogov naučijo in kakšno povezavo ima bloganje s cilji predmeta. Odločite se, koliko in kako dolgo boste nadzirali njihovo delo. Bloge preverjajte in občasno ocenjujte.
- Poiščite zanimive teme in pripravite ustvarjalne naloge, ki bodo vodile h komunikaciji in interakciji ter tako kreirale spletno skupnost.
- Redno berite zapise svojih učencev, spoštujte njihovo delo in cenite njihov trud. Ne popravljajte jih direktno na blogu in puščajte komentarje kot bralci, ne kot učitelji.
- Kombinirajte obvezni in prostovoljni del bloganja in spodbujajte učence, naj blogajo, kadarkoli želijo.
- Sprejmite bloganje kot aktivnost, v kateri bodo nekateri učenci uspešni, drugi pa je ne bodo marali. Vsekakor jim predajte delo in nikar ne počnite vsega sami. *Oni* se učijo bloganja.
- Ne glejte na bloge kot na še eno orodje za domače naloge. Sprejmite in uporabljajte jih kot pomočnike pri vzpostavljanju konverzacij in prepletanju družbenih vezi.
- Opozorite jih, naj ne objavljajo prepoznavnih fotografij, priimkov, naslovov in e-naslovov ter telefonskih števil. Naj vam povedo, če prejemaó kakršnekoli nezaželene tekste ali fotografije. Poskrbite tudi za redno blokiranje *spam* komentarjev.
- Zapišite si njihova gesla, uporabniška imena, spletne naslove blogov in e-poštne naslove.
- Seznanite starše z vašim načrtom in pridobite njihovo soglasje.
- Bodite entuziasti, a hkrati potrpežljivi in spodbudni, učenci se morajo udomačiti. Ne obupajte, če ne bo takojšnjega uspeha, tudi bloganje se mora 'prijeti'.

6.4 Slovenski edublog

Ko sem razmišljala, kaj lahko sama storim za hitrejšo in uspešnejšo integracijo bloganja v slovenski izobraževalni prostor, se je dokončno izoblikovala ideja, ki se je dolgo prebujala – povezati slovenske edublogarje. Ker menim, da so takšni sodobni izobraževalci čisto svojstvena skupina blogarjev, ki se od političnih, dnevniških in tehnoloških precej razlikuje, se mi zdi nujno, da se tudi v Sloveniji oblikuje skupnost, ki bo osmišljala in spodbujala rabo bloganja v izobraževalne namene.

Kot aktivna članica mednarodne edublogarske skupnosti resnično verjamem v sodobno, sodelovalno, izkušnjsko in vseživljenjsko učenje, ki ga kakovostno bloganje ponuja. Po devetmesečni udeležbi v tem strokovno specifičnem delu blogosfere⁶⁹ in po vsem, kar me je ta naučila, se mi zdi pošteno in nujno, da to znanje, izkušnje ter povezave do kredibilnih in ustvarjalnih edublogarjev delim tudi s slovenskimi izobraževalci.

Da bi zagnala kolesje razvoja, sem na novo ustanovljenem blogišču Blogos⁷⁰ ustvarila spletno mesto in ga poimenovala Slovenski edublog.⁷¹ Na njem nameravam ažurno objavljati svoja in tuja spoznanja o rabi blogov v izobraževalne namene, dodajati koristne povezave, zbirati avtorje vseh slovenskih izobraževalnih blogov, opogumljati začetnike in se učiti od strokovnjakov. Predvsem si želim, da bi prišlo do ustvarjalne izmenjave idej ter medsebojne podpore in sodelovanja. Prepričana sem, da bodo kmalu tudi slovenski učitelji pričeli bolj množično blogati in bo tako v našem spletnem prostoru nastalo več učiteljskih, šolskih in razrednih blogov. Če se bomo učitelji povezali, bomo tako mi sami, kot naši učenci, dijaki in študentje dobili tako potrebno in zaželeno publiko, katere sodelovanje s komentarji in povezavami bo dvigovalo kakovost blogarskih projektov. Na primerih dobre prakse (in na napakah slabe) se bodo učili tudi drugi izobraževalci.

Nikakor ne zanikam dejstva, da v Sloveniji že piše nekaj edublogarjev⁷² in nekateri so pričeli blogati pred mano. Zavedam pa se tudi, da morda za številne sploh ne vem, da obstajajo, kar bi resnično želela spremeniti. Prav spletna organiziranost in povezovanje med slovenskimi izobraževalci se mi tako zdita nujno potreben korak slovenskega šolstva in blogosfere. S svojim blogom bi sama rada prispevala k premiku.

⁶⁹ S svojim blogom učiteljice angleškega jezika *Let's blog!*, dostopnim na <http://anitaslo.blogspot.com>.

⁷⁰ Septembra 2006 je gostovanje blogov na naslovu <http://blog.siol.net> ponudil tudi vodilni slovenski komercialni ponudnik internetnih storitev Siol.

⁷¹ Dostopno na <http://edublog.blog.siol.net>.

⁷² Dostopni na naslovih <http://sdutsj.blogspot.com>, <http://sarolta.eslblogs.org/>, <http://lifelong.blogspot.com/>, <http://mikrobiolog.blogspot.com/>, <http://zadnikar.blogspot.com/>, <http://teapovirk.blogspot.com/>, <http://kebi03.blogspot.com/>.

7. Zaključek

Ko pišem svoj blog, ni ničesar, kar bi prišlo med mojo ustvarjalnost in občinstvo. Edini vratar, mimo katerega moram, je moja lastna notranja kritika.

Will Wheaton

Da živimo v času, kjer velik del našega mišljenja in delovanja sooblikujejo mediji, je dejstvo. Kot je dejstvo tudi, da predvsem mlade in najmlajše generacije ob njih preživijo ogromno časa. Nove medije sprejemajo navdušeno, hitro in uspešno. Dejstvo pa je žal tudi, da številni izobraževalci ne sledijo spremembam komunikacijske situacije, ne izboljšujejo svojih tehnoloških kompetenc ter svoje vzgoje in poučevanja ne prilagajajo potrebam mladih in zahtevam družbe. Da bi ujeli korak s časom in prispevali k prepletanju modernih spletnih orodij s kurikulumom slovenskih osnovnošolcev, smo se v pričujočem delu lotili fenomena bloganja in ga vpletli v pouk vzgoje za medije.

Blog je spletno mesto, ki ga posameznik, skupina ali institucija ustvari za komuniciranje z drugimi. Glavne značilnosti bloga kot sodobnega spletnega hipermedija so: hipertekstualnost, multimedijalnost, interaktivnost s komentarji bralcev, periodičnost v obratnem kronološkem redu objavljenih prispevkov, kreiranje skupnosti in mrež družbene podpore ter enostavnost objavljanja in vzdrževanja bloga. Blogosfera je tematsko in žanrsko zelo razvejan družbeni prostor, ki se je oblikoval okoli vseh obstoječih blogov in zajema tako osebne spletne dnevnike kot tudi novičarske in komentatorske bloge ter tematsko specifične zapise o neki snovi ali dejavnosti. Blogi ponujajo vire RSS, s pomočjo katerih je njihov naročnik preko zbirnega strežnika obveščen o vseh spremembah na izbranih blogih.

Bloganje se je pričelo med računalničarji in tehnološkimi navdušenci, ki so se obveščali o novostih stroke in razvijali spletne aplikacije. Kmalu so završali blogi novinarjev, ki so lahko brez kompleksnega mehanizma produkcije komunicirali z bolj aktivno in sodelujočo javnostjo ter s svojim bloganjem pričeli vplivati na javno mnenje. Blogi so postali komplementarni klasičnim medijem, pogosto tudi alternativni vir novic. Zaradi hipertekstualnih povezav se je pokazal potencial bloga kot medija, ki vodi k demokratizaciji javnega obveščanja in sprejemanja informacij. Moč tovrstnih spletnih zapisov so začutili tudi v strokovnih krogih, kjer so pričele nastajati skupnosti izmenjave znanj in izkušenj. Na dan so prišli blogi politikov, ki so jih izkoriščali za samopromocijo, nabiranje glasov, pa tudi preverjanje (in oblikovanje) javnega mnenja. Politiki se je

pridružil posel in zacveteli so korporativno usmerjeni blogi, saj je marsikatero podjetja začutilo potencial takega komuniciranja s strankami. Danes so splet preplavili oglasov polni komercialni blogi, oglaševanje v obliki pasic pa prodira še na strani ostalih blogarjev in avtorjem ponuja zaslužek.

Tudi slovenska blogosfera se je pričela naglo razvijati in pridobivati na priljubljenosti in vplivnosti, številni slovenski strežniki ponujajo blogom brezplačno gostovanje. Natančnega števila slovenskih blogarjev ni mogoče ugotoviti, blogov bi naj bilo že čez 3 000. Tudi med slovenskimi zapisi prevladujejo interpretativni komentatorski žanri in osebni spletni dnevniki, njihovi avtorji so večinoma pripadniki mlajših generacij. Eden prvih in najaktivnejših slovenskih blogarjev je Jonas Žnidaršič, David Vidmar pa ureja spisek slovenskih blogov, ki je tudi prvi poskus organiziranja slovenske blogosfere.

Naša hipoteza, da so blogi pomemben in vpliven medij prihodnosti, se je potrdila, z dodatnim spoznanjem, da je ta *prihodnost* že danes. Blogarje se šteje v ducatih milijonov in njihovo število, predvsem med mladimi, še raste. Ti prostori ustvarjalnega izražanja in delavnice idej so pomembni za kreiranje spletnih skupnosti in konverzacijo ljudi s podobnimi interesi. Blogi podeljujejo medijski glas vsakemu, ki ima dostop do interneta in je vsaj minimalno računalniško kompetenten, kar omogoča aktivnejšo participacijo posameznika in prispeva k obveščenosti, osveščenosti in demokratizaciji družbe.

Z blogi lahko tudi vzgajamo in izobražujemo. Izobraževalno bloganje ustvarja mrežo družbene podpore, v kateri se spodbuja sodelovanje, razprava, primerjanje in nasprotovanje. Zaradi izmenjave izkušenj, znanja in nasvetov se posameznik uči in razvija hitreje. Blog tako postane interaktiven spodbujevalec poglobljanja, raziskovanja in osebostnega razvoja ter odličен sopotnik, celo gonilna sila vseživljenjskega učenja.

Ker sedanji učni načrt Vzgoje za medije internetu posveča premalo časa in ne predvideva aktivne udeležbe učencev v spletni medijski produkciji, za celovito medijsko vzgojo ne zadošča več oziroma potrebuje sodoben dodatek – mi predlagamo bloge.

Poglobljena analiza je pokazala, da bi bilo bloganje konstruktivno za ustvarjalno medijsko vzgojo, saj ima velik potencial za spletno opismenjevanje digitalnih generacij. Pri medijskih izbirnih predmetih slovenskih osnovnih šol bi se učenci tako z lastnim ustvarjanjem aktualnih multimedijskih vsebin učili vseh odgovornosti, ki sodijo h kreaciji sodobnega teksta, in se iz pasivnih uporabnikov spreminjali v aktivne spletne producente. Dvigovali bi svojo raven pismenosti in izboljševali svoje estetsko izražanje ter spoznavali novinarske žanre. Z družbenim povezovanjem in intenzivno komunikacijo bi postali del

odzivne skupnosti in ustvarjali za pravo občinstvo, z jasnim namenom in sebi lastnim medijskim glasom. Tako angažirani bi se razvijali tudi osebno, si širili obzorja in odraščali v kritične, samozavestne in etične državljane. S spoznavanjem zakonitosti spleta in blogosfere ter aktivnim družbenim delovanjem bi bili tako učenci z mediji vzgajani za medije. Bili bi dobro pripravljene na ne-varnosti spleta in bi hkrati polno izkoriščali njegove izobraževalne, vzgojne in razvedrilne potenciale.

Ker verjamemo, da je tovrstna edukacija nujna, v pričujočem delu ponujamo nekaj blogarskih aktivnosti, uporabnih pri vzgoji za medije. Blog bo ob minimalnih stroških produkcije tako lahko nadomestil šolski časopis, radijske in televizijske oddaje ter hkrati postal prostor intenzivnega vzgajanja, izobraževanja in druženja. Dodajamo še nasvete in opozorila – da bo šolsko bloganje uspešno in privlačno, pa tudi vljudno, pošteno in varno.

Psihologa Eide sta ugotovila, da bloganje spodbuja kritično, analitično, analogno, ustvarjalno, intuitivno in asociativno mišljenje ter kot kombinacija samostojnih refleksij in socialnih interakcij ponuja neizmerne možnosti za vzgojo in izobraževanje. Slednje potrjujejo tudi tuji učitelji praktiki, katerih razloge za zasebno in profesionalno bloganje smo navedli za motivacijo. Da bi slovenskim učiteljem pomagali suvereno prestopiti prag blogosfere in vanjo poučno vpeljati tudi svoje učence, smo zbrali še nekaj nasvetov in spodbud izkušenih praktikov, ki bodo blogarskim začetnikom gotovo v oporo.

Največja opora vsem blogarjem in učiteljem nasploh pa je lastna udeležba v blogosferi, o čemer sem se kot aktivna članica mednarodne edublogarske skupnosti sama že lahko prepričala. Z novoustanovljenim blogom *Slovenski edublog* pa želim povezati slovenske učitelje ter spodbuditi komunikacijo in sodelovanje. Blog bo sooblikoval še moj osebni in profesionalni razvoj ter služil nabiranju in shranjevanju idej, spletnih referenc in znanja.

Čeprav so blogi še neraziskano področje in se prav s kakovostnim bloganjem dnevno odpirajo nova vprašanja, je zdaj treba narediti piko, nehati polniti te strani in se z bloganjem aktivno predstaviti v vseživljenjsko virtualno učilnico. Avtorica te naloge se je, kot 'digitalni domačini', bogati učila s spleta in upala, da bo to diplomsko delo, namenjeno predvsem 'digitalnim priseljencem', postalo jasen in bogato informativen priročnik o bloganju ter hkrati spodbudno uporaben vodnik slovenskim učiteljem medijske vzgoje. Končna ugotovitev dela je jasna: z uporabo blogov pri vzgoji za medije bodo učenci postali ustvarjalni in kritični producenti spletnih izdelkov ter se osveščeno vključili v prostor javnosti. Spodbuda pa gre še vsem ostalim izobraževalcem, naj drzno stopijo mladim naproti in skupaj z njimi uživajo sadove sodobnega spletnega učenja.

8. Literatura in viri

- Ashdown, Paul (2005): *Časopisi proti blogom, spletnim dnevniškim zapisom*. Večer, 18. 6. Dostopno na <http://www.vecer.si/clanek2005061802721095> (25. 8. 2006).
- Bartlett-Brag, Anne, James Farmer (2005): Blogs@Anywhere – High fidelity online communication. *Incorporated subversion by James Farmer*, blog, 4.7. Dostopno na <http://incsub.org/blog/2005/blogs-anywhere-high-fidelity-online-communication> (6. 5. 2006).
- Bausch, Paul, Matthew Haughey, Meg Hourihan (2002): *We Blog – Publishing Online with Weblogs*. Indianapolis, IN: Wiley Publishing.
- Bezić, Anita (2006): *The Use of Blogs in the EFL Classroom*. Diplomsko delo. Filozofska fakulteta, Ljubljana.
- Blood, Rebecca (2000): Weblogs: A History and Perspective. *Rebecca's Pocket*, blog, 7. 12. Dostopno na http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html (22. 2. 2006).
- Brandt, John (2006): Ethics in the New Digital World. *Maine ASCD Weblog – Shaping, Energizing, and Customizing Learning for Maine Educators*, blog. Dostopno na http://maineascd.blogs.com/maine_ascd_weblog/2006/02/ethics_in_the_n.html (22. 8. 2006).
- Brown, John Seeley (2002): Growing Up Digital – How the Web Changes Work, Education, and the Ways People Learn. *United States Distance Learning Association*, 16 (2). Dostopno na http://www.usdla.org/html/journal/FEB02_Issue/article01.html (8. 9. 2006).
- Bruck, Bill (2005): Blogs and Wikis: New Tools for Online Learning. *Q2 Learning, When Mastery Matters: Thoughts on Collaborative Learning*, blog, 1. 12. Dostopno na http://q2learning.blogs.com/weblog/2005/12/blogs_and_wikis.html#more (12. 8. 2006).
- Burstein, Dan (2005): From Cave painting to wonkette: a short history of blogging. *V blog! how the newest media revolution is changing politics, business, and culture*, xi-xxvi. New York: CSD Books.
- Campbell, Aaron (2003): Weblogs for Use with ESL Classes. *The Internet TESL Journal*, 9 (2). Dostopno na <http://iteslj.org/Techniques/Campbell-Weblogs.html> (22. 2. 2006).
- Campbell, Aaron (2005): Weblog Applications for EFL/ESL Classroom Blogging: A Comparative Review. *Teaching English as a Second Language, e-Journal*, 9 (3). Dostopno na <http://writing.berkeley.edu/tesl-ej/ej35/m1.html> (18. 8. 2006).

- Carrol, Brian (2004): Culture Clash: Journalism and the Communal Ethos of the Blogosphere. *Into the Blogosphere*. Dostopno na http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/culture_clash_journalism_and_the_communal_ethos_of_the_blogosphere.html (1. 9. 2006).
- Ceglar, Miha (2006): Blog obuja idejo kritične javnosti, intervju z Grego Petričem. Delo, 10. 9. 2004.
- Cerar, Gregor (2005): Priročnik za cyber disidente. *Mladina*, 40, 2005. Dostopno na http://www.mladina.si/tehdnik/200540/clanek/nar--nove_tehnologije-gregor_cerar/ (25. 8. 2006).
- Curry, Adam (2005): A Mayhem of Media Possibilities. V *blog! how the newest media revolution is changing politics, business, and culture*, 270-278. New York: CSD Books.
- Davis, Vicki A. (2006): Think Computer Ethics has no place in college prep? Think again. *Cool Cat Teacher Blog*, blog, 15. 9. Dostopno na: <http://coolcatteacher.blogspot.com/2006/09/think-computer-ethics-has-no-place-in.html> (16. 9. 2006).
- Denton, Nick (2005): Take an obsession, then feed it! V *blog! how the newest media revolution is changing politics, business, and culture*, 151-157. New York: CSD Books.
- Du, Helen S., Christian Wagner (2005): Learning with Weblogs: An Empirical Investigation. *Proceedings of the 38th Hawaii International Conference on System Sciences – 2005*. Dostopno na <http://csdl2.computer.org/comp/proceedings/hicss/2005/2268/01/22680007b.pdf> (6. 3. 2006).
- Eide, Fernette, Brock Eide (2005): Brain of the Blogger. *Eide Neurolearning Blog*, blog, 3. 3. Dostopno na http://eideneurolearningblog.blogspot.com/2005/03/brain-of-blogger_03.html (15. 8. 2006).
- Erjavec, Karmen (1999a): Značilnosti množičnih medijev. V Karmen Erjavec in Zala Volčič (ur.): *Odraščanje z mediji*, 9-34. Ljubljana: Zveza prijateljev mladine Slovenije.
- Erjavec, Karmen (1999b): Raziskava: Mladi in mediji. V Karmen Erjavec in Zala Volčič (ur.): *Odraščanje z mediji*, 119-136. Ljubljana: Zveza prijateljev mladine Slovenije.
- Erjavec, Karmen, Zala Volčič (1999c): *Tisk – očem obisk: Vzgoja za medije*. Učbenik za 7., 8. in 9. razred. Ljubljana: Rokus.
- Erjavec, Karmen, Zala Volčič (1999d): Gledati televizijo. V Karmen Erjavec in Zala Volčič (ur.): *Odraščanje z mediji*, 55-63. Ljubljana: Zveza prijateljev mladine Slovenije.

- Erjavec, Karmen, Zala Volčič (2000): *Moj vodnik je zaslon: Vzgoja za medije – televizija in internet*. Delovni zvezek za 7., 8. in 9. razred devetletne osnovne šole. Ljubljana: Rokus.
- Erjavec, Karmen, Zala Volčič (2001): Media Education: The need for Curriculum Development in Slovenia. V Luthar, Oto, Keith A. McLeod in Mitja Žagar (ur.). *Liberal Democracy, Citizenship & Education*, 89-100. Oakville in Niagara Falls: Mosaic Press.
- Erman, Nuša, Ina Sotlar (2005): Vloga in vpliv blogov na družboslovno raziskovanje. Seminarska naloga pri predmetu Nove tehnologije v družboslovnem raziskovanju. Fakulteta za družbene vede. Dostopno na:
<http://admin.safe.si/uploadi/editor/1136469879blogix.doc> (10. 9. 2006).
- Freedman, Terry (2006): Blogvangelism, podvangelism and wikivangelism: why? *Information & Communication Technology in Education*, 23. 2. Dostopno na
http://www.terry-freedman.org.uk/artman/publish/article_596.php (3. 8. 2006).
- Fisher, Clarence (2005): Educational Leap – frogging. *Remote Access*, blog, 22. 11. Dostopno na
http://remoteaccess.typepad.com/remote_access/2005/11/educational_lea.html (15. 8. 2006).
- Fryer, Wesley A. (2006): To blog or not to blog? You decide. *Interactive Educator*, 2, (2). SMART Technologies Inc. Dostopno na
<http://downloads.smarttech.com/media/education/pdf/ieAutumn06.pdf> (12. 9. 2006).
- Gabrijan, Jaša (2005): *Kjer je zavist, ne more biti enakosti*. Intervju s Stephenom Marshallom. Večer, 21. 11. Dostopno na
<http://www.vecer.si/clanek2005112104059735> (15. 8. 2006).
- Gallo, Jason (2004): Weblog Journalism: Between Infiltration and Integration. *Into the Blogosphere*. Dostopno na
http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/weblog_journalism.html (1. 9. 2006).
- Ganley, Barbara (2005): Parallel, Transparent & Collaborative Blogging in the Liberal Arts Classroom: First-years, Juniors and a Teacher. *Bgblogging: Nerve Center of Barbara Ganley's Blogging*, blog, 24. 9. Dostopno na
http://mt.middlebury.edu/middblogs/ganley/bgblogging/2005/09/parallel_transp.html (5. 3. 2006).

- Gerlič, Ivan (2005): Stanje in trendi uporabe informacijsko komunikacijske tehnologije (IKT) v slovenskih osnovnih šolah. Informatizacija slovenskega šolstva, poročilo o raziskovalni nalogi za leto 2005. Univerza v Mariboru. Pedagoška fakulteta. Dostopno na: <http://www.pfmb.uni-mb.si/raziskave/os2005/> (9. 8. 2006).
- Gibson, Owen (2005): Young Blog their Way to a Publishing Revolution. *TechnologyGuardian.co.uk.*, 9. 10. Dostopno na <http://technology.guardian.co.uk/news/story/0,16559,1586891,00.html> (5. 9. 2006).
- (2005) Handbook for Bloggers and Cyber-dissidents. Reporters Without Borders. Sylvie Devilette (ur.) Dostopno na http://www.rsf.org/IMG/pdf/handbook_bloggers_cyberdissidents-GB.pdf (20. 8. 2006).
- Ito, Joi (2005): Japanese Blogger Champions Internet Democracy. V *blog! how the newest media revolution is changing politics, business, and culture*, 143-150. New York: CSD Books.
- Kline, David, Dan Burstein (2005): *blog! how the newest media revolution is changing politics, business, and culture*. New York: CDS Books.
- Kline, David (2005a): I blog therefore I am. V *blog! how the newest media revolution is changing politics, business, and culture*, 237-352. New York: CSD Books.
- Košir, Manca (1988): *Nastavki za teorijo novinarskih vrst*. Ljubljana: DZS.
- Košir, Manca, Rajko Ranfl (1996): *Vzgoja za medije: prvi slovenski učbenik za starše, vzgojitelje in učitelje*. Ljubljana: Državna založba Slovenije.
- Košir, Manca, Karmen Erjavec, Zala Volčič (2001): *Učni načrt. Izbirni predmet: program osnovnošolskega izobraževanja. Vzgoja za medije: tisk, radio, televizija*. Ljubljana: Ministrstvo za šolstvo, znanost in šport, Zavod RS za šolstvo.
- Kovačič, Mica (2006): *Medijska vzgoja odraslih*. Diplomsko delo. Fakulteta za družbene vede, Ljubljana.
- Lenhart, Amanda, Susannah Fox (2006): *Bloggers: A portrait of the internet's new storytellers*. Pew Internet & American Life Project, 19. 7. 2006. Dostopno na <http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP%20Bloggers%20Report%20July%2019%2006.pdf> (14. 9. 2006).
- Lozar Manfreda, Katja (2005): *Vpliv novih tehnologij na proces produkcije znanja*. Dostopno na <http://nt.fdvinfo.net/uploadi/editor/1128461949Predavanja%201B.pdf#search=%22blogi%2C%20medij%22> (4. 9. 2006).
- McIntosh, Ewan (2006a): Live Chat with Ewan McIntosh. *BlogStreams Salon* – prepis posnetka, 5. 2. Dostopno na <http://beewebhead.net/blogstreams/ewan06.htm> (26. 2. 2006).

- McIntosh, Ewan (2006b): Teacher training gets podcasts – Glasgow Uni Cast. *Edu.blogs.com*, blog, 20. 4. Dostopno na: http://edu.blogs.com/edublogs/2006/04/teacher_trainin.html (25. 8. 2006).
- McPhail, Thomas L. (2006): *Global Communication: Theories, Stakeholders, and Trends*, second edition. Malden, MA: Blackwell Publishing.
- Miller, Carolyn R., Dawn Shepherd (2004): *Blogging as Social Action: A Genre Analysis of the Weblog. Into the Blogosphere, rhetoric, community, and culture of weblogs*. Dostopno na http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/blogging_as_social_action.html (11. 8. 2006).
- Mohor, Miha, Igor Saksida (2002): *Učni načrt za izbirni predmet Slovenščina: Gledališki klub, Literarni klub, Šolsko novinarstvo*. Ljubljana: Ministrstvo za šolstvo, znanost in šport, Zavod RS za šolstvo. Dostopno na http://www.mss.gov.si/fileadmin/mss.gov.si/pageuploads/podrocje/os/devetletka/pr edmeti_izbirni/Slovenscina_izbirni.pdf (3. 9. 2006).
- Ó Baoill, Andrew (2004): *Weblogs and the Public Sphere*. Dostopno na: http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/weblogs_and_the_public_sphere.html (10. 9. 2006).
- Oblak, Tanja, Gregor Petrič (2005): *Splet kot medij in mediji na spletu*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Ošljak, Katja (2006): *Kohezivnost slovenske blogosfere*. Diplomsko delo. Fakulteta za družbene vede, Ljubljana.
- Paulson, Amanda (2006): *Schools grapple with policing students' online journals*. *The Christian Science Monitor*, 02.02. Dostopno na <http://www.csmonitor.com/2006/0202/p01s04-stct.html> (22. 8. 2006).
- Prensky, Marc (2001): *Digital Natives, Digital Immigrants*. *On the Horizon*, NCB University Press, 9 (5). Dostopno na <http://tinyurl.com/ypgvf> (2. 3. 2006).
- Rideout, Victoria, Donald F. Roberts, Ulla G. Foehr (2005): *Generation M: Media in the Lives of 8 – 18 Year-olds*. A Kaiser Family Foundation Study, Executive Summary. Dostopno na: <http://tinyurl.com/ceftf> (27. 8. 2006).
- Risbridger, Jeffrey (2006): *Best Practice*. *EducationGuardian.co.uk*, 8. 2. Dostopno na <http://education.guardian.co.uk/elearning/story/0,,1704379,00.html> (4. 8. 2006).
- Rižnar, Nataša (2006): *Z blogom do vizije prihodnosti*. Intervju z Regine Debatty. *Večer*, 30. 5.
- Savič, Domen (2005): *Bloganje*. Ljubljana: Ljudmila. Dostopno na <http://www.ljudmila.org/~savicd/wp/Bloganje.pdf> (16. 8. 2006).

- Scoble, Robert (2005): *Blogs, Humanizing the Face of Corporate America*. V *blog! how the newest media revolution is changing politics, business, and culture*, 124-135. New York: CSD Books.
- Sedej, Jana (2005): *Vzgoja za medije kot izbirni predmet v osnovni šoli*. Diplomsko delo. Fakulteta za družbene vede, Ljubljana.
- Sifry, David (2006): *State of the Blogosphere, August 2006*. *Sifry's Alerts: David Sifry's Musings*, blog, 7. 8. Dostopno na <http://www.sifry.com/alerts/archives/000436.html> (10. 8. 2006).
- Splichal, Slavko (2005): *Spremna beseda k Splet kot medij in mediji na spletu*, Tanja Oblak in Gregor Petrič. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Stanley, Graham (2005): *Blogging for ELT*. Dostopno na <http://www.teachingenglish.org.uk/think/resources/blogging.shtml> (15. 8. 2006).
- Šinkovec, Ana, Petja Šega: *Kibernetske subkulture: Weblog*. Seminar.
- Štor, Zvone (2006a): *Dolgi rep NT – konference*. Večer, 1. 6. 2006.
- Štor, Zvone (2006b): *Rekordna obiskanost bloga Had*. Večer, 20. 7. 2006.
- Šuštaršič, Olga (2005): *Medijski izbirni predmeti v devetletni osnovni šoli*. Diplomsko delo. Fakulteta za družbene vede, Ljubljana.
- Toporišič, Jože (2000): *Slovenska slovnica*. Ljubljana: Cankarjeva založba.
- Urbanc, Matic (2006): *Računalniška pismenost Evropejcev – mladi Slovenci dobro izobraženi*. Dostopno na <http://www.ris.org/index.php?fl=1&nt=9&m2w=Nove%20raziskave&sid=409> (25. 8. 2006).
- Vidmar, David (2006): *Blogi: Kako do svojega spletnega dnevnika*. *Monitor*, 16 (9), 88-94.
- Walker, Jill. (2003): *Final version of weblog definition*. *Jill/txt*, blog, 22.08. Dostopno na http://huminf.uib.no/~jill/archives/blog_theorising/final_version_of_weblog_definition.html (10. 8. 2006).
- Ward, Jason M. (2004): *Blog Assisted Language Learning (BALL) – Push button publishing for the pupils*. *TEFL Web Journal*, 3 (1). Dostopno na http://www.teflweb-j.org/v3n1/blog_ward.pdf (3. 3. 2006).
- Warlick, David F. (2005a): *Classroom Blogging: A Teacher's Guide to the Blogosphere*. Raleigh, NC: The Landmark Project.
- Warlick, David F. (2005b): *Raw Materials for the Mind: Information, Technology, and Teaching & Learning in the Twenty-first Century* [4th ed.]. Raleigh, NC: The

Landmark Project. Dostopno na: <http://landmark-project.com/rmfm/readers>
(6. 3. 2006).

- Wheaton, Will (2005): Child Star – Turned-Blogger discovers Life's Second act. V *blog! how the newest media revolution is changing politics, business, and culture*, 253-263. New York: CSD Books.
- Wijnia, Elmine (2004): *Understanding Weblogs: a communicative perspective*. Dostopno na http://elmine.wijnia.com/weblog/archives/wijnia_understandingweblogs.pdf
(23. 8. 2006).
- Wikipedia contributors (2005): Blog. *Wikipedia, The Free Encyclopedia*. Dostopno na <http://en.wikipedia.org/wiki/Blog> (10. 12. 2005).
- Zuniga, Markos Moulitsas (2005): Blogging the Presidency. V *blog! how the newest media revolution is changing politics, business, and culture*, 41-48. New York: CSD Books.
- Žnidaršič, Jonas (2006): Stop zanimajo blogi, II. *Jonas – Zapisi: Ž-jev digitalni lajf...*, blog, 2. 3. Dostopno na: <http://www.jonas.si/zapisi/2006/digitalni-lajf/stop-zanimajo-blogi-ii/> (7. 8. 2006).
- Žugelj, Urška (2006): *Počitnice na internetu*. Večer, 17. 7.

8.1 Seznam drugih omenjenih spletnih mest

Blogi:

- <http://www.links.net>
- <http://www.ljudmila.org/~savicd/wp/>
- <http://www.dailykos.com/>
- <http://www.lubica.net/gaby/blog/>
- <http://www.carniola.org>
- <http://baya.neonatus.net/>
- <http://sdutsj.blogspot.com/>
- <http://mikrobiolog.blogspot.com/>
- <http://travellingbeebee.blogspot.com>
- <http://www.vecer.si/blog/had>

- <http://news.gilbert.org>
- <http://www.scripting.com>
- <http://sarolta.eslblogs.org>
- <http://lifelong.blogspot.com/>
- <http://zadnikar.blogspot.com/>
- <http://teapovirk.blogspot.com/>
- <http://kebi03.blogspot.com>
- <http://www.vecer.si/blog/inspiron>
- <http://tritecomment.blogspot.com/>
- <http://www.vidmar.net/weblog/>
- <http://anitaslo.blogspot.com>
- <http://edublog.blog.siol.net>

Blogišča:

- <http://www.blogger.com>
- <http://www.wordpress.com>
- <http://www.livejournal.com>
- <http://spaces.live.com>
- <http://360.yahoo.com>
- <http://learnerblogs.org>
- <http://classblogmeister.com>
- <http://www.opendiary.com>
- <http://www.pitas.com>
- <http://www.delo.si/blog/>
- <http://www.vecer.si/blog>
- <http://www.ednevnik.si>
- <http://www.najblog.com/>
- <http://www.blogec.si>
- <http://blokec.si/>
- <http://www.rozina.si>
- <http://blog.volja.net>
- <http://blog.siol.net>

Spletna orodja in druga spletna mesta

- <http://www.odeo.com>
 - <http://audioblogger.com/>
 - <http://www.surveymonkey.com>
 - <http://www.flickr.com>
 - <http://www.bubbleshare.com/>
 - <http://audacity.sourceforge.net/>
 - <http://www.podomatic.com/>
 - <http://www.podcast.net/>
 - <http://podcast.com/home.php>
 - <http://www.bloglines.com>
 - <http://www.technorati.com>
 - <http://www.siblogs.com>
 - <http://www.rsf.org>
 - <http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/>
 - <http://creativecommons.org>
 - <http://www.creativecommons.si>
 - <http://www.bewebaware.ca>
 - <http://www.safe.si/>
-