

**B
B
B
B
B
B
B**

XXXVIII / 100 / 2022



DRUŽBOSLOVNE RAZPRAVE

Social Science Forum



XXXVIII / 100 / 2022

Glavni urednici / Main editors

Natalija Majsova in Tanja Oblak Črnič

Gostujoča urednika številke 100 / Guest editors of issue 100:

Dejan Jontes, Veronika Tašner

Uredniški odbor / Editorial board

Milica Antič Gaber (Univerza v Ljubljani / University of Ljubljana)
Hajdeja Igljič (Univerza v Ljubljani / University of Ljubljana)
Dejan Jontes (Univerza v Ljubljani / University of Ljubljana)
Marko Lovec (Univerza v Ljubljani / University of Ljubljana)
Marina Lukšič-Hacin (Znanstveno-raziskovalni center Slovenske akademije znanosti in umetnosti / Research Centre of the Slovenian Academy of Sciences and Arts)
Mateja Sedmak (Znanstveno-raziskovalno središče Koper / Science and Research Centre Koper)
Ksenija Šabec (Univerza v Ljubljani / University of Ljubljana)
Izlok Šori (Mirovni inštitut / Peace Institute)
Veronika Tašner (Univerza v Ljubljani / University of Ljubljana)
Andreja Trdina (Univerza v Mariboru / University of Maribor)

Mednarodni uredniški odbor / International editorial board

Maria Teresa Consoli (Univerza v Catanii / University of Catania)
Jasmina Petrović (Univerza v Nišu / University of Niš)
Caroline Roth-Ebner (Univerza v Celovcu / University of Klagenfurt)
Boris Ružič (Univerza na Reki / University of Rijeka)
Julija Sardelić Winikoff (Univerza Victoria, Wellington / Victoria University, Wellington)
Irina Souch (Univerza v Amsterdamu / University of Amsterdam)
Marta Soler-Gallart (Univerza v Barceloni / University of Barcelona)
Anđelina Svirčić Gotovac (Inštitut za družbene raziskave v Zagrebu / Institute for Social Research in Zagreb)
Liza Tsaliqi (Univerza v Atenah / University of Athens)

Uredniški svet / Editorial council

Nina Bandelj (Univerza Kalifornije / University of California)
Chiara Bertone (Univerza vzhodnega Piemonta / University of East Piedmont)
Marjan Hočevnar (Univerza v Ljubljani / University of Ljubljana)
Jana Javornik (Univerza v Leedsu / University of Leeds)
Matic Kavčič (Univerza v Ljubljani / University of Ljubljana)
Tina Kogovšek (Univerza v Ljubljani / University of Ljubljana)
Roman Kuhar (Univerza v Ljubljani / University of Ljubljana)
Miran Lavrič (Univerza v Mariboru / University of Maribor)
Blaž Lenarčič (Znanstveno-raziskovalno središče Koper / Science and Research Centre Koper)
Vesna Leskošek (Univerza v Ljubljani / University of Ljubljana)
Sabina Mihelj (Univerza v Loughborough /

Loughborough University)

Brina Malnar (Univerza v Ljubljani / University of Ljubljana)

Katarina Prpić (Inštitut za družbene raziskave v Zagrebu /

Institute for Social Research in Zagreb)

Sabrina P. Ramet (Norveška univerza za znanost in tehnologijo /

Norwegian University of Science and Technology)

Ana Tominc (Univerza kraljice Margarete v Edinburgu /

Queen Margaret University Edinburgh)

Alenka Švab (Univerza v Ljubljani / University of Ljubljana)

Boris Vezjak (Univerza v Mariboru / University of Maribor)

Anja Zalta (Univerza v Ljubljani / University of Ljubljana)

Judit Takacs (Madžarska akademija znanosti /

Hungarian Academy of Sciences)

David Paternotte (Svobodna univerza v Bruslju /

Free University of Brussels – ULB)

Tehnična urednica / Technical editor:

Jasmina Šepetavc, technicalDR_SSF@sociolosko-drustvo.si

Urednik recenzij knjig / Reviews editor:

Klemen Ploštajner, klemen.plostajner@fdv.uni-lj.si

Jezikovno svetovanje / Language editors:

Nataša Hribar, Tina Lengar Verovnik, Murray Bales

Spletni urednik / Web editor:

Igor Jurekovič

Bibliografska obdelava /

Bibliographical classification of articles:

Janez Jug

Oblikovanje / Design:

Tina Cotič

Prelom / Text design and Typeset:

Polonca Mesec Kurdija

Tisk / Print: CICERO, Begunje, d.o.o.

Naklada / Number of copies printed: 320

Naslov uredništva / Editors' postal address:

Revija Družboslovne razprave / Social Science Forum Journal

Tanja Oblak Črnič in Natalija Majsova

Fakulteta za družbene vede, Kardeljeva pl. 5, SI-1000 Ljubljana

Elektronska pošta / e-mail:

editorDR_SSF@sociolosko-drustvo.si

Spletna stran / Internet:

<https://www.sociolosko-drustvo.si/druzboslovne-razprave/>

Revijo sofinancira / The Journal is sponsored by:

Agencija za raziskovalno dejavnost Republike Slovenije iz naslova razpisa za sofinanciranje strokovnih in znanstvenih publikacij / The Slovenian Research Agency's scheme for funding expert and scientific publications.

Letna naročnina (3 številke) / Annual subscription (3 issues):

individualna naročnina / individual rate: 25 EUR; za organizacije / institutional rate: 50 EUR; za študente in brezposelne / students and unemployed discount rate: 16 EUR; cena posameznega izvida / single issue rate: 16 EUR. Za člane Slovenskega sociološkega društva je naročnina vključena v društveno članarino. / The annual Slovenian Sociological Association membership fee includes the journal's annual subscription rate. Družboslovne razprave je mogoče naročiti na naslovu uredništva ali na spletni strani revije. / Subscription requests can be sent to the editors' postal address. Če želite prekiniti naročnino, nam to sporočite najkasneje do 15. decembra. / If you decide to cancel the subscription, please write to editors' postal address by 15th of December.

Družboslovne razprave so abstrahirane ali indeksirane v / Družboslovne razprave is abstracted or indexed in:

CEEOL (Central and Eastern European Online Library), COBIB.SI, CSA (Cambridge Scientific Abstracts): • CSA Worldwide Political Science Abstracts • CSA Social Services Abstracts • Sociological Abstracts (Online), EBSCOhost • Current Abstracts • Political Science Complete • SocINDEX • SocINDEX with Full Text • TOC Premier, OCLC • Scopus • Sociological Abstracts (Online) • DOAJ (Directory of Open Access Journals) • Ulrich's Web • De Gruyter • dlib

Uredniška politika: Družboslovne razprave so revija, ki objavlja kolegialno recenzirane znanstvene članke in recenzije knjig. V recenzijski postopke sprejema članke v slovenščini in angleščini s področja sociologije, komunikologije, politologije in kulturologije ter tem raziskovalnim področjem bližnjih družboslovnih disciplin. Pri izboru člankov za objavo se upošteva njihova raziskovalna inovativnost ter aktualnost glede na trende v znanstveni skupnosti, v kateri je revija zasidrana. V teoretskem in metodološkem pogledu je revija pluralistično naravnana, posebno skrb pa posveča utrjevanju slovenske družboslovne terminologije.

Editorial policy: Družboslovne razprave is a peer reviewed journal which publishes papers and book reviews. Contributions are invited in fields of sociology, media studies, political science, cultural studies and other studies which are close to these fields. The published contributions should display high level of research originality and address the themes which seem relevant to the scientific communities in which the journal is grounded. Both in theoretical and methodological respects the journal stands for pluralism.

KAZALO

TABLE OF CONTENTS

UVOD

INTRODUCTION

Drage bralke, dragi bralci! / Dear reader

Natalija Majsova

7

**Uvodnik: medijski repertoarji mladih
v času globoke mediatizacije**

Dejan Jontes in Veronika Tašner

11

ČLANKI

ARTICLES

**MEDIJSKI REPERTOARJI V ČASU NAVZKRIŽNIH
MEDIJSKIH PRAKS: ŠTUDIJA MED OSNOVNOŠOLCI IN DIJAKI /
Media repertoires in the cross-media era: a research study
among secondary and high school students**

Tanja Oblak Črnič, Katja Koren Ošljak, Nika Šušterič

23

**FORMIRANJE MEDIJSKE PISMENOSTI MLADIH NA
PRESEČIŠČU DRUŽINE, ŠOLE IN VRSTNIŠKIH SKUPIN /
Young people's media literacy formation at
the intersection of family, education and peers**

Katja Koren Ošljak, Nika Šušterič, Veronika Tašner

55

**BRANJE V POLIMEDIJSKEM OKOLJU IN (NOVE) OBLIKE
GENERACIJSKE SUBJEKTIVACIJE / Reading in the polymedia
environment and (new) forms of generational subjectivation**

Breda Luthar, Maruša Pušnik, Dejan Jontes

85

**»VEDNO KO SE PELJEMO V AVTU, MORA BITI RADIO«:
RADIJSKE IN AVDIO PRAKSE V VSAKDANU MLADIH /
"Whenever we are driving in the car, the radio must be on":
young people's radio and audio practices in everyday life**

Tina Lengar Verovnik, Tanja Oblak Črnič

109

**OBČINSTVA SODOBNE SLOVENSKE NARODNOZABAVNE
GLASBE V KULTUROLOŠKI PERSPEKTIVI / Audiences of
folk-pop music: A cultural-studies perspective**

Peter Stanković, Robert Bobnič

131

**RECENZIJE KNJIG
BOOK REVIEWS**

Deja Crnović: Politika kot medijski performans.
Ljubljana: ZRC SAZU, 2021.

Jernej Kaluža

165

Gal Kirn: Partizanski protiarhiv: o umetniških in spominskih
prelomih jugoslovanskega NOB. Ljubljana: Maska, 2022.

Karla Tepež

169

Nina Vodopivec: Tu se ne bo nikoli več šivalo:
doživljanje izgube dela in propada tovarne.
Ljubljana: Inštitut za novejšo zgodovino, 2021.

Darja Zaviršek

173

2SF 2SF 2SF 2SF 2SF

UVOD

INTRODUCTION

BRD BRD BRD BRD BRD BRD BRD

Drage bralke, dragi bralci!

Pred vami je nova, septembrska izdaja *Družboslovnih razprav*, ki je obenem tudi stota številka revije, ki redno izhaja že od leta 1984, od 1998 pa redno v obsegu treh zvezkov na leto. V preteklih desetletjih je revija doživela več oblikovnih in organizacijskih nadgradenj. Z njimi s(m)o si urednice in uredniki vselej prizadevali, da bi revija tako vsebinsko kot formalno intervenirala v aktualne družboslovne in humanistične tematike ter služila kot kanal za posredovanje novih empiričnih in teoretskih socioloških študij in predstavitev aktualnih pregledov spoznanj različnih družboslovnih disciplin. Stota številka prinaša še eno pomembno oblikovno-organizacijsko novost: je namreč prva, v kateri so članki opremljeni s šifro DOI – t. i. digitalnim identifikatorjem objekta. Šifra DOI prispeva k trajni preglednosti in dostopnosti znanstvenih in strokovnih besedil, podatkovnih baz in avdiovizualnih vsebin na spletu, razvita pa je posebej za potrebe avtorjev znanstvenih besedil in drugih uporabnikov raziskovalnih podatkov z namenom enostavnejšega in zanesljivejšega navajanja uporabljenih virov.

Stota številka *Družboslovnih razprav* je tudi prva letošnja tematska številka, izpostavlja pa temo medijskih repertoarjev mladih. Številka, ki sta jo uredila Veronika Tašner in Dejan Jontes, je rezultat raziskovanja v okviru temeljnega raziskovalnega projekta *Medijski repertoarji mladih: Socialni, politični in kulturni aspekti digitaliziranega vsakdana*, ki ga vodi Tanja Oblak Črnič, pod šifro J5-2564 pa ga sofinancira Javna agencija za raziskovalno dejavnost Republike Slovenije (ARRS). Gostujoča urednika sta sklop štirih tematskih člankov, h katerim so poleg njih prispevali še Tina Lengar Verovnik, Breda Luthar, Katja Koren Ošljak, Tanja Oblak Črnič, Maruša Pušnik in Nika Šušteršič, opremila s preglednim uvodnikom, ki pojasnjuje znanstveno in družbeno aktualnost izbrane tematike, posamezne prispevke pa umesti v širši kontekst obstoječih dilem s področja medijskih in komunikacijskih študij ter študij mladine. Vabljeni in vabljeni k branju!

Poleg tematskih člankov številko zaokroža izvirni znanstveni prispevek Petra Stankovića in Roberta Bobniča, ki s kulturološke perspektive pregledno predstavi rezultate statistične raziskave občinstva slovenske narodnozabavne glasbe – enega najbolj poslušanih popularnoglasbenih žanrov v Sloveniji.

Članek je nastal v okviru raziskovalnega projekta *Slovenska narodnozabavna glasba kot politika: percepcije, recepcije, identitete*, ki ga pod šifro J6-2682 prav tako financira ARRS, vodi pa Peter Stanković. Besedilo izhaja iz mednarodno prepoznanega družbenokulturnega pomena popularnoglasbenih žanrov, ki »tradicionalne« oziroma za neko okolje zgodovinsko gledano značilne elemente ljudske glasbene krajine (na primer zvoke, besedila, noše, plese) apropiirajo,

interpretirajo in idealizirajo v kontekstu in pogojih sodobnih popularnoglasbenih industrij. Čeprav gre za tako močne modifikacije, da je utemeljeno govoriti o izumljanju tradicije, se tovrstni žanri pogosto uveljavljajo kot »domači«, »naši« oziroma kot odraz nacionalne tradicije. Besedilo Stankovića in Bobniča prispeva k študijem občinstev tovrstnih žanrov in je namenjeno odpiranju razprave ter obrisu izhodišč za nadaljnje študije. S pregledno analizo statističnih podatkov, zbranih leta 2021 v okviru raziskave Slovensko javno mnenje (SJM), ponuja vpogled v strukturne značilnosti poslušalcev in poslušalk slovenske narodnozabavne glasbe. Na podlagi teh značilnosti avtorja skleneta, da so dejavniki, ki najbolj vplivajo na razčlenitev slovenske družbe v kulturne formacije, predvsem izobrazba, vernost, politična pripadnost in kraj bivanja, in ne ekonomski status.

Kot običajno tudi stoto številko sklepamo z rubriko »Recenzije knjig«, ki jo ureja Klemen Ploštajner. Tokrat vas vabimo k branju treh recenzij, ki odražajo fokus celotne številke, posvečene medijskim vsebinam in kulturnim fenomenom. Jernej Kaluža je predstavil knjižni prvenec Deje Crnović *Politika kot medijski performans*, Karla Tepež pa slovenski prevod študije Gala Kirna *Partizanski protiarhiv: o umetniških in spominskih prelomih jugoslovanskega NOB*. Rubriko zaključuje recenzija Darje Zaviršek, ki obravnava študijo Nine Vodopivec *Tu se ne bo nikoli več šivalo: doživljanje izgube dela in propada tovarne*. Prispevek ne ponuja le dragocenega vpogleda v implikacije spremenjenega družbenega pomena industrijskega dela v zgodnjem postsocialističnem obdobju na primeru tovarne Mura in njenih delavk, ampak tudi napoveduje naslednjo, decembrsko tematsko številko pod uredništvom Darje Zaviršek, ki bo posvečena vprašanju spola v kontekstu socialnega dela.

Uredniška ekipa *Družboslovnih razprav* vam želi prijetno branje!

Natalija Majsova
sourednica, *Družboslovne razprave*

Dear reader,

You have before you the new September issue of *Social Science Forum*, which coincides with the 100th issue of the journal, having been published regularly since 1984, and in the format of three issues a year since 1998. Over the decades, the journal has seen many design and organisational upgrades. The editors have always sought to ensure that the journal participates in current discussions in the social sciences and humanities in terms of both content and form, and that it serves as a science-communication channel presenting new empirical and theoretical findings in the social sciences along with up-to-date literature reviews. The journal's 100th issue brings another important formal and organisational upgrade, equipping every article with a DOI (digital object identifier). The DOI handle helps to improve the permanent transparency and accessibility of online scientific and scholarly texts, databases, and audio-visual content. It has been developed to meet the needs of academic publications authors, researchers, and other users of research data with a view to facilitating and increasing the reliability of source citation.

The 100th issue of *Social Science Discussions* is also this year's first special issue, zooming in on young people's media repertoires. Guest co-editors of the issue are Veronika Tašner and Dejan Jontes, with fresh research findings being presented, as generated in the *Media Repertoires among Youth: Social, Political and Cultural Aspects of Digitalised Everyday* Čife basic research project led by Tanja Oblak Črnič and co-funded by the Slovenian Research Agency (ARRS), no. J5-2564. This issue consists of four articles written by the co-editors, as well as Tina Lengar Verovnik, Breda Luthar, Katja Koren Ošljak, Tanja Oblak Črnič, Maruša Pušnik and Nika Šušteršič. The articles are preceded by an extensive editorial focused on the scientific and social relevance of the mentioned topic. The editorial also contextualises each contribution in the literature in the fields of media and communication studies and youth studies.

The thematic articles in this issue of *Social Science Forum* are accompanied by an original scientific article by Peter Stanković and Robert Bobnič, which adopts a cultural-studies perspective to present the results of a statistical survey of listeners of Slovenian folk-pop music – one of the most popular music genres in Slovenia. The article was written as part of Stanković's research project *Slovenian Folk-Pop Music as Politics: Perceptions, Receptions, Identities*, also funded by the ARRS (code J6-2682). The text builds on the internationally recognised socio-cultural significance of popular-music genres that appropriate, interpret and idealise 'traditional' or historically characteristic elements of folk muscapes (e.g.

sounds, lyrics, costumes, dances) in the context and conditions of contemporary popular-music industries. Although the modifications are so strong that one can speak of invented traditions, these genres are often popularly perceived as 'national', 'ours', and as a reflection of a national tradition. Stanković and Bobnić's text identifies folk pop's significance in the context of audience studies, with the intention to open up discussion and outline some starting points for further audience research. Accordingly, it offers insights into the structural characteristics of Slovenian folk-pop music listeners by presenting an overview and basic analysis of statistical data collected in 2021 within the *Slovenian Public Opinion Survey* (SJM) framework. Based on these characteristics, the authors conclude that the most impactful factors shaping the distinctions between cultural formations in Slovenian society are education, religion, political preferences, and place of residence, rather than economic status.

Even though this issue of the journal only features contributions in Slovenian, I wish to use this opportunity to stress that all articles are accompanied by extensive informative summaries in English, together with the authors' contact details, which you are welcome to use should you be interested in their work.

As usual, the issue ends with our "Book reviews" section edited by Klemen Ploštajner. This time, we warmly invite you to read three reviews that capture the spirit of the whole issue dedicated to media content and cultural phenomena. Jernej Kaluža presents Deja Crnović's debut book *Politika kot medijski performans* (*Politics as media performance*), while Karla Tepež reviews the Slovenian translation of Gal Kirn's study *Partisan Counter-Archive* (*Partizanski protiarhiv: o umetniških in spominskih prelomih jugoslovanskega NOB*). The book review section concludes with Darja Zaviršek's reflections on Nina Vodopivec's *Tu se ne bo nikoli več šivalo: doživljanje izgube dela in propada tovarne* (*No sewing will happen here ever again: Experiencing the loss of work, and destruction of the factory*). This review provides both a valuable insight into the demise of the Mura sewing factory and the experiences of its workers in the context of the post-socialist transition, and a sneak-peek into the next special issue on social work and gender, guest-edited by Darja Zaviršek and scheduled for December.

The *Social Science Forum* editorial team wishes you enjoyable reading!

Natalija Majsova
Main co-editor, *Social Science Forum*

Dejan Jontes in Veronika Tašner

Uvodnik: medijski repertoarji mladih v času globoke mediatizacije

Tematski sklop *Medijski repertoarji mladih v času globoke mediatizacije* vsebuje prve študije, nastale v okviru kvalitativnega dela nacionalnega projekta *Medijski repertoarji mladih: Socialni, politični in kulturni aspekti digitaliziranega vsakdana*.¹ Ključni cilj projekta je razumevanje specifik in družbenih kontekstov sodobne medijske potrošnje mladih, česar se v projektu lotevamo z raziskovanjem povezav med različnimi načini uporabe medijev in pomeni, ki jih imajo sodobni digitalni mediji, predvsem pa skuša projekt denaturalizirati vseprisotnost medijev v vsakdanjem življenju mladih. Izginotje oziroma nevidnost medijev je namreč eden največjih izzivov medijskih in komunikacijskih študij v 21. stoletju, pravi Mark Deuze (2011), s čimer želi, izhajajoč iz Kittlerja, poudariti nevidnost in samoumevnost medijev zaradi njihove razširjenosti in vseprisotnosti.²

Vstopanje mobilnih in digitalnih tehnologij v vsakdanje življenje mladih že od predšolskega obdobja dalje, skupaj s pomikom od množičnih k interaktivnim medijem in družbenim platformam, kot so Snapchat, TikTok, Viber, WhatsApp, Instagram in Facebook, kot osrednjim prostorom njihove družabnosti, spreminja mnoge kontekste in obstoječa razmerja znotraj njih: od šole, družine in vrstnikov do kulture, politike in poteka vsakdana. V zadnjem desetletju se namreč mlade naslavlja kot predstavnike t. i. digitalne generacije, ki jo specifično definirajo poseben odnos do digitalne računalniške tehnologije in specifična izkustva z družbenimi mediji. Diskurzi o »digitalni«, »mrežni«, »kibernetški«, »milenijski« generaciji so prisotni v marketingu, političnih dokumentih, najdemo jih v edukacijskih politikah, vzgojnih publikacijah in popularni kulturi.

A kot poudarjajo Breda Luthar in drugi v tem sklopu, ti narativi o generacijah v komercialnem diskurzu mladim podeljujejo kolektivno kulturno subjektiviteto brez upoštevanja razrednih in drugih razlik, predvsem pa so del postopka komodifikacije starostnih skupin in ustvarjanja generacijskih tržnih niš za generacijsko

1. Tematski sklop je nastal v okviru ARRS financiranja raziskovalnega projekta *Medijski repertoarji mladih: Socialni, politični in kulturni aspekti digitaliziranega vsakdana* (J5-2564).
2. Ravno zaradi te vseprisotnosti in stalne povezanosti je izjemno pomembna tudi konceptualizacija odklopov in prekinitev namesto osredotočenosti zgolj na nenehno povezanost, saj nam omogoča razumeti, kaj pomeni živeti v času popolne naturalizacije zasičenosti vsakdana z medijskimi tokovi (glej Kaun in Schwarzenegger 2014).

specifično komercialno kulturno produkcijo. Na izzive tovrstnih uniformnih posplošitev in pretiranih tehnodeterminističnih pogledov na generacijo, ki naj bi jo naddoločal vzpon določenih tehnologij, se kritično odzivajo ne le študije znotraj sociologije otroštva in mladine ter sociologije edukacije, temveč tudi medijske študije. Poleg odmika od poenostavljenih razumevanj generacije se skuša projekt in tematski sklop odmakniti tudi od prevladujočega pristopa v študijah mediatizacije otroštva in mladostništva, ki obravnavo (digitalnega) otroštva/mladostništva umešča predvsem v kontekst tveganj in nevarnosti (glej denimo Riesmeyer in drugi 2022).³

V medijskih študijah se je za označevanje kompleksnega digitalnega medijskega okolja v zadnjem času najbolj uveljavil koncept »globoke mediatizacije«, ki je po Nicku Couldryju in Andreasu Heppu (2017: 53–56) posledica različnih preteklih⁴ valov mediatizacije. Globoka mediatizacija, povezana s ključnimi procesi digitalnih medijev, kot so algoritmizacija, datafikacija in umetna inteligenca, terja tudi drugačne analitične pristope, poudarja Hepp (2020: 6). V tem kontekstu moramo sodobno tehnološko družbo razumeti kot zgodovinski proces naraščajočega poglobljanja tehnološke soodvisnosti in vedno bolj intenzivnega medijskega spreminjanja delovanja vseh drugih entitet in medsebojnih razmerij med njimi. Thomas N. Friemel in Matthias Bixler (2018: 174) poudarjata, da mediatizacija ne pomeni le postopnih premikov v smislu kvantitativne uporabe medijev, pač pa temeljite spremembe medijskega okolja vodijo tudi do sprememb pri konstrukciji kolektivitet skozi medije. Takšna tesna povezanost s tehnologijo strukturira in konstruira vsakdanje komunikacijske prakse premikanja uporabnikov po različnih medijih, ki so izrazito fragmentirane in razpršene.

Za opis in analizo te nove medijske ekologije se je v zadnjem času uveljavilo več konceptov, od »medijske mnogovrstnosti«⁵ (Couldry) in »vseprisotnih medijev« (Coleman) do »povezljivih medijev« (van Dijck) in »polimedijev« (Madianou in

3. Za kritiko te močno uveljavljene teoretske in empirične perspektive v klasični komunikologiji in tradiciji preučevanja medijskih učinkov glej Gauntlett (2012).

4. Couldry in Hepp (2017: 34–52) govorita o zgodovini mediatizacije v valovih od 15. stoletja naprej: prvi val mediatizacije je povzročila mehanizacija (z Gutenbergom in iznajdbo mehanizacije tiska), drugega elektrifikacija (v 19. stoletju z vzponom elektronskih medijev) in tretjega digitalizacija (od 1960. let naprej s »kompjuterizacijo« in vzponom informacijskih tehnologij), napovedujeta pa tudi četrti val – datafikacijo (v katerega začetni fazi živimo sedaj). Vsi valovi so medsebojno povezani in vsi trajajo še danes, pripeljali pa so do globoke mediatizacije.

5. Tu je pomemben Couldryjev (2011) poudarek, da »medijska večvrstnost« (angl. *media manifold*) ni le preprost seštevek medijev, ki jih posameznik uporablja, temveč označuje smiselno razmerje med njimi in vsakdanjih praksah.

Miller 2012). Čeprav so med njimi pomembne razlike, vsi nakazujejo, da pri obravnavi medijske potrošnje ne moremo več izhajati samo iz enega medija. Pri obravnavi medijske potrošnje v tem radikalno spremenjenem medijskem kontekstu pride namreč v zadnjem desetletju do radikalnega odmika od obravnave medijske potrošnje skozi le en medij, k čemur največ pripomoreta ravno uveljavitvi konceptov medijskih repertoarjev in komunikativnih figuracij kot vsaj delna rešitev teoretičnih in metodoloških zagat pri obravnavi tega spremenjenega, izjemno kompleksnega okolja prepletenih medijskih praks. Andreas Hepp in Uwe Hasebrink (2018: 30) komunikativne figuracije opredelita kot običajno večmedijske (angl. *cross-media*) vzorce prepletanja skozi prakse komuniciranja. Navajata primer članov družine, ki so lahko fizično ločeni, a povezani skozi multimodalne komunikacijske prakse od telefoniranja do elektronske pošte in deljenja vsebin na platformah družbenih medijev, s čimer vzdržujejo družinske odnose. Na drugi strani denimo organizacije kot komunikativne figuracije obstajajo tako preko podatkovnih baz kot komuniciranja prek interneta in drugih klasičnih kanalov. »Posamezniki so v tovrstne figuracije vključeni skozi njihovo vlogo in položaj, ki ju imajo kot posamezni akterji v teh konstelacijah« (ibid.). Friemel in Bixler (2018: 176–177) izpostavljata, da lahko širše gledano vsako medijsko občinstvo razumemo kot medijsko osnovano kolektiviteto, saj si običajno deli naravnost do neke specifične medijske vsebine. Vendar pa ni vsako občinstvo »omrežena medijska kolektiviteta«, ki jo definirajo tudi skupne komunikacijske prakse in medsebojne interakcije. Kim Christian Schröder (2018: 410) zato poleg komunikacijskih praks iz oči v oči izpostavlja prepletenost komunikativnih figuracij z mediji na treh ravneh oziroma vidikih: na ravni celotnega medijskega okolja, ki je v danem trenutku dostopen, na ravni nabora medijev, ki je uporabljan v določeni družbeni domeni, in na ravni medijskih repertoarjev posameznih akterjev v vsakdanjem življenju.

Na predstavljenem ozadju je očitno, da sodobnega, vse bolj mediatiziranega otroštva (Drotner 2005; Livingstone in Drotner 2008) in odraščanja ne moremo več misliti mimo visoko digitaliziranih družbenih kontekstov. Za avtonomno delovanje v teh kontekstih otroci in mladostniki potrebujejo digitalno-medijske spretnosti, ki jih pridobivajo v različnih družbenih prostorih – najpogosteje in najprej še vedno doma, sledijo vrstniške skupine, šola in zunajšolske dejavnosti. Študije namreč kažejo, da so medijske rabe v prostem času naprednejše od rab v šolah, družine in vrstniki pa so tako ključni prostori pridobivanja »neformalnih medijskih kompetenc« (Drotner, 2005: 47–48). Ko gre za rabe tehnologij in različnih modalitet njihovih rab, so zanimiva tudi razmerja povezovanj in ločevanj omenjenih prostorov, npr. šole in doma. Ker so vsakodnevne prakse otrok in mladih, ko gre za informiranje, poznavanje in uporabo medijev ter seveda

učenje, branje, opravljanje domačih nalog, seminarskih in projektnih nalog, pa tudi samoprezentiranje, druženje, igra itd., skonstruirane ob množičnih medijih oziroma vse bolj tudi prav skozi družbene medije, je treba razumeti, kakšno vlogo imajo našteti viri in prostori delovanja otrok in mladih pri ustvarjanju njihovih raznolikih medijskih repertoarjev.

Pri tem eno pomembnejših vlog igra medijska pismenost otrok in mladih, ki medijske repertoarje sooblikuje, zato je eno temeljnih vprašanj socializacije današnjih otrok tudi njihovo medijsko opismenjevanje. Ob vseprisotnosti medijev in digitalne tehnologije v našem vsakdanu klasična pismenost (branje, pisanje) ne zadostuje več. Veljavo vse bolj pridobiva prav medijska pismenost, ki naj bi sodobnemu posamezniku, posameznici omogočila avtonomno odraščanje in življenje. EU verjame, da je »ključ dostopa do IKT in novega komunikacijskega okolja medijska pismenost. [...] Temeljna zahteva za spodbujanje te nove sposobnosti je oblikovati ustrezen model medijske pismenosti ter poznati njene razsežnosti, strateško vrednost in posebne koristi, ki jih lahko prinese k razvoju informacijske družbe v Evropi« (EU publications 2014: 2). Čeprav se na prvi pogled lahko zdi, da je ideja medijske pismenosti precej neproblematična in bi jo bilo treba kar se da hitro udejanjiti v okvirih edukacijskega sistema, pa velja slediti opozorilom Katje Koren Ošljak, Nike Šušterič in Veronike Tašner v drugem prispevku te številke *Formiranje medijske pismenosti mladih na presečišču družine, šole in vrstniških skupin*, da je smiselno medijsko pismenost obravnavati kot bolj kompleksen fenomen, ki terja dodatna proučevanja in preizpraševanja. Del omenjenega projekta in tudi te posebne številke poskuša prav to.

Koncept medijske pismenosti je izšel iz polja komunikoloških študij v drugi polovici prejšnjega stoletja. Prvotno je omogočal preizpraševanja prevladujočih reprezentacij v medijih, povezanih s stereotipnimi prikazovanji spolov, ras, družbenih razredov, starosti, spolnosti itd., ter zaščito otrok pred škodljivimi vplivi oglaševalske industrije, filmov in televizije (Hobbs in Jensen 2009). Pri definiranju medijske pismenosti nimamo enoznačnih opredelitev, ker te vznikajo na križiščih in prepletih različnih, hitro spreminjajočih se medijev in tehnologij. Renee Hobbs (1995) tako meni, da gre pri medijski pismenosti za pismenost informacijske dobe, ki vključuje obvladovanje vseh prejšnjih oblik pismenosti in jih razširja na vse oblike medijskih sporočil – od branja, pisanja, govorenja, poslušanja, kritičnega gledanja in sposobnost oblikovanja lastnih sporočil z uporabo najrazličnejših tehnologij. W. James Potter (1998) jo definira kot perspektivo, iz katere se izpostavljam medijem in interpretiramo pomen sporočil, ki jih sprejemamo. Zanimivo je njegovo opozorilo, da medijska pismenost ni kategorija, temveč kontinuum s številnimi stopnjami in dimenzijami, kar nakazuje potrebo po nenehnem angažiranju za razvijanje in dopolnjevanje stopnje medijske pismenosti. Zato po

njegovem mnenju nihče ni zares popolnoma medijsko nepismen ali popolnoma pismen. Različnim opredelitvam medijske pismenosti je skupno prepričanje, da naj bi razvijala širok nabor znanj in kompetenc v odnosu do različnih medijev, tehnologij, reprezentacij, simbolov in vsebin, kar je ključno za aktivno participacijo v javnem življenju (Buckingham 2003; Ranieri in Fabbro, 2019). Medijsko pismenost je tako mogoče opredeliti tudi kot sposobnost kritičnega razumevanja, preizpraševanja in ocenjevanja delovanja medijev; slednje v informacijski družbi ob intenzivni digitalizaciji in algoritmizaciji družbenega življenja postaja vse bolj zahteven izziv. Povedano drugače, medijska pismenost nam omogoča razumeti, kako mediji proizvajajo pomene, kako posredujejo, organizirajo in konstruirajo realnost oziroma vplivajo na vse vidike našega življenja. Zato je ena od ključnih premis medijske edukacije oblikovati avtonomno, kompetentno in aktivno državljan_{ko}_a.

Obsežen korpus raziskav in teorij na področju medijske pismenosti zagovarja koncept kritične medijske pismenosti, ki črpa iz kritičnih teoretskih pristopov in pedagogik, ter predpostavlja, da smo ljudje agenti, sposobni refleksije in samoanalize ter informiranega delovanja, na katerega vplivajo naše družbene pozicije, vrednote, prepričanja, izkušnje in ideologije. Uspešnost medijskega opismenjevanja je seveda povezana z uspešno medijsko edukacijo, še posebej, ko/če je ta vključena v formalni sistem edukacije, zato je pri razumevanju opisanih problematik zanimivo in nujno opazovati tudi snovanje politik na tem področju. Za namene tega uvodnika naj zgolj opozorimo, da kritične medijske pismenosti ne moremo formirati z zgolj instrumentalistično rabo medijev in digitalne tehnologije v izobraževanju. Bistveno bolj produktiven pristop omogoča naslonitev na naslednje štiri razsežnosti medijskega opismenjevanja: 1. materialni in kognitivni dostop do medijev kot nujen, a ne zadosten pogoj medijske pismenosti, 2. poznavanje medijske krajine, vključno s poslovnimi modeli in procesi, povezanimi z družbeno vlogo medijev, 3. produkcijsko-ustvarjalne kompetence in 4. okolje, ki spodbuja medijsko edukacijo (Ranieri in Fabbro 2019: 57). Na prvo in četrto raven formiranja medijske pismenosti pri slovenskih osnovnošolkah in osnovnošolcih se osredinimo tudi v drugem prispevku tega sklopa.

Tematski sklop prinaša štiri znanstvene članke, ki metodološko temeljijo predvsem na metodi polstrukturiranih skupinskih intervjujev na sistematično izbranih podskupinah osnovnošolcev, dijakov in mladih odraslih ter na metodi opazovanja potrošnje digitalnih medijev v obliki netnografije. V uvodnem članku *Medijski repertoarji v času navzkrižnih medijskih praks: študija med osnovnošolci in dijaki* Tanja Oblak Črnič, Katja Koren Ošljak in Nika Šušterič proučujejo navzkrižna razmerja med medijskimi izbirami, tehnološkimi preferencami in vsakdanjim življenjem mladostnikov glede na njihove razredne, kulturne in socialne distinkcije.

Pri identifikaciji navzkrižnosti medijskih praks se članek konceptualno naslanja na model »medijskih repertoarjev«, ki poudarja pomen medsebojno povezanih komunikacijskih konfiguracij in družbenih domen ter vključuje celovitost ali skupinskost medijev, ki jih posameznik uporablja, zato nudi idealen okvir za identifikacijo raznovrstnih medijskih praks. S fokusom na vsakdanjem življenju se namreč raziskovanje medijskih repertoarjev umešča v perspektivo »občinstvenja mediatizacije«, ki ponazarja konstrukcijo medijskih repertoarjev kot *agregatov praks*, hkrati pa opozarja na njihovo povezanost s širšimi *družbenimi strukturami*.

Analiza se s kombinacijo metod – fokusnih skupin, mapiranjem medijskih omrežij in spletno anketo, ki je zajela 67 osnovnošolcev in dijakov slovenskih šol, starih od 12 do 19 let – načrtno usmerja v identifikacijo medijskih repertoarjev mladostnikov, zato njihove izkušnje z mediji in digitalnimi tehnologijami proučuje tako znotraj družin kot tudi edukacijskih prostorov. Analiza medijskih repertoarjev mladostnikov namreč zahteva prepoznavanje družbenih domen, ki strukturirajo medijske prakse otrok in mladih, kot tudi prepoznavanje relacijskih odnosov med njimi: vključuje torej analizo praks znotraj doma in vsakdana družin kot tudi zunaj udomačenih medijskih kultur, predvsem v stikih z vrstniki in v šolah, kjer mladostniki preživijo večino svojega časa. Vrstniška kultura in izobraževalno okolje imata namreč poleg družinske socializacije ključno vlogo pri formiranju medijskih izbir in tudi pri vzpostavljanju digitalnih preferenc med mladostniki.

Katja Koren Ošljak, Nika Šušterič in Veronika Tašner v prispevku *Formiranje medijske pismenosti mladih na presečišču družine, šole in vrstniških skupin* predstavljajo pregled opredelitev medijske in njej sorodnih konceptov pismenosti ter si prizadevajo za njihovo konsolidacijo v celovito definicijo medijske pismenosti. Na podlagi opravljene analize medijsko pismenost opredelijo kot produkt medijske edukacije, za katero privzamemo štiridimenzionalno definicijo: 1) *materialna* in *kognitivna* dostopnost medijev, 2) poučevanja o mehanizmih medijske krajine, 3) razvoj produkcijsko-ustvarjalnih kompetenc in 4) okolje, naklonjeno medijskemu opismenjevanju (Ranieri in Fabbro 2019). Prispevek nadaljujejo s pomenom družbeno obtežene konceptualizacije medijske pismenosti, ki slednje ne razume kot nevtrarno veščino, ki si jo posameznice in posamezniki lahko preprosto prisvojijo, pač pa tudi kot obliko *digitalnega kulturnega kapitala* (Bourdieu 2002; 2004; Gomez 2020; Park 2017), kar omogoča, da medijsko pismenost umestijo v širše omrežje družbenih razmerij moči.

Drugi del njihovega prispevka je posvečen izsledkom kvalitativne raziskave, v kateri so avtorice izvedle polstrukturirane intervjuje s 27 osnovnošolci. Rezultati kažejo, da mladi iz različnih družbenih kontekstov črpajo različne prvine medijske pismenosti. Družinsko okolje osnovnošolcev se pri tem kaže kot izrazito osredotočeno na regulacijo medijev, ki zadeva predvsem časovno

regulacijo medijskih praks, redkeje pa v družinskih kontekstih zasledimo spodbujanje k medijskemu opismenjevanju. Kar zadeva šolski kontekst, pogovori s sodelujočimi kažejo na razmeroma osnovne ravni medijskega opismenjevanja in uvajanja medijev v učni proces; mediji so tam praviloma uporabljeni za izdelavo nalog, iskanje podatkov, manj pa na primer za eksperimentiranje ali ustvarjanje z različnimi tehnologijami. V vrstniškem kontekstu, sodeč po izsledkih raziskave, so mediji prevladujoče prisotni z namenom druženja in ohranjanja stikov, delujejo pa tudi kot mehanizmi oblikovanja preferenc in okusa. Še več, kot pokaže analiza, prav v vrstniškem kontekstu nastaja največ spodbud za eksperimentiranje z medijskimi praksami in medijsko produkcijo, pa tudi za usvajanje drugih znanj in spretnosti.

Z bolj specifično temo se ukvarjajo Breda Luthar, Dejan Jontes in Maruša Pušnik, ki v članku z naslovom *Branje v polimedijskem okolju in (nove) oblike generacijske subjektivacije* obravnavajo družbenost mladih v novem polimedijskem okolju, pri čemer se prispevek osredotoča predvsem na vprašanje, kako zmožnosti novih platform in razmerja med njimi strukturirajo interakcije mladih. Članek skozi prizmo koncepta generacije in generacijsko specifične digitalne družbenosti analizira transformacijo razmerja do branja kot prakse in izkustva. Izhajajoč iz analize intervjujev z otroki in najstniki avtorji ugotavljajo, da je za polimedijsko okolje značilno hkratno gibanje med različnimi platformami, kjer uporabniki živijo v stalni anticipaciji novega, obenem pa sta stalna aktivnost in nenehni afektivni angažma pogoj za algoritemsko proizveden režim vidnosti, ki normalizira raztreseno večopravilnost. V kontekstu nenehnega digitalnega dela ni dosti prostora za prakse onstran družabnih platform, posebej za branje, za katero je značilen zbran individualni spopad s tekstom in umik pogledu drugega. Avtorji ugotavljajo, da je med mladimi moralni ideal branja v celoti odsoten. Branje nima več kulturne avtoritete, tako da se spreminja vloga branja v distribuciji kulturnega kapitala.

Sklop zaključuje študija Tine Lengar Verovnik in Tanje Oblak Črnič »Vedno ko se peljemo v avtu, mora biti radio«: *radijske in avdio prakse v vsakdanu mladih*, v kateri s pomočjo kvalitativnih podatkov, pridobljenih v projektu, raziskujeta vključenost radia in avdia v vsakdan intervjuvanih 67 osnovno- in srednješolcev, starih od 12 do 19 let. Osredotočata se na vprašanja, kakšno vlogo oz. pomen ima zanje radio v okviru družinskega življenja; kako je pozicioniran v odnosu do glasbe; kakšne novosti poslušanja in selekcioniranja avdio vsebin izkazujejo. Ugotavljata, da mladi radia v glavnem ne poslušajo na lastno pobudo niti individualno, temveč ob starših ali zaradi njih; najpogosteje v avtu. Njihov vsakdan najizraziteje zaznamuje glasba, ki jo večinoma povezujejo s poslušanjem na zahtevo in po lastni izbiri, prek digitalnih naprav, medijski diapazon intervjuvanih

mladih pa dopolnjujejo podkasti, a predvsem pri srednješolcih.

Projekt prinaša doslej najobsežnejšo raziskavo medijskih repertoarjev mladih v Sloveniji, zato pričakujemo, da bo tudi pričujoči tematski sklop vsaj deloma zapolnil trenutno vrzel v razumevanju sodobnih generacij in njihovega medijskega ekosistema ter pripadajočih vidikov družbenega vsakdana.

Literatura

- Anderson, James (2012): *Media Research Methods: Understanding metric and interpretative approaches*. London: Sage.
- Bernstein, Basil (2015): *Razred, kodi in nadzor*. Ljubljana: Pedagoška fakulteta Univerze v Ljubljani.
- Bourdieu, Pierre (2003): *Sociologija kot politika*. Ljubljana: *cf.
- Bourdieu, Pierre (2004): *Oblike kapirala*. V F. Adam in M. Tomšič (ur.): *Kompendij socioloških teorij*: 311–324. Ljubljana: Študentska založba.
- Buckingham, David (2000): *After the Death of Childhood: Growing up in the Age of Electronic Media*. Cambridge: Polity Press; Malden: Blackwell.
- Buckingham, David (2008): *Children and Media: A Cultural Studies Approach*. V S. Livingstone in K. Drotner (ur.): *The International Handbook of Children, Media and Culture*: 219–236. London: SAGE.
- Buckingham, David (2003): *Media education : Literacy, learning and contemporary culture*. Cambridge: Polity Press.
- Couldry, Nick (2011): *More sociology, more culture, more politics*. *Cultural Studies*, 25 (4–5): 487–501.
- Deuze, Mark (2011): *Media life*. *Media, Culture & Society*, 33 (1): 137–148.
- Drotner, Kirsten (2005): *Mediatized Childhoods: Discourses, Dilemmas and Directions*. V J. Qvortrup (ur.): *Studies in Modern Childhood: Society, Agency, Culture*: 39–58. London: Palgrave Macmillan UK.
- Friemel, Thomas N., in Bixler, Matthias (2018): *Networked Media Collectivities. The Use of Media for the Communicative Construction of Collectivities Among Adolescents*. V A. Hepp, A. Breiter in U. Hasebrink (ur.): *Communicative Figurations: Transforming Communication in Times of Deep Mediatization*: 173–202. London, Palgrave-Macmillan.
- Gauntlett, David (2012): *Deset zmot »modela učinkov«*. V B. Luthar in D. Jontes (ur.): *Mediji in občinstva*: 187–202. Ljubljana: FDV.
- Hepp, Andreas (2020): *Deep mediatization*. London: Routledge.
- Hepp, Andreas, in Hasebrink, Uwe (2018): *Researching Transforming Communications in Times of Deep Mediatization: A Figurational Approach*. V A. Hepp, A. Breiter in U. Hasebrink (ur.): *Communicative Figurations: Transforming Communication in Times of Deep Mediatization*: 15–48. London, Palgrave-Macmillan.

- Hobbs, Renee (1995): Učenje medijske pismenosti: Hej! Ti je tole kaj poznano? V: M. Košir (ur.): *Otrok in mediji*: 18–24. Zbornik, Ljubljana: ZPMS.
- Hobbs, Renee, in Jensen, Amy (2009): The past, present, and future of media literacy education. *Journal of Media Literacy Education*, 1: 1–11.
- Kaun, Anne, in Schwarzenegger, Christian (2014): »No media, less life?« Online disconnection in mediatized worlds. *First Monday* 4 (11).
- Livingstone, Sonia, in Drotner, Kirsten (2008): Editor's introduction. V K. Drotner in S. Livingstone (ur.): *The international handbook of children, media and culture*: 1–16. London: SAGE Publications.
- Madianou, Mirca, in Miller, Daniel (2012): Polymedia: Towards a new theory of digital media in interpersonal communication. *International journal of cultural studies*, 16 (2): 169–187.
- Potter, W. J. (1998): *Media Literacy*. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage Publications
- Ranieri, Maria, in Fabbro, Francesco (2019): Theorising and designing media and intercultural education: A framework and some guidelines. V M. Ranieri (ur.): *Media education for equity and tolerance: Theory, policy, and practices*: 51–82. Canterano: Aracne editrice.
- Riesmeyer, Claudia, Zillich, Freya, Arne, in Naab, Thorsten (2022): Editorial: Digital Child: and Adulthood-Risks, Opportunities, and Challenges. *Media and Communication*, 10 (1): 301–304.
- Schröder, Kim Christian (2018): *Communicative Figurations and Cross-Media Research*. V A. Hepp, A. Breiter in U. Hasebrink (ur.): *Communicative Figurations: Transforming Communication in Times of Deep Mediatization*: 407–423. London, Palgrave-Macmillan.

Viri

- Eu publications (2014). Study on the current trends and approaches to media literacy in Europe. Dostopno prek: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/4815621e-3057-4be5-96a4-cfd013d879a5/language-en/forma-PDF/source-77154575> (10. 8. 2022).



ČLANKI

ARTICLES



Tanja Oblak Črnič, Katja Koren Ošljak, Nika Šušterič

MEDIJSKI REPERTOARJI V ČASU NAVZKRIŽNIH MEDIJSKIH PRAKS: ŠTUDIJA MED OSNOVNOŠOLCI IN DIJAKI

IZVLEČEK

Prispevek proučuje navzkrižna razmerja med medijskimi izbirami, tehnološkimi preferencami in vsakdanjim življenjem mladostnikov glede na njihove razredne, kulturne in socialne distinkcije. V članku razkrivamo vsebinska izhodišča proučevanja medijskih repertoarjev in pripadajoče metode. Medijske repertoarje proučujemo skozi generacijsko optiko ter opozorimo na konceptualne in empirične izzive tovrstnega raziskovanja.

Ker gre za prvi poskus, ki medijske prakse poglobljeno konceptualizira in empirično preverja na presečiščih družinskega in edukacijskega oz. vrstniškega konteksta, je namen prispevka pojasniti metodološki okvir kvalitativne raziskave, ki je vključila 67 mladih od 12. do 19. leta. Analiza sociodemografskih specifik omogoča opis družinskih in socialnih okoliščin zajetega vzorca, medijske skice pa identifikacijo medijskih preferenc mladih in njihove potencialne navzkrižnosti.

KLJUČNE BESEDE: medijski repertoarji, mladi, družbene domene, vsakdanje življenje, medijske skice, fokusne skupine

Media repertoires in the cross-media era: a research study among secondary and high school students

ABSTRACT

The article explores the relationships between young people's media choices, technological preferences, and everyday life in connection to their cultural and social characteristics. As such, it describes the conceptual framework of the media

repertoires approach and selected methods. Media repertoires are approached from a generational perspective, pointing out the conceptual and empirical challenges of such research. As one of the first attempts to conceptualise media practices at the intersection of family, educational and peer contexts, the article aims to describe the qualitative research design of an empirical study that considered a sample of 67 students aged 12 to 19. The sample is presented through an analysis of its sociodemographic characteristics, while personal media networks help identify the teenagers' media preferences and their potential cross-connections.

KEY WORDS: *media repertoires, youth, social domains, everyday life, personal media networks, focus groups*

1 Uvod: raziskovanje navzkrižnih medijskih rab

Vzpon ekonomije pozornosti (Davenport in Beck 2001) je v zadnjem desetletju vzpostavil kulturo t. i. prilepljenosti na družbena omrežja (Syversten 2020: 31). Po Costera Meijer in Groot Kormelink (2015) tradicionalno konzumpcijo medijev v obliki branja, gledanja in poslušanja nadomeščajo bolj efemerne prakse, kot so pregledovanje, klicanje, iskanje, skeniranje, preverjanje, kjer t. i. čekirni krog opisuje vsakdanjo rutino nenehnega sprehajanja med priljubljenimi stranmi ter preverjanja statusa na družbenih omrežjih, novic in e-pošte v eni sami seansi. Medije različnih vrst vse manj prakticiramo kot izolirana družbena izkustva v prostorsko zamejenih in časovno determiniranih momentih. Nasprotno, medijska apropiacija je fluidna, hipna in vseprisotna, obenem pa prostorsko razpršena in medijsko navzkrižna: spremljanje televizije dopolnjujemo z branjem e-pošte na prenosniku, telefonu ali tablici, vožnjo v službo, sprehajanje in tek s poslušanjem podkastov, druženje s prijatelji z odzivanjem v priljubljenem družbenem omrežju na pametnem telefonu, kuhanje, delo in učenje z branjem spletnih novic, gledanjem videov na YouTubeu ali fotografij na Instagramu. S profilizacijo pametnih telefonov kot »aparatur, ki jih je težko ignorirati« (Goodin 2017), so ti postali integrativni del koordiniranja vsakdanjega življenja: poosebljajo žive dogodke, generirajo družbeni ščit (Lomborg 2015) in lajšajo prehajanja med različnimi komunikacijskimi tokovi (Thorhaug 2016).

Empirična tradicija raziskovanja medijskih navad, rokovanj z medijsko tehnologijo in formiranja medijskih preferenc ima pestro in metodološko raznoliko zgodovino (Anderson 2012; Jensen 2012). Še danes pa se večina raziskav osredotoča na tematizacijo določenega kanala, naprave ali posamezne platforme, posebnosti nekega televizijskega žanra ali omrežnih objav, manj pa na *hkratno ali navzkrižno* rabo medijev in njihovih vsebin, čeprav je ravno sočasna mešanica izbir, aplikacij in pripadajočih komunikacijskih dejanj normalizirana praksa. Tovrstne navzkrižne

in (pre)nosljive prakse so še posebej stalnica med mladostniki, za katere se zdi, da hitro in vešče »preklaplajo« oz. »drsijo« iz enega v drug medijski »kanal«, iz enega v drugo komunikacijsko okolje, iz ene družbene situacije v drugo. Poznavanje medsebojne integriranosti navzkrižnih medijskih rab ter spremljajočih družbenih in kulturnih praks znotraj vsakdana pa ostane okrnjeno, če raziskovanje ostane omejeno zgolj na en medij (Hasebrink in Hepp 2017).

Opozorila na »medmedijsko« ali »čezmedijsko« raziskovanje (Bjur in dr. 2014) niso novost, saj segajo že v čas zgodnjega raziskovanja medijskih občinstev: zagovarjala sta jih tako pristop medijskih rab in zadovoljitev (Katz in dr. 1973) ter medijskih združenj (angl. *media ensemble*) znotraj vsakdanjega življenja (Bausinger 1984) kot tudi proces domačenja medijskih tehnologij (Silverstone in Hirsh 1992). S tezo o globoki mediatizaciji (glej Couldry in Hepp 2017) pa se zdi, da je navzkrižno raziskovanje medijev pridobilo nov zalet. K temu je pripomogla popularizacija pristopa »medijskih repertoarjev«, ki opozarja ravno na pomen medsebojno povezane konfiguracije medijev (Hasebrink in Domeyer 2012; Hasebrink in Popp 2006; van Eijck in van Rees 2003).

Četudi tematizacija medijskih repertoarjev v medijskih študijah pri nas ni novost (glej Luthar in Oblak Črnič 2015), ostaja prej izjema kot pravilo. Prva empirična študija medijskih repertoarjev v nacionalnem kontekstu je bila izvedena v okviru kvantitativne raziskave *Medijska potrošnja, razred in kultura* (Luthar in Oblak Črnič 2015), povsem sočasno z začetnim valom raziskovanja (glej Hasebrink in Domeyer 2012). Študija je v analogiji z drugimi potrdila, da je potrošnja medijev med odraslimi – od dnevnega tiska, televizije do spletnih medijev – strukturirana v tipične diskurzivne kategorije, ki niso zgolj ali predvsem psihološki in demografski idealni tipi, temveč so kompleksne tipologije, skozi katere se sistematično artikulirajo druge razredne, spolne in generacijske razlike v družbi. Medijske repertoarje smo namreč razumeli kot družbeno-kulturne formacije, kjer imajo generacijske razlike ključno vlogo pri delitvi na »analogne« in »digitalne« repertoarje, vendar so generacijske skupine razredno in spolno notranje diferencirane. Posledično smo opozorili, da razredne, spolne in generacijske distinkcije pri oblikovanju medijskih konfiguracij »delujejo skupaj«.

Pri projektu *Medijski repertoarji mladih*¹ nadaljujemo s podobno logiko raziskovanja medijske potrošnje, le da identifikacijo medijskih repertoarjev usmerjamo v enovito starostno grupacijo, namreč med šolajoče se mladostnike. V primerjavi

1. Gre za temeljni projekt *Medijski repertoarji mladih*, v katerem sodelujejo raziskovalci Fakultete za družbene vede in Pedagoške fakultete Univerze v Ljubljani pod vodstvom dr. Tanje Oblak Črnič in ga v obdobju od 1. 9. 2020 do 31. 8. 2023 sofinancira ARRS pod šifro JP-2564. Več na spletnih straneh projekta medijimladih.si.

s prej omenjeno študijo in bolj konsistentno z izvirnim modelom (glej Hasebrink in Domeyer 2012; Hasebrink in Hepp 2017) medijske repertoarje zastavljamo širše: v kvalitativnem delu se sprašujemo, kakšne pomene mladostniki sploh konstruirajo v odnosu do medijev in kako konstruirajo vsakdan prek naprav, da bi v drugem koraku s kvantitativno raziskavo generalizirali tipične skupine medijskih repertoarjev in preverili njihove presečnosti s sociodemografskimi, razrednimi in kulturnimi distinkcijami.

Pri iskanju odgovorov na omenjene dileme zagovarjamo pristop »slèdi mladostniku« (Drotner in Livingstone 2008), ki zbira in analizira poglede, aspiracije, stališča in izkušnje mladostnikov samih. Zožitev na homogeno generacijsko skupino ne prinaša le novih konceptualnih izzivov, temveč odpira številne metodološke zagate: od merjenja konceptov do premislekov, kako se na terenu približati mladim. Že dilema, kako ujeti socialne neenakosti in kako identificirati razredne, ekonomske distinkcije v družini, ni preprosta: problematičnost in nezanesljivost klasičnih merjenj namreč evidentirajo številne razprave (Pueyo in dr. 2007; Svedberg in dr. 2016), ki opozarjajo, da se tovrstne distinkcije med mladimi pogosto izražajo posredno, evidentirajo pa tudi visoko stopnjo neodgovorov na prevladujoče kazalce.

Poleg težavnega merjenja sociodemografskih ozadij je raziskovanje medijskih repertoarjev mladostnikov konceptualno zahtevno, saj se aktualne študije še vedno raje osredotočajo na odrasla občinstva (Vandenplas in Picone 2021; Ytre-Arne 2019). A kako poleg frekventnosti medijskih rab ujeti še okus, preferenice in motivacije zanje? In kako pri tem upoštevati vlogo specifičnih kontekstov, ki (ne)izbire in vedenja mladih določajo – recimo pritiske starševske regulacije in družinskih pravil, šolskih norm in latentnih zakonitosti med vrstniki? In končno, kako izvedbeno ujeti mladostnike v okoliščinah, ki jih je prinesla epidemija covida-19?

Posledično, kvalitativni raziskovalni načrt kot ožji predmet tukajšnje razprave že zaradi kompleksnosti vsebinskih izhodišč nujno vključuje kombinacijo metod: fokusne skupine na sistematično izbranih podskupinah osnovnošolcev in dijakov; mapiranje medijskih omrežij oz. t. i. osebnih medijskih skic ter spletno anketo o demografskih ozadijih in družinskih razmerah zajetega vzorca mladih. Nabor izbranih metod je posledica sistematičnega pregleda kvalitativnih študij medijskih repertoarjev. Ker gre za prvo tovrstno raziskavo pri nas, je namen prispevka razložiti vsebinska izhodišča, izbor metod in njihov potek ter izluščiti preliminarne ugotovitve. Ker rezultate fokusnih skupin tematizirajo drugi prispevki tematske številke *Družboslovne razprav* (npr. Koren Ošljak in dr., Jontes in dr.), se tukajšnja razprava omejuje na analizo medijskih skic, da bi orisali potencialne navzkrižnosti medijskih preferenc znotraj izbranih kategorij mladostnikov.

2 Medijski repertoarji kot model občinstvena mediatizacije

Z razmahom pretočnih, mobilnih, povezljivih medijev in algoritemske distribucije vsebin so se nekdanja razmerja do medijskih izbir in vsakdanjih navad, ki jih generirajo medijska občinstva, močno spremenila. Študije med drugim izpostavljajo pohitreno interaktivnost in omrežno družbenost (Van Dijck 2013), množično institucionalizacijo »všečkanja« (Wagner 2018), množenje personalnih medijev, privatizacijo in individualizacijo medijske potrošnje (Livingstone in Drotner 2008; Livingstone in Sefton-Green 2016), algoritemsko vodeno distribucijo vsebin in odzive nanje. Medijska potrošnja je vse bolj mobilna, efemerna in težko določljiva, kar prinaša številne izzive tudi za empirično raziskovanje.

Ideja, da so medijski uporabniki selektivni v odnosu do naraščajočih izbir in da raznolike medijske prakse kombinirajo med seboj na smiseln način, ni nova (Vandenplas in Picone 2021). Že razprave o t. i. polimedijih (Madianou 2014) ali medijski ekologiji (Scolari 2012) so opozorile na problematičnost singularnega razumevanja medijskih praks kot enovitih dogodkov. Koncept medijskih repertoarjev vključuje, nasprotno, *celovitost ali skupinskost medijev*, ki jih posameznik uporablja, medijski repertoarji pa »odsevajo razmeroma stabilne vzorce navzkrižnih medijskih praks« (Hasebrink in Hepp 2017: 367), zato je konceptualno idealen okvir za identifikacijo raznovrstnih medijskih praks, ki jih Vandenplas in Picone (2021: 4) opisujeta kot »komunikacijska plovila, ki so v vsakdanjem življenju uporabnikov nepreklicno prepletena drugo z drugim«.

S fokusom na vsakdanjem življenju se raziskovanje medijskih repertoarjev umešča v perspektivo »občinstvena mediatizacije« (glej Schröder 2017), ki ponazarja konstrukcijo medijskih repertoarjev kot *agregatov praks*, hkrati pa opozarja na njihovo povezanost s širšimi *družbenimi strukturami*. S tem se konceptualizacija medijskih repertoarjev skuša (od)rešiti pogostega očitka o diskrepanci med individualno, na uporabnika osredotočeno perspektivo, in agregirano, kolektivno formacijo, ki je običajno očitana medijskim študijam (Hasebrink in Hepp 2017: 366). Medijski repertoarji se namreč nanašajo na vzorce in načine *kombiniranja različnih medijev* in ustvarjanje »celostnega« modela medijskih rab. Empirični potencial medijskih repertoarjev je še večji, saj, kot pravita Hepp in Hasebrink (2013: 3–4), služi kot empirična operacionalizacija mediatizacije, ker govori o tesni povezanosti dolgoročnih sprememb na področju medijev in komuniciranja z globljimi transformacijami na področju kulture in družbe. Prelivanje medijskih praks in prečenje kontekstov pa zahteva ne le konceptualne, temveč tudi empirične premisleke, saj je »raziskovanje navzkrižnih medijev kot metodološka inovacija doživelo izjemno odmevnost« (Hasebrink in Hepp 2017: 364).

Na individualni ravni je pri proučevanju medijskih rab in medijskih apropiacij model medijskih repertoarjev razmeroma preprost, saj v grobem predvideva zajemanje vedenja, stikov oz. izkustev z mediji, izpostavljenosti oz. epizodičnega spremljanja določenih medijev, pogostost in obseg njihove uporabe. K temu dodaja še raziskovanje stališč do medijev, medijskih preferenc in vpetosti določenih medijev v vsakdanje rutine ter različne oblike navezanosti na medijske produkte ali vedenjske »odvisnosti« oz. lojalnosti do določenih znamk (Hasebrink in Hepp 2017: 367). V smislu operacionalizacije oz. iskanja indikatorjev za naštete vzorce rab in vedenj je model medijskih repertoarjev ekstremno odprt. V prvi fazi predvideva identifikacijo ključnih komponent, ki sestavljajo medijske repertoarje posameznikov, kjer, kot opozarjata Hasebrink in Hepp (2017: 368), »raziskovalec vnaprej definira določene medijske prakse in posameznike sprašuje po njihovi relevantnosti«, v drugem koraku pa »relevantne medijske prakse raziskuje z odprtimi vprašanji«. Medtem ko prvi korak predvideva generalizirane pristope v smislu kvantitativnih, standardiziranih merjenj v obliki anketnih vprašanj, druga faza implicira kvalitativni načrt »na uporabnika osredotočenega« raziskovanja.

Za namen preverjanja, kateri pristopi in raziskovalne metode prevladujejo v študijah medijskih repertoarjev mladostnikov, smo izvedli pregled sorodnih raziskav.² Ta ponuja seznanitev z raziskovalnimi postopki več študij v daljšem časovnem obdobju. Zanimalo nas je, kako avtorji pristopajo k analizi medijskih repertoarjev, kdo so opazovani subjekti in kako jih rekrutirajo (glej Tabela 1). Ugotavljamo, da je fenomen medijskih repertoarjev sicer večinoma tematiziran v evropskem prostoru, a so v tematskem smislu študije skoraj tako heterogene kot njihovi empirični poudarki. Primarno zajemajo analizo medijskih rab in praks, povezanih z medijskimi preferencami, ožje gledano pa raziskujejo različne vidike medijske kulture, npr. kreativnost, produkcijo vsebin, porabništvo. Medijski repertoarji so tematizirani tudi ožje – recimo skozi konzumpcijo novic, informiranost ali zasičenost z informacijami, digitalno oz. medijsko pismenost, veščine in poznavanje medijev ipd.

2. Pregled omogoča seznanjenost z vsebinskimi vprašanji in konceptualnimi izhodišči primerljivih raziskav, ki medijske repertoarje praviloma tematizirajo skozi kvalitativne pristope.

Tabela 1: Kronološki prikaz kvalitativnih študij medijskih repertoarjev.

Avtorji	Leto	Opazovana skupina	Velikost in tip vzorca	Metode zbiranja podatkov
Mallan, Singh in Giardin	2010	Učenci od 13 do 16 let, 4 šole urbano-ruralno	170 oseb, priložnostni vzorec	Fokusne skupine in intervjuji, etnografija, spletna anketa, analiza dokumentov
Rymes	2012	Osnovnošolci, 3. razred	Skupina šolarjev, priložnostni vzorec	Pogovori in druženje z otroki, spremljanje YouTube kanalov in priložnostni obiski šolskega razreda
Robinson	2014	Aktivni v mestni skupnosti, ki rešujejo problem brezdomstva	55 oseb, priložnostni vzorec, snežna kepa	Ankete in poglobljeni intervjuji, vzorčenje s pristopom snežne kepe
Macek in drugi	2015	Javno/politično aktivnejši državljani, stari med 15 in 60 let	22 oseb, priložnostni vzorec	Polstrukturirani intervjuji
Kleinen-von Königsłow in Förster	2016	Mladi odrasli/študenti	59 študentov, priložnostni vzorec	Medijski dnevniki
Szostek	2016	Študenti z liberalnejše in prestižnejše fakultete	20 oseb, priložnostni vzorec	Kvalitativni intervjuji z odprtimi vprašanji
Hasebrink in Hepp	2017	Mladi odrasli od 20 do 30 let	5 oseb, priložnostni vzorec	Medijski dnevniki, skupinski intervjuji, ponazoritev osebnih omrežij s sortiranjem kartic
Krogsgaard	2017	Potomci nacionalsocialistov	5 oseb, priložnostni vzorec	Kvalitativni intervjuji
Pereira, Moura, Masanet, Taddeo in Tirocch	2018	12–19-letniki iz 3 držav: Portugalska, Španija, Italija	281 mladih, priložnostni vzorec	Digitalna etnografija: anketa, delavnice, intervjuji, medijski dnevniki in opazovanje spletnih medijev
Matassi, Mitchelstein in Boczkowski	2018	Mladi od 18 do 29 let in mladi od 18. leta dalje	50 oseb v intervjujih / 700 anketirancev	Polstrukturirani intervjuji in anketni vprašalnik
Campos, Simões in Pereira	2018	Mladi aktivisti	36 oseb, snežna kepa	Udeležba na dogodkih, spletno opazovanje in poglobljeni intervjuji
Møller Hartley	2018	4 šole, 15–16-letniki	21 mladih, priložnostni vzorec	Dnevniki

Guerrero-Pico, Masanet in Scolari	2019	12–18-letni učenci in dijaki iz 8 držav po svetu	1633 vprašalnikov, 58 delavnic, 311 intervjujev, 90 medijskih dnevnikov	Digitalna etnografija: anketa, delavnice, intervjuji, medijski dnevniki in opazovanje spletnih medijev
Rothenberger, Elmezeny in Wimmer	2019	Družine beguncev v Nemčiji	100 oseb (10 sirijskih in 10 iranskih družin), priložnostni vzorec	Poglobljeni intervjuji s starši, fokusne skupine z otroki in risbe medijskih repertoarjev otrok
Ytre Arne	2019	Odrasli	50 oseb, kvotni vzorec	Intervjuji in medijski dnevniki
Schmidt, Merten, Hasebrink, Petrich in Rolfs	2019	Mladi (14–20 let), mladi odrasli (20–30 let) in odrasli (30–70 let)	27 udeležencev, priložnostni vzorec	Skupinske diskusije in intervjuji
Schwarzenegger	2020	18–29 let, 35–55 let in 65+ let	49 oseb, kvotni vzorec	Polstrukturirani medijsko-biografski intervjuji in opazovanje rabe med intervjuji
Merten	2020	Formirane skupine (prijatelji, aktivisti ipd.) iz večjega mesta	18 oseb, izbrani iz predhodne raziskave	Mapiranje egocentričnih omrežij in medijskih repertoarjev s sortiranjem kartic, intervjuji in opazovanje

Sicer pa kvalitativno raziskovanje medijskih repertoarjev mladih običajno poteka na manjših vzorcih, med metodami zajemanja podatkov pa prevladujejo osebni intervjuji v kombinaciji z medijskimi dnevniki. Glede na opazovano populacijo se raziskave osredotočajo na različne podskupine: na osnovno- in/ali srednješolsko mladino, na mlade odrasle oziroma študente ali, še ožje, na politično aktivne državljane. Glede na velikost vzorca – ti so večinoma priložnostni – jih lahko razdelimo v tri tipe: največji štejejo od sto do več kot tisoč enot, srednji po velikosti od 20 do 60 udeležencev, nekaj je t. i. študij primera. Glede na raziskovalni načrt večina študij temelji na kvalitativnem etnografskem raziskovanju oz. še ožje na t. i. kratkoročni etnografiji (angl. *short-term ethnography*) (Pink in Morgan 2013). Med metodami zbiranja podatkov prednjačijo osebni polstrukturirani intervjuji, sledijo fokusne skupine, mapiranje medijskih omrežij in opazovanje. Kar nekaj študij uporablja medijske dnevnike.

V slovenskem prostoru študije medijskih repertoarjev mladih nimamo. Nasprotno, dosedanje raziskave o razširjenosti tehnoloških naprav in medijskih rab med mladostniki se običajno zanašajo na deskriptivne generalizacije kvantitativnih študij (Lavrič in dr. 2011; Lavrič in dr. 2021), ki ostajajo omejene na frekventnost rab, izpuščajo pa vlogo kontekstov, ki prakse in medijske navade uokvirjajo.

Posledično je razumevanje izkušenj mladostnikov z mediji in digitalno tehnologijo že konceptualno šibko. Namesto na kontekstualizacijo medijskih kultur se raziskave nadalje raje usmerjajo na identifikacijo vzorcev rab določenih tehnologij (npr. računalnika, interneta ali telefona), ki pa zanemarjajo pomen navzkrižnih medijskih in komunikacijskih konfiguracij (gl. tudi Jontes in dr. 2021; Oblak Črnič 2020). Redko se analize fokusirajo na transformacije medijev in vlogo življenjskih prehodov mladostnikov. Model medijskih repertoarjev (Hasebrink in Hepp 2017) pa tovrstne pomanjkljivost v marsičem odpravlja.

3 Medijski repertoarji mladih: konceptualizacija, raziskovalni načrt in izvedba

Aplikacija izvirnega modela na mladostnike predvideva, da »medijski repertoar ni zgolj preprost seštevek različnih medijev, ki jih posameznik uporablja, temveč gre za smiselno strukturirano medijsko kompozicijo« (Hasebrink in Domeyer 2012: 760), in vpeljuje tri komponente medijskih repertoarjev: *osredotočenost na mladostnike, celovitost in relacijskost*. Prva raven predvideva fokus na uporabnikih namesto na medijih, torej na vprašanih, kaj mladi z mediji počnejo. Druga raven se nanaša na poznavanje raznolikosti medijev, s katerimi so mladostniki v stiku. Raven relacijskosti pa izpostavlja medsebojno povezanost komponent, ki tvorijo t. i. interno strukturo ali koherentnost navzkrižnih medijskih grupacij. Analiza medijskih repertoarjev mladostnikov torej zahteva identifikacijo ključnih družbenih domen, ki strukturirajo medijske prakse otrok in mladih, ter prepoznavanje relacijskih odnosov med njimi, kar podrobneje opisujemo v nadaljevanju.

3.1 Družbene domene in komunikacijske figuracije medijskih repertoarjev

Poudarek na kombinaciji različnih medijev, ki jih izkušajo mladi in s katerimi kreirajo strukturirane vzorce komunikacijskih praks, predvideva pristop teorije figuracij, ki opozarja na različno vpetost posameznikov v družbene sfere oz. komunikacijske konfiguracije: »vsaka figuracija s svojimi specifičnimi konstelacijami akterjev, pomenskih okvirov in komunikacijskih praks oblikuje delček posameznikovega repertoarja; in obratno, vsak posameznik kot akter prispeva k tej figuraciji z lastnimi komunikacijskimi praksami« (Couldrey in Hepp 2017: 367). Gre za t. i. konstelacije ali »razmestitve akterjev« v obliki omrežja različnih posameznikov, ki so med seboj intenzivno povezani in ki določajo strukturo komunikacijskih figuracij (Couldry in Hepp 2017; Elias 1978; Hepp in Hasebrink 2014). Vsaka komunikacijska figuracija nosi dominanten okvir, ta pa narekuje konstitutivne prakse delovanja posameznikov, kjer okviri definirajo teme in značaj posamezne

družbene domene. Figuracije pa temeljijo na komunikacijskih praksah, ki so integrirane z družbenimi praksami in v svoji kompoziciji zaobjemajo celovit »medijski orkester« (angl. *media ensemble*) (Hassebrink in Hepp 2017: 366). Posledično so »navzkrižni medijski repertoarji posameznikov delno strukturirani skladno s figuracijami, v katerih se razvijajo, figuracije družbenih domen pa temeljijo na razmestitvah akterjev kot tudi na komunikacijskih praksah posameznikov, ki te domene konstituira« (Hassebrink in Hepp 2017: 367).

Slika 1: Družbene domene navzkrižnih medijskih repertoarjev mladostnikov.

I. MEDIJSKI REPERTOARJI IN DIGITALIZIRAN DRUŽINSKI VSAKDAN	II. VRSTNIŠKI IN EDUKACIJSKI REPERTOARJI
Katere medije mladi konzumirajo, zakaj ter v kakšnih okoliščinah in kakšne pomene jim pripisujejo?	Kako je vsakdan mladostnikov integriran s socialnimi stiki prek digitalnih naprav? Kakšne so izkušnje mladih z digitalnimi mediji v šolskih okoljih?

Projekt medijski repertoarji mladih posega v raznolike družbene domene mladostnikov (slika 1), saj vključuje analizo družbenih in komunikacijskih praks znotraj doma in vsakdana družin kot tudi zunaj udomačenih medijskih kultur, predvsem v stikih z vrstniki in v šolah, kjer mladostniki preživijo večino svojega časa. Vrstniška kultura in izobraževalno okolje imata poleg družinske socializacije ključno vlogo pri formiranju medijskih izbir in vzpostavljanju digitalnih preferenc med mladostniki (Buckingham 2000, 2008; Fabbro in Ranieri 2016; Jenkins in dr. 2016; Livingstone in Sefton-Green 2016). Kombinacija družinskih, edukacijskih in vrstniških domen pa implicira proučevanje tako kolektivnih kot individualnih komunikacijskih praks, pri čemer so medijski repertoarji v različnih razvojnih fazah otrok in mladostnikov specifično oblikovani: pri mlajših so bolj pogojeni s komunikacijsko figuracijo družin, medtem ko se starejši mladostniki, ki že formirajo trajnejše medijske repertoarje, tesneje navezujejo na lastne subjektivne selekcije in okuse vrstnikov. Edukacijska komunikacijska figuracija, pri kateri dominira relacijskost med mladostniki in učitelji, pa ima kot institucionalni okvir zopet svojstveno vlogo pri oblikovanju komunikacijskih praks mladih.

3.2 Kompleksnost raziskovalnega načrta in kombinacija metod

Za zagotavljanje celovitosti in povezanosti izbranih komponent je nujen kombiniran raziskovalni načrt, pri čemer koncept medijskih repertoarjev ne pretendira nobene vnaprejšnje dimenzije medijskih rab kot »edine prave«. Nasprotno, v luči uporabniško-osredotočenega pristopa kot indikator subjektivnih preferenc predvideva bodisi ugotavljanje, na kateri dimenziji medijski uporabniki lastne repertoarje

sploh sestavljajo: ali selekcionirajo vrste medijev, njihove žanre, teme ali konkretne medijske produkte oz. znamke ali raje poudarjajo družbene kontekste njihovih rab (Hasebrink in Domeyer 2012: 760). Kot indikator povezanosti medijskih uporabnikov z izbranimi mediji lahko služi več informacij: od stikov z mediji ali epizodičnega spremljanja medijev, denimo v obliki frekventnosti in časa uporabe, stališč ali preferenc za določeno vrsto medijev, vse do stopnje integriranosti nekega medija v vsakdanje rutine. Indikatorji relacijskosti nekega repertoarja se nanašajo na deleže rab, posvečene različnim medijem, osebno relevantnost, ki je pripisana določeni komponenti, raznolikosti repertoarja do komplementarnosti (ali obratno kompetitivnosti) posameznih komponent (prav tam).

Zaradi skromne raziskanosti medijskih praks mladostnikov v Sloveniji smo raziskovalni načrt izpeljali v specifičnem vrstnem redu: za informacije o raznolikosti praks in specifičnih vzorcih rab, ki bi namigovali na stabilnejše medijske repertoarje znotraj družbenih figuracij, ki te trajnosti spodbujajo ali celo pogojujejo, smo izvedli *poglobljeno kvalitativno raziskavo*. Ta omogoča prepoznavanje preferenčne strukture medijskih in tehnoloških praks mladostnikov ter kontekste rab, kar je bilo v dosedanjih razpravah v večji meri spregledano. Za popis medijske navzkrižnosti in soodvisnosti komponent so bile posledično izbrane različne metode: za prepoznavanje medijskih preferenc in kombinacij komponent v družbenih domenah družin, šol in med vrstniki smo izvedli fokusne skupine, za identifikacijo subjektivnega medijskega repertoarja mapiranje medijskih omrežij, za zajem sociodemografskih specifik pa spletni vprašalnik. Vse našete metode smo izvedli na istem vzorcu udeležencev. Šele v naslednjem koraku smo zasnovali kvantitativno raziskavo na vzorcu šolajoče se populacije osnovnošolcev in dijakov.³

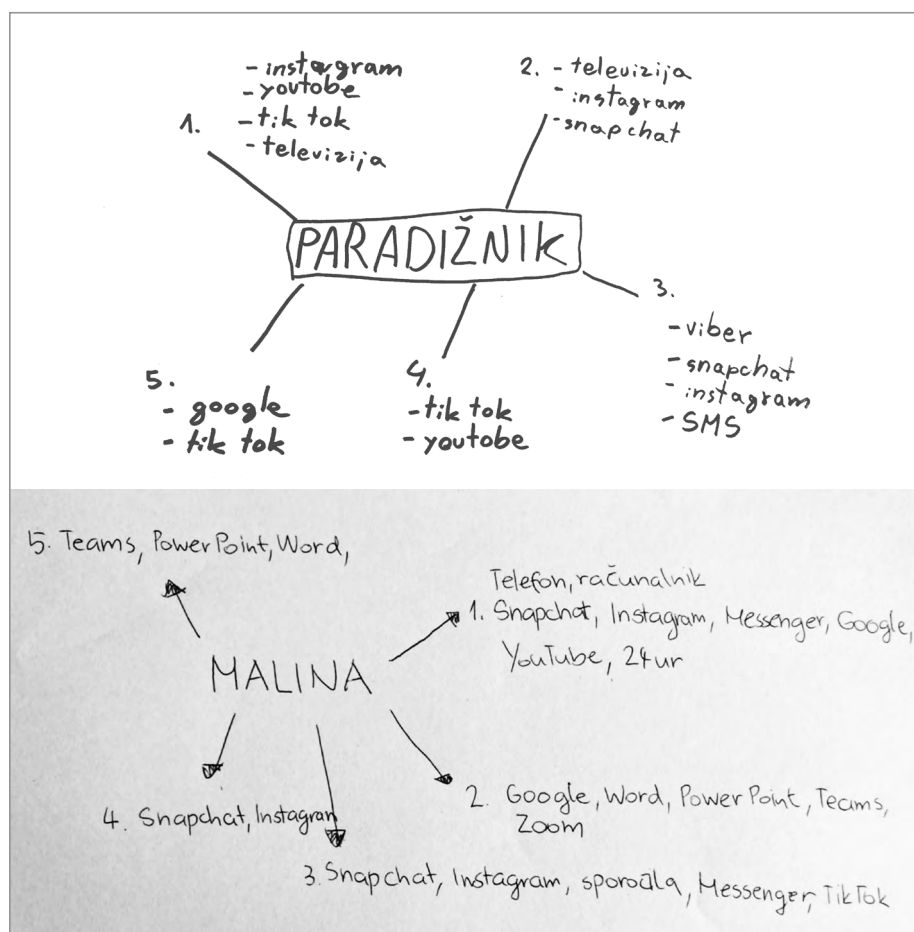
1. Fokusne skupine: Za pridobivanje informacij o tem, katera omrežja in aplikacije mladostniki uporabljajo, kdaj, kje in katere vsebine konzumirajo, kako do medijskih tehnologij dostopajo in jih selekcionirajo ter tudi, kako se na digitalne tehnologije odzivajo njihovi starši, sorodniki, učitelji in vrstniki, služi obsežen *polstrukturiran vprašalnik*. V njem sprašujemo o individualnih medijskih praksah in tehnoloških preferencah, beležimo tehnološko opremljenost, dostop in regulacijske strategije družin, vrstniške komunikacijske in medijske vzorce ter apropiacijo tehnologij v šolah. Zaradi tveganih epidemioloških razmer⁴ so fokusne skupine

3. Anketiranje učencev na osnovnih in srednjih šolah v vseh slovenskih regijah je potekalo spomladi 2022. Do oddaje prispevka smo v vzorec zajeli 2300 osnovnošolcev in 1100 dijakov. Empirični rezultati tega dela niso predmet razprave, omenjamo jo zgolj informativno.

4. 26. oktobra 2020 je vlada RS z odlokom zaprla vse vzgojno-izobraževalne zavode: 15. februarja 2021 so se v šole vrnili osnovnošolci in dijaki zaključnih letnikov ter dijaki, vključeni v programe nižjega poklicnega izobraževanja, 12. aprila pa še dijaki po modelu C.

izvedene v obliki skupinskih *spletnih intervjujev* s pari oz. diadami in trojicami. Kot ugotavljata Lobe in Morgan (2020), je v spletni intervju težko vključiti več kot štiri osebe hkrati.⁵ Trojice so služile kot »glavni model« skupinskih intervjujev, diade oz. dvojice pa smo uporabili za pogovore z mladostniki z nižjim ali specifičnim sociodemografskim statusom (SES). Obe vrsti pogovorov sta vodila moderator oz. v trojkah dva moderatorja, ki sta skrbela za tehnično podporo izvedbe, snemanje pogovora, pripravo sodelujočih na potek (anonimizacija sogovornikov z izbiro vzdevka) in izvedbo spremljevalnih metod: mapiranja medijev in spletne ankete.

Slika 2: Primeri skic osebne medijskega omrežja.



Vir: MRM, 2021.

5. To smo preverili v pilotnih intervjujih in prišli do podobnega zaključka.

2. Medijske skice: Metoda *mapiranja medijskih omrežij* dopolnjuje podatke v skupinskih intervjujih z informacijami na individualni ravni. Inspiracija zanjo izvira iz predhodnih razprav (glej npr. Hasebrink in Domeyer 2012), ki preizprašujejo metodološke pristope za raziskovanje medijskih repertoarjev in komunikacijskih konfiguracij v globoko mediatiziranem vsakdanu (Hepp 2019). Hasebrink in Domeyer (2012) sta sodelujočim razdelila kartice, na katere so intervjuvanci zapisovali medije, omenjene v intervjuju, da bi jih razporedili po pomembnosti. Ker fokusne skupine na daljavo tega niso dovoljevale, smo vpeljali izvedbeno inovacijo in sledili raziskovalni tehniki, ki sta jo v študiji *The Class* izvedla Livingstone in Sefton-Green (2016). Ob koncu intervjuja so sodelujoči narisali miselni vzorec medijskih preference, in sicer tako, da so po vrstnem redu izpisali tiste, 1) ki so zanje najpomembnejši, 2) s katerimi se informirajo, 3) s pomočjo katerih ohranjajo stike, 4) s katerimi se sproščajo in zabavajo ter 5) s katerimi nekaj ustvarjajo oz. se dokazujejo ipd. Mapiranje je nadomestilo medijske dnevnike, saj raziskave kažejo, da so slednji med otroki in najstniki manj zanesljivi (glej Kirsh 2010; Oblak Črnič 2020). Fotografije medijskih skic so udeleženci posredovali neposredno preko klepetalnika ali e-pošte.

3. Anketa: Mapiranje je sledil *spletni vprašalnik* za zbiranje podatkov o demografiji, socialno-ekonomskih in bivanjskih razmerah. Študije med najstniki opozarjajo na nenatančnost in nezanesljivost poročanja mladih o socialno-ekonomskih okoliščinah. Najstniki naj bi lažje poročali o stopnji izobrazbe in zaposlenosti staršev, manjkajoči odgovori pa naj bi se drugače porazdeljevali glede na spol in starost (Pueyo in dr. 2007; Svedberg in dr. 2016). V primerjavi treh merskih inštrumentov – socialno-ekonomski status (t. i. mera SES), ki zajema poklicno usmeritev staršev, lestvico družinskega premoženja (t. i. mera FAS), ki se nanaša na število določenih dobrin, kot so avto, računalnik, otroška soba itd., ter percepcijo socioekonomskega oz. dohodkovnega statusa (t. i. percipirani SES) – Svedberg s sodelavci (2016) pokaže, da najstniki najlažje ocenjujejo indikatorje premoženja, medtem ko je subjektivni SES pod vplivom referenčnih skupin, s katerimi se posameznik primerja. V anketi smo tem sugestijam sledili in za merjenje socioekonomskih okoliščin izbrali več spremenljivk: a) izobrazbo in b) zaposlitveni status obeh staršev (brez poklica), c) percepcijo materialnih razmer, d) dostop do dobrin ter e) količino knjig. Funkcija ankete torej ni bila toliko v iskanju korelacij med medijskimi praksami in družbenim ozadjem sodelujočih, temveč v razumevanju demografskih karakteristik udeležencev in preverbi raznolikosti vzorca. Vsak udeleženec je v anketi sodeloval z identičnim vzdevkom kot v fazi skupinskega intervjuja, spletna anketa pa je bila prilagojena različnim napravam (telefon, računalnik ali tablica).

3.3 Izvedba raziskave, rekrutacija udeležencev in vzorec

Vsako metodo smo testirali na pilotnem vzorcu dijakov in osnovnošolcev (glej Oblak Črnič in dr. 2021) ter po odpravi napak (ponavljanje vprašanj, nejasna navodila, dolžina ankete ipd.) načrtovali postopek vzorčenja in rekrutacijo udeležencev. Pri *načrtovanju* vzorca smo sledili cilju, da vključimo mlade v starosti od 12 do 19 let iz različnih družinskih in šolskih okolij ter iz različnih slovenskih krajev, tako urbanih kot primestnih oz. ruralnih okolij. Obenem smo želeli zajeti pestrost izobraževalnega sistema (osnovne, srednje poklicne in strokovne šole ter gimnazije). Vzorčenje smo zato izvedli glede na vrsto šole. Glavna *kriterija* za izbor osnovnih šol sta bila razmerje med mestnimi in vaškimi šolskimi okoliši ter t. i. visoka kompleksnost.⁶ Med osnovnošolskimi učenci 7., 8. in 9. razredov vsake šole smo načrtovali dve fokusni skupini – eno v paru in drugo s trojico. Rekrutacija je potekala po presoji vodstva šole, pri čemer smo prosili za učence z nizkim SES. Med dijaki smo sledili isti logiki. Raznolikost srednješolske populacije smo zagotavljali z izborom različnih srednješolskih programov, pri čemer smo sledili krajem osnovnih šol. *Rekrutacija* šolarjev je potekala dvostopenjsko: najprej smo kontaktirali šole oz. njihove predstavnike (ravnatelje ali posamezne učitelje) in jih povabili k sodelovanju. Po pridobitvi pristanka so šole identificirale sodelujoče in jim posredovale informirano soglasje za sodelovanje v raziskavi.⁷ Šele po pridobitvi soglasja smo kontaktirali učence oz. starše in se dogovorili za termin izvajanja fokusnih skupin. Te so običajno potekale v popoldanskem času ali zvečer. Poseben premislek je bil namenjen izbiri spletne platforme za izvedbo pogovorov na daljavo. Kot ugotavljajo Lobe, Morgan in Hoffman (2020), naj bi ta zagotavljala določene funkcionalnosti, kot npr. videoprenos ter zajem zvoka in videa. Ker je pouk pred izvedbo terena potekal na daljavo, smo izbrali aplikacijo Zoom, ki je bila sodelujočim poznana in ni zahtevala nameščanja dodatne opreme na naprave (računalnik, tablica, telefon). Fokusne skupine so bile vnaprej strukturirane: moderatorji so udeležencem poslali povezavo z navodili (naj poiščejo miren prostor brez motenj, si pripravijo list papirja in pisalo). Pojasnili

6. Visokokompleksne so šole, v katerih velja: da je veliko otrok iz družin z nižjim SES; da gre za otroke, ki prejemajo brezplačne obroke v šolah; da gre za večji delež otrok s posebnimi potrebami, otrok migrantov ali romskih otrok oz. da gre za šole, za katere velja kombinacija teh skupin.

7. Predstavniki osnovnih šol so informirana soglasja staršev posredovali raziskovalni ekipi, ki je nato kontaktirala starše. Pri dijakih je soglasja udeležencev pridobila šola in posredovala kontakte za zbiranje formalnih informiranih soglasij (Oblak Črnič in dr. 2021). Oboje hranimo v projektnem arhivu.

so zaupnost situacije in namen raziskave, opisali način obdelave podatkov in anonimizacijo.⁸

Vprašanja so moderatorji zastavljali po vrsti. Večina udeležencev je bila med intervjujem doma v svoji sobi, zagotovljeni so bili enaki pogoji za sodelovanje, le pri dveh je bila moteča spletna povezava. V spletnem pogovoru so sodelovali z videom, nekateri le z avdiopovezavo. Nekajkrat so pogovor zmotili starši ali sorojenci. Intervjuji so običajno trajali dve uri v trojkah oz. uro in pol v dvojicah. V nekaj primerih je bil intervju izveden le z eno osebo. Najkrajši pogovor smo zaključili v 44 minutah, medtem ko je najdaljši trajal 2 uri in 12 minut. Mapiranje medijev je trajalo od 5 do 8 minut, izpolnjevanje ankete od 6 do 8 minut.

Skladno z načeli kvalitativnega raziskovanja bi fokusne skupine izvajali vse do zasičenja, ko se vzorci oziroma prakse pričnejo ponavljati. Med 3. marcem in 23. junijem 2021 smo izvedli 27 skupinskih intervjujev in pridobili odgovore 67 mladih. Ker pilotni vzorec, v katerem je sodelovalo 14 mladih, ni vključeval anketnega spraševanja, je vzorec iz ankete temu primerno manjši: zajeli smo 53 udeležencev, med njimi 21 osnovnošolcev in 32 dijakov (gl. tabelo 2).

Tabela 2: Sociodemografske specifičnosti vzorca glede na tip šole (n = 53).

	Osnovna šola		Srednja poklicna in strokovna šola		Gimnazija	
	n	%	n	%	n	%
	21	100,0	15	100,0	17	100,0
SPOL						
Dekleta	12	57,1	4	26,7	13	76,5
Fantje	9	42,9	11	73,3	4	23,5
STAROST						
12 let	4	19,0	0	0,0	0	0,0
13 let	5	23,8	0	0,0	0	0,0
14 let	8	38,1	0	0,0	2	11,8
15 let	3	14,3	2	13,3	3	17,6
16 let	1	4,8	5	33,3	4	23,5
17 let	0	0,0	7	46,7	2	11,8
18 let	0	0,0	1	6,7	4	23,5
19 let	0	0,0	0	0,0	2	11,8

8. Posebno skrb smo namenili zaščiti osebnih podatkov: udeleženci so v vseh fazah – med intervjuji, medijskimi skicami in v anketi – uporabljali vzdevke. Pri obdelavi transkribiranih intervjujev in skic ter anketnih podatkov osebna identifikacija udeležencev ni mogoča.

KRAJ ŠOLANJA						
Večje mesto (npr. Ljubljana)	7	33,3	11	73,3	5	29,4
Mesto (npr. Kranj) ali manjši kraj (npr. Šentjur)	8	38,0	4	26,7	10	58,8
Naselje, vas (npr. Dragomelj)	6	28,6	0	0,0	0	0,0
ŠOLSKI USPEH						
Odličen	14	66,7	0	0,0	10	58,8
Prav dober	7	33,3	8	53,3	6	35,3
Dober	0	0,0	5	33,3	1	5,9
Zadosten	0	0,0	2	13,3	0	0,0

Vir: MRM, 2021.

Med osnovnošolci je razmerje po spolu rahlo v prid fantom. Večina jih obiskuje 8. razred, slaba tretjina 9. in le trije 7. razred. Večina je stara 14 let, ena učenka ima 16 let. Izrazita večina ima odličen šolski uspeh. V vzorec dijakov je vključenih skoraj enako fantov kot deklet, a če upoštevamo tip srednje šole, je med dijaki poklicnih in strokovnih srednjih šol več fantov.⁹ Najmlajši dijak ima 14, najstarejši 19 let. Med gimnazijci smo zajeli dijake vseh štirih letnikov, med dijaki poklicnih in strokovnih srednjih šol pa zgolj 1. in 2. letnik. Kar zadeva učni uspeh, so skoraj vsi gimnazijci dosegli prav dober ali odličen uspeh, med dijaki poklicnih in srednjih šol odličnega uspeha ni dosegel nihče; večina je dosegla dober ali prav dober uspeh.

3.4 Socialno-demografske značilnosti vzorca: učno uspešni, socialno preskrbljeni in medijsko udomačeni

Spletna anketa zaradi majhnega numerusa ne dopušča preverjanja statističnih povezanosti,¹⁰ omogoča pa opis socialno-ekonomskih lastnosti družin, iz katerih prihajajo udeleženci. Obenem opozarja na omejitve pridobljenega vzorca: podatki namreč kažejo, da smo zajeli socialno in ekonomsko razmeroma homogeno skupino mladih, kar velja upoštevati pri interpretaciji rezultatov. Na tem mestu izpostavljamo specifične vzorca glede na zajete šolske domene – osnovne in srednje šole ter gimnazije.

9. V Sloveniji se v gimnazijskih programih šola 25.912 dijakov, 62 % je deklet. Poklicne in strokovne srednje šole obiskuje 46.833 dijakov, večino (58 %) predstavljajo fantje. Na ravni poklicnega izobraževanja fantje predstavljajo 70 % vseh dijakov (na ravni strokovnega izobraževanja pa 54 % populacije).

10. Za pomoč pri preverjanju korelacij med spremenljivkami se zahvaljujemo dr. Barbari N. Brečko.

Večina v vzorec vključenih družin osnovnošolcev (glej tabelo 3) živi v lastnih hišah ali stanovanjih. Kar zadeva izobrazbo staršev, ima več kot polovica očetov osnovnošolcev končano višjo stopnjo ali fakulteto, enako velja za približno 45 % njihovih mam. Izobrazba staršev srednješolcev je rahlo nižja (večina mam ima končano srednjo šolo, podobno velja za očete). Tudi večina družin gimnazijcev biva v lastni hiši, le ena v najemniškem stanovanju. Pri dijakih poklicnih in strokovnih srednjih šol enako: večina jih biva v lastni hiši ali stanovanju. Podobno kot pri gimnazijcih le en dijak biva v najemniškem stanovanju.

Tabela 3: Družinske karakteristike vzorca (n = 53).

	Osnovna šola		Srednja poklicna in strokovna šola		Gimnazija	
	n	%	n	%	n	%
TIP BIVANJA						
Lastno stanovanje	7	35,0	7	46,6	3	17,6
Lastna samostojna hiša/ dvojček/vrstna hiša	10	50,0	7	46,7	13	76,5
Najemniško stanovanje v stanovanjskem bloku/stolpnici	3	15,0	1	6,7	1	5,9
IZOBRAZBA MATERE						
Dokončana osnovna šola	1	5,9	0	0,0	1	5,9
Srednja šola in gimnazija	8	47,1	9	60,0	13	76,5
Višja šola, fakulteta, magisterij, doktorat	8	47,0	6	40,0	3	17,7
IZOBRAZBA OČETA						
Dokončana osnovna šola	1	5,6	0	0,0	0	0,0
Srednja šola in gimnazija	6	33,4	7	46,7	11	64,7
Višja šola, fakulteta, magisterij, doktorat	11	61,2	8	53,3	6	35,3
Skupaj	21	100,0	15	100,0	17	100,0

Vir: MRM, 2021.

Kar nekaj družin ima vikend oz. dodatno nepremičnino, pri čemer je takšnih največ osnovnošolcev in najmanj gimnazijcev. Praktično vsi imajo pametno televizijo, naročnine na pretočne platforme pa največ družin dijakov poklicnih in strokovnih srednjih šol. Umetniška dela najdemo v večini domov gimnazijcev ter v manjši meri dijakov poklicnih in strokovnih šol; več gimnazijcev kot dijakov poklicnih in strokovnih srednjih šol ima doma za eno knjižno omaro knjig.

V večini domov osnovnošolcev so prisotna umetniška dela, knjige so praviloma tudi v otroških sobah. Skoraj vsi imajo doma pametno televizijo, v primerjavi z drugimi pa osnovnošolci pogostejše igralno konzolo ali poseben računalnik za igranje računalniških iger.

Tabela 4: Materialne dobrine in tehnološka opremljenost glede na tip šole (n = 53).

	Osnovna šola		Srednja poklicna in strokovna šola		Gimnazija	
	n	%	n	%	n	%
OMEJEVANJE PRI NAKUPIH						
Se ne omejujete preveč (pri nakupih, aktivnostih, počitnicah ipd.)	15	71,4	10	66,7	5	29,4
Se nekoliko omejujete (pri nakupih, aktivnostih, počitnicah ipd.)	6	28,6	5	33,3	12	70,6
MATERIALNE DOBRINE						
Pametna televizija	20	95,2	14	93,3	15	88,2
Netflix, Voyo, Amazon Prime ...	11	55,0	11	78,6	9	52,9
VR/AR sistem, VR očala, konzola, računalnik za igre	13	70,2	8	54,4	5	29,4
Umetniška dela (slike, kipe, inštalacije ...)	12	60,0	9	64,3	13	86,7
Savna, jakuzzi, bazen, telovadnica, fitnes	6	29,0	6	40,0	6	35,3
Vikend oz. dodatna nepremičnina	16	80,0	10	66,7	8	47,1
LASTNIŠTVO KNJIG						
Nič ali zelo malo (0 – 10 knjig).	1	4,8	1	6,7	0	0,0
Za eno do dve knjižni polici (11 – 100 knjig).	8	38,1	10	66,7	7	41,2
Za dve knjižni omari (101 – 200 knjig).	7	33,3	2	13,3	6	35,3
Za tri ali več knjižnih omar (več kot 200 knjig).	5	23,8	2	13,3	4	23,5
Skupaj	21	100,0	15	100,0	17	100,0

Vir: MRM, 2021.

Šolarje smo povprašali tudi po percepciji družinskih razmer: izrazita večina gimnazijcev je ocenila, da se pri potrošnji nekoliko omejujejo, skorajda enak delež osnovnošolcev se ne omejuje preveč. Rahle razlike bolj kot na dejstvene (ne)enakosti pričajo o različnih zmožnostih za odgovarjanje na tovrstna socialno-

ekonomska vprašanja. Te so še posebej vprašljive med osnovnošolci, zato je njihove odgovore skladno z opozorili drugih študij nujno jemati z zadržkom oz. informacije ankete preverjati skupaj z izjavami v intervjujih.

4 Rezultati: medijske preference in navzkrižne medijske rabe skozi analizo medijskih skic

V nadaljevanju podajamo grobo identifikacijo in interpretacijo subjektivnih preferenc in navzkrižnih medijskih povezav iz analize medijskih skic. Natančneje, podajamo preliminarne ugotovitve na celotnem vzorcu skic skozi odgovore na tri vprašanja, in sicer *kateri mediji oz. naprave so mladostnikom 1) najpomembnejši, 2) pomembni za druženje in 3) pomembni za informiranje*. Identifikacija medijskih repertoarjev po vzoru predhodnih študij (Hasebrink in Domeyer 2012) namreč poteka v dveh korakih: skozi analizo poglobljenih intervjujev in skozi analizo medijskih skic. Tukajšnja razprava se omejuje na povezanost individualnih preferenčnih medijskih izbir, zato prikazujemo medijske preference na osnovi podatkov, kot jih nudijo personalne medijske skice. Pri slednjih Hasebrink in Domeyer (2012) priporočata kvantifikacijo podatkov na način, da se navedbe/omembe in rangi znotraj posamezne kategorije pretvorijo v številčno vrednost. Analitično to pomeni, da konkretne navedbe v obliki kvalitativnih zapisov v skicah (glej sliko 2) numeriramo, rangiramo in prevedemo v kvantitativne podatke.

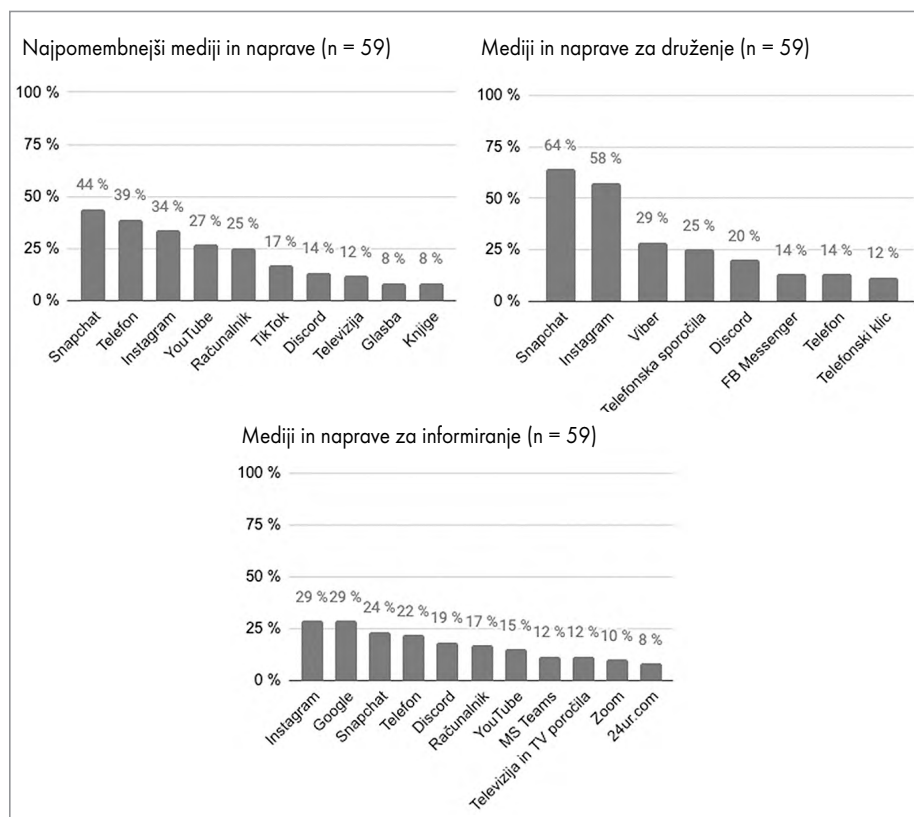
V našem primeru smo posledično vse odgovore iz skic v obliki besed (npr. telefon, Snapchat, Google ipd.) pretvorili v številčne vrednosti in skonstruirali podatkovno bazo, ki omogoča identifikacijo a) števila navedb posameznega medija/naprav v posamezni kategoriji odgovorov in b) rangirnega mesta posameznega medija/naprave. K tako generirani podatkovni bazi skic smo ročno pripisali še nekatere demografske podatke sodelujočih iz spletne ankete. Skice je namreč oddalo 59 sodelujočih, od tega največ osnovnošolcev (24 oz. 41 % vseh), 20 gimnazijcev (34 % vseh) in 15 dijakov poklicnih ali strokovnih srednjih šol (25 % vseh). Najprej smo se osredotočili na preferenčnost medijev, torej na selekcijo medijev/naprav kot rezultat pogostosti pojavljanja skiciranih primerov v treh kategorijah, pri čemer smo analizo rangov zanemarili. V drugem koraku pa iskali navzkrižnosti medijev kot primer grupacij preferenčnih medijev na vzorcu skic in izluščili kategorizacijo frekvenčnih odgovorov glede na šolski okoliš udeležencev.

Preferenčnost medijev in naprav. Preliminarna analiza pokaže, da so udeleženci kot *najpomembnejši* medij ali napravo vključili kar 39 zelo različnih navedb preferenčnih naprav, medijev in aplikacij: od manj pričakovanih, kot so recimo budilka, učbeniki in zvezki, do aplikacij kot Facebook Messenger, YouTube Music ali AppleMusic, medijskih vsebin (npr. risanke) in pretočnih platform, npr. Netflix in Spotify, iger (npr. Minecraft) ali pa medijev na splošno (radio, televizija,

internet, družbena omrežja). Če za kriterij izberemo pogoj, da se neki medij oziroma naprava pojavi vsaj petkrat (večina drugih navedb je namreč omenjenih manjkrat), se kot *najpomembnejše naprave* izluščijo telefon (39 %), računalnik (25 %), televizija (12 %) in knjige (8 %), med *aplikacijami* pa Snapchat (44 %), Instagram (34 %), multimedijski kanal YouTube (27 %), TikTok in Discord (glej graf 1). Enako mesto kot knjige zaseda glasba.

Nekoliko drugačne razporeditve se pokažejo v kategoriji preferenc za druženje. Tu prevladujeta Snapchat (64 %) in Instagram (58 %), sledijo Viber (29 %), telefonska sporočila (25 %), Discord (20 %), Facebook Messenger (14 %), kot naprava pa telefon (14 %) in telefonski klic (12 %). V kategoriji preferenc za informiranje, iskanje informacij in delo za šolo prednjačita Instagram (29 %) in Google (29 %), nato Snapchat (24 %), telefon (22 %), Discord (19 %), računalnik (17 %), YouTube (15 %), MS Teams (12 %), televizija in TV-poročila (12 %), Zoom (10 %) in 24ur.com (8 %).

Graf 1: Osebnne medijske preference mladostnikov (n = 59).



Vir: MRM, 2021.

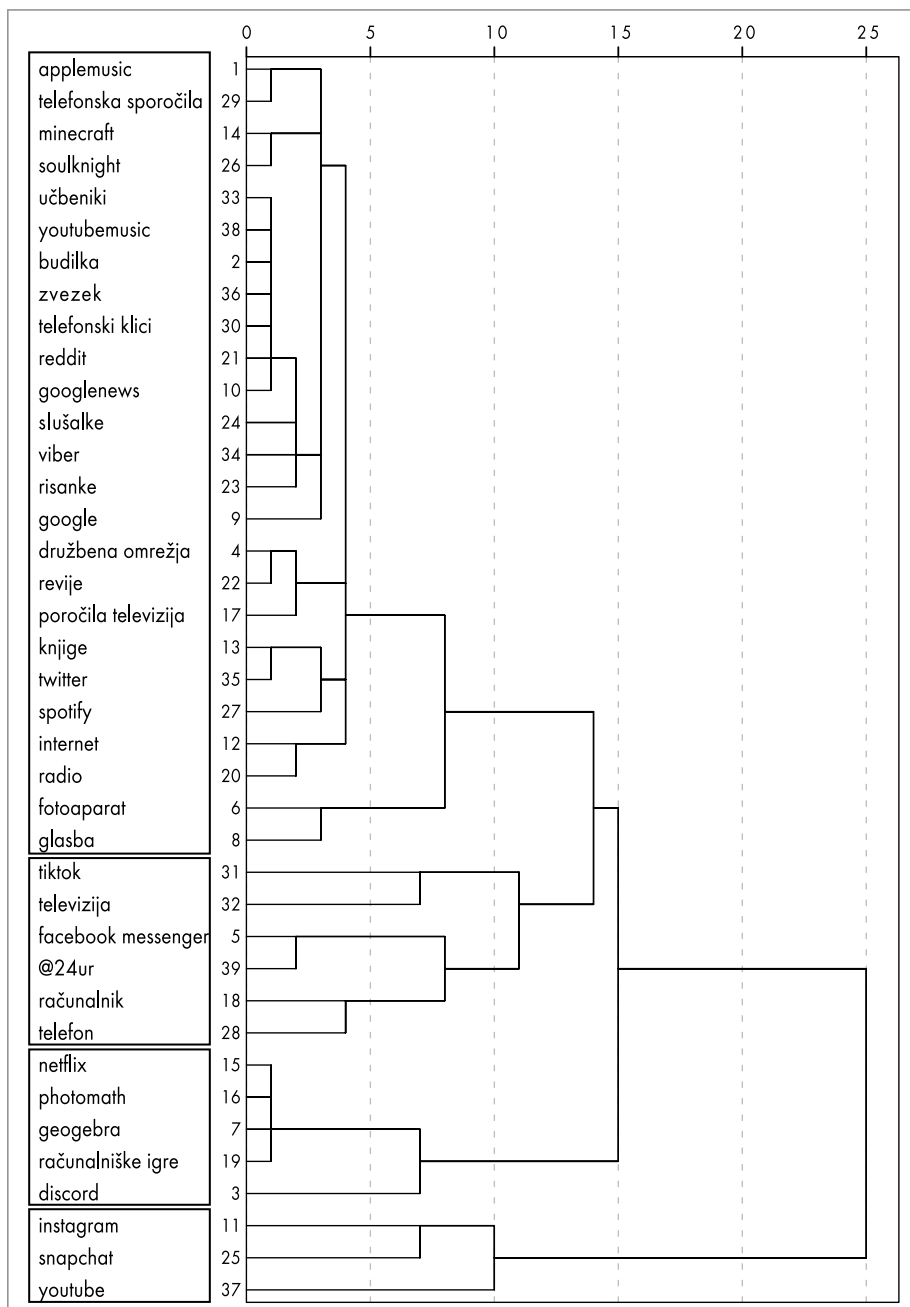
Ne glede na specifičnost posameznih kategorij se izmenjuje med najbolj izpostavljenimi pojavljata dve omrežji – Instagram in Snapchat, med napravami pa telefon in računalnik, vendar domnevamo, da se skozi različne konfiguracije rab različno povezujejo med seboj. Zato smo navedbe analizirali še z metodo hierarhičnega razvrščanja, da bi ugotovili, kako se določene naprave in aplikacije »skupinijo« med seboj. Skozi individualna medijska razmerja se namreč okvirno razkrijejo tudi skupnostni režimi navzkrižnosti medijskih repertoarjev.

Navzkrižnosti preferenčnih medijev. Hierarhični model razvrščanja po Wardovi metodi na celotnem vzorcu skic nakaže štiri možne kategorizacije najljubših naprav in medijev (slika 3).

V prvi skupini je množica zelo različnih medijev in naprav – Apple Music, SMS, Minecraft, Soul Knight, učbeniki, YouTube music, budilka, zvezek, telefonski klici, Reddit, Google News, slušalke, Viber, risanke, Google, družbena omrežja, revije, TV-poročila, knjige, Twitter, Spotify, internet, radio, fotoaparati, glasba – ki imajo kljub raznolikosti skupno lastnost »prakticiranja vsakdanjika«; gre namreč za medijske in tehnološke storitve, ki odražajo paleto raznolikih vsakdanjih praks mladostnikov, od pogovarjanja, igranja in fotografiranja do zbujanja, branja in učenja, poslušanja glasbe, informiranja ipd. Zaradi raznovrstnosti vpetih praks smo omenjeno skupino poimenovali kot navzkrižnost medijev in naprav za »ritualizacijo vsakdanjih praks«.

Preostale tri skupine vsebujejo ožjo in komunikacijsko bolj profilirano selekcijo medijev in naprav. V drugi se nahajajo TikTok, televizija, Facebook Messenger, 24ur.com, računalnik in telefon, torej prvenstveno takšne, ki »medije novic in informiranja« kombinirajo z napravami za interakcijo, mikrokomunikacijo in druženje. Posledično to skupino preferenc družijo navzkrižni mediji »interakcijskih in novinarskih praks«. V tretjo skupino so uvrščeni t. i. »ekskluzivnejši mediji«, kot so Netflix, ki je plačljiva pretočna TV-platforma, Photomath in Geogebra, ki sta specifični edukacijski aplikaciji, računalniške igre in Discord, ki se je populariziral v času epidemije predvsem med dijaki, uporabljajo pa ga zahtevnejši, medijsko bolj profilirani intervjuvanci za skupinsko izmenjavo sporočil. Gre za »ekskluzivne nišne prakse«, ki hkrati združujejo navidezno dve protislovni motivaciji – »delo za šolo« in »odklop od šole« –, ki se med mladostniki skupnostno povezujeta. Zadnjo skupino povezujejo izključno omrežne platforme – Instagram, Snapchat in YouTube; te sestavljajo navzkrižno kategorijo »vizualnih videoomrežij«, ki si zaslužijo svojstveno pozornost. Skupna zmogljivost omenjenih platform je namreč prefinjena kombinacija kolektivnega sodelovanja (YouTube, Instagram) s hipnim, osebnim in izginjajočim prakticiranjem »posnetkov« tekočega dogajanja, kar to kategorijo preferenčnih izbir diferencira od ostalih.

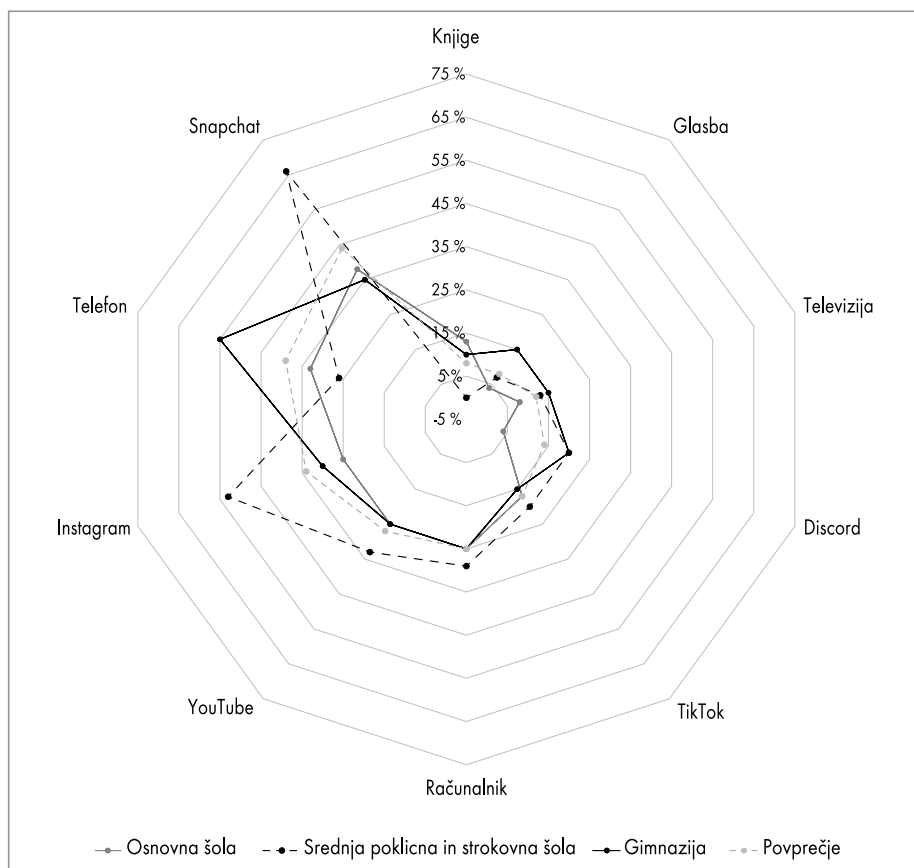
Slika 3: Skupinjenje preferenčnih medijev in naprav v omrežjih skic (n = 59).



Vir: MRM, 2021.

Drug pogled na navzkrižne povezanosti naprav in aplikacij omogoča analiza skic glede na tip šole. Za vizualizacijo rezultatov smo uporabili radar¹¹ (slika 4), pri katerem koncentrični krogi in vrhovi kažejo na odklone od povprečja, vsebinsko pa nakazujejo, kako se znotraj treh šolskih domen naštetih mediji oz. aplikacije različno profilirajo. Snapchat in Instagram pogosteje kot drugi šolarji navajajo predvsem dijaki srednjih in poklicnih šol, gimnazijci pa telefon in glasbo. Med osnovnošolci je najbolj priljubljen Snapchat, visoko pozicioniran je tudi telefon, a v primerjavi z drugimi udeleženci raziskave pogosteje izpostavljajo knjige. Discord je v rokah srednješolcev, prav tako televizija, medtem ko je računalnik enako pomemben med učenci OŠ kot gimnazijci.

Slika 4: Omrežja preferenčnih medijev glede na tip šole (v %, n = 59).



Vir: MRM, 2021.

11. Podoben način prezentacij predlaga izvorna študija medijskih repertoarjev (Hasebrink in Domeyer 2012).

Če povzamemo: preliminarna analiza medijskih skic implicira, da se v ozadju izbranih preferenc skrivajo bolj kompleksna razmerja. Nakazujejo se skupne navezanosti do določenih naprav, ki so pogojene z življenjskim prehodom v srednjo šolo. Gimnazijci so izraziti feni telefona, glasbe in YouTube, Discorda in televizije, medtem ko dijaki poklicnih in strokovnih srednjih šol bolj preferirajo Snapchat in Instagram ter najmanj izpostavljajo telefon in knjige. Preferenčni nizi osnovnošolcev se zdijo na presečiščih obeh – njihov »medijski orkester« tvorijo Snapchat, telefon in Instagram, kamor se izjemoma vrinjajo knjige. Edukacijski kontekst torej že nakazuje specifične medijske izbire, ki pa zahteva presečno analizo skupaj s podatki znotraj družinskih domen, četudi so te razmeroma homogene. Vzorec vključuje predvsem mladostnike družin srednjega razreda. Glede na raziskave o razredni in kulturni pogojenosti tako okusa kot pismenosti (Bernstein 2015; Bourdieu 2003; Fabbro in Ranieri 2016; OECD 2016, 2019) je raznolikost medijskih repertoarjev lahko nižja od pričakovane.

Na drugi strani se kažejo specifične kategorije medijskih in tehnoloških praks, ki odstirajo posebnosti mladostniških skupin znotraj digitaliziranega vsakdana. Nakazujejo se štiri skupine navzkrižnih repertoarjev, ki se ločujejo glede na prakse, želje in potrebe oz. zmogljivosti, ki jih uresničujejo. Na eni strani se bolj skupinijo naprave in aplikacije za ritualizacijo vsakdanjih »opravil«, v drugi pa aplikacije za interakcije in informiranje. Tretjo skupino združujejo ekskluzivni nišni mediji, zadnjo pa video in vizualne platforme. Vse omenjene in vsaka zase si zaslužijo poglobljeno analizo v navezavi na izjave v fokusnih skupinah v kombinaciji s sociodemografijo. To pomeni, da bo kategorizirane skupine možno opisovati glede na novo zastavljena raziskovalna vprašanja. Model medijskih repertoarjev ne nazadnje ravno to spodbuja – *interpretativno odprtost in prilagodljivost glede na raziskovalni interes raziskovalca*.

5 Sklep

V prispevku smo sledili dvema ciljema: prvič, orisati medijske repertoarje mladostnikov, kakor se kažejo skozi inovativno analizo medijskih skic, ki lovijo subjektivne izbire in preferenčne medijske naprave v njihovi medsebojni navzkrižnosti, in drugič, predstaviti teoretsko konceptualizacijo, postopek izvedbe in zahteve raziskovanja medijskih repertoarjev nasploh. Pokazali smo, da kompleksnost preučevanega pojava terja pestrost raziskovalnih metod. Tej zahtevi smo zadostili s kombinacijo fokusnih skupin, medijskih skic in spletne ankete. Čeprav se pričujoče besedilo osredotoča na medijske skice, bo za iskanje navzkrižnosti medijskih repertoarjev v nadaljnjih analizah interpretativne metode treba celoviteje kombinirati. Eden od načinov dopušča tematiziranje osebnih skic skupaj

z anketnimi podatki in fokusnimi skupinami ter s premišljeno kombinacijo metod poglobljeno opazovati določen profil udeleženca ali skupine mladih. Skice poleg kvantitativnih analiz na celotnem vzorcu, kot smo prikazali v tej fazi, omogočajo ožje fokusirano interpretativno analizo na posebej izbrani podkategoriji učencev. Tak pristop sta denimo izbrala Livingstone in Sefton-Green (2016): izpostavimo lahko določeno starost otrok ali izobrazbo njihovih staršev, način bivanja ali uspeh učencev in znotraj izbrane »konstalacije akterjev« tematiziramo medijske preference; bodisi celostno bodisi ločeno po posamičnih kategorijah komunikacijskih figuracij. Kot posebna podskupina se zdijo zanimivi gimnazijci, ki so učno izrazito uspešni, heterogeni glede na kraj bivanja in izobrazbo staršev, vsi pa nadpovprečno preferirajo telefon. Kaj z njim počnejo in s katerimi drugimi mediji se telefonska kultura gimnazijcev navzkrižno povezuje, bodo pokazale poglobljene analize fokusnih skupin. Možen je tudi povsem obraten zorni kot analiz, ki bi namesto pozornosti na določeno kategorijo mladostnikov fokus načrtno usmeril na *določen medij ali napravo* in identifikacijo »dominantnih prisvojiteljev«. Poglobljena študija tipičnih »instagramovcev« ali »tiktokerjev« bi pripomogla k vpogledu v njihove družbene in kulturne specifičnosti, saj podatki omogočajo tudi na medije osredotočeno perspektivo raziskovanja šolajočih se mladine, čeprav se pristop medijskih repertoarjev do nje konceptualno ograjuje.

Medijske prakse, izkušnje z mediji in vzpostavljena razmerja, povezana s tehnologijo, pa niso dokončne kategorije, pač pa nenehno (pre)oblikovane in spreminjajoče se družbene grupacije. Vanje signifikantno vstopajo družbeni in kulturni dejavniki: družinska socializacija in starševska regulacija, kulturni kapital in ekonomske okoliščine, vzorci apropiacij tehnologij v edukacijskih sferah, kot tudi norme, okusi in pričakovanja vrstniških kultur. V paradigmi medijskih repertoarjev »medijska« vprašanja namreč niso zgolj vprašanja o medijih, temveč se dotikajo tudi družbenih institucij oz. domen, ki so neposredno povezane z mladimi. V starostni kategoriji mladih, ki jih vključuje tu predstavljeni projekt, sta to gotovo družina in šola. Če je šola prostor usvajanja vednosti, kako potemtakem skrbi za medijsko pismenost učencev in dijakov različnih medijskih repertoarjev? Kajti če je šola prizorišče zmanjševanja družbenih neenakosti – ali naslavlja tudi neenakosti, ki izhajajo iz razlik v mediatiziranem vsakdanu mladostnikov? Model medijskih repertoarjev je namreč konceptualno in empirično priročno izhodišče za analizo ter odgovore na tovrstne dileme znotraj izbranih družbenih domen in pripadajočih komunikacijskih figuracij, zato velja proučiti, katere komunikacijske figuracije prevladujejo v šolah ter v kakšnem razmerju so do domačih in vrstniških komunikacijskih vzorcev.

Tovrstna navzkrižnost družbenih domen in komunikacijskih figuracij pa posledično implicira tudi nekaj empiričnih zahtev. Pomen družbenega konteksta

medijskih praks smo s kombinacijo družinskih, edukacijskih in vrstniških domen že naslovili, toda rekrutacija udeležencev preko šol je rezultirala v homogeni skupini mladostnikov družin srednjega razreda, česar nismo načrtovali. Ker številne raziskave opozarjajo na družbeno in kulturno pogojenost medijskih izbir (Bourdieu 2004; Ignatow in Robinson 2017), tak način selekcije očitno ne zagotavlja zadostne raznolikosti vzorčne populacije. Ali rečeno drugače: ker se številni vidiki medijskih repertoarjev odražajo v tesni navezavi na kulturne in materialne okoliščine družin (Bourdieu 2004), ki določajo materialni dostop do medijev kot tudi do medijskih izbir, velja vzorec mladostnikov v naslednjih fazah raziskovanja socialno, kulturno in ekonomsko razširiti. In ker medijske izkušnje mladostnikov potekajo presečno, se pravi izmenjuje skozi raznolike medijske nosilce in aplikacije, je njihovo raziskovanje nujno prostorsko oz. situacijsko razpršeno.

SUMMARY

This paper examines the complex relationships between young people's media choices, technological preferences, and everyday life in terms of their class, cultural and social characteristics. In identifying the intersectionality of media practices, the article draws on the concept of "media repertoires", which stresses the importance of interconnected communicative configurations and social contexts (Hasebrink and Dörmeyer 2012; Hasebrink and Popp 2006; van Eijck and van Rees 2003). The article also includes the completeness or totality of the media that an individual uses (Hasebrink and Hepp 2017: 367), which provides the ideal framework for identifying different media practices. Finally, with a focus on everyday life, the study of media repertoires is placed in the perspective of the "audiencization of mediatization" (Schrøder 2017), which reveals the construction of media repertoires as aggregates of practices while showing their connection to broader social structures.

The article systematically focuses on identifying teenagers' media repertoires. In so doing, it examines their experiences with media and digital technologies in families and educational settings. Analysing young people's media repertoires requires recognition of the social domains that structure their media practices, as well as the relationships between them. The article therefore includes an analysis of practices in the home and everyday life of families and beyond domesticated media cultures, especially while socialising with peers and at school where young people spend much of their time. In addition to family socialisation, peer culture and the school environments are also critical for young people's media choices and digital preference formation (Buckingham 2000, 2008; Fabbro and Ranieri 2016; Jenkins et al. 2016; Livingstone and Sefton-Green 2016).

Since this is the first attempt to meticulously conceptualise and empirically study young people's media practices at the intersection of family and educational/peer contexts, the paper's main purpose is to explain the methodological framework of the study that was conducted as part of the Youth's Media Repertoires national research project. The article highlights the substantive starting points of the study of media repertoires and the associated methods. Using a combination of carefully selected methods from focus groups, media choice mapping, and an online survey, 67 students aged 12–19 years from elementary and high schools participated in the study. Special attention is paid to the sample's sociodemographic characteristics in order to describe family characteristics and potential differences within the sample, while an analysis of media sketches is also provided in order to identify the young people's preliminary media preferences and their potential interactions.

Analysis of young people's personal media sketches for the entire sample of 59 sketches provides insights on three levels: which media or devices are most important for youth, which are important to them in terms of socialising, and which are important for acquiring information. Regardless of the specificity of each category, two of the most mentioned networks (Instagram and Snapchat) appear in the individual sketches, and the devices include the phone and the computer, yet they are interconnected in different ways. Even a preliminary cross-section analysis of the media sketches suggests that the preferences are masking complex relationships within the generation. Common attachments to certain devices emerge, possibly due to the life transition to high school. For example, gymnasium high school student respondents are fans of phones, music and YouTube, Discord and television, whereas the vocational high school students in the sample prefer Snapchat and Instagram and pay the least attention to phones and books. The elementary school students' preferred media seem to lie at the intersection of the two – their 'media orchestra' consists of Snapchat, the phone and Instagram, with books only exceptionally playing a role. Thus, although the educational context already hints at the specifics of media choice, cross-sectional analysis is needed along with data concerning within-family domains, even if these are relatively homogeneous in our sample. Indeed, the sample generally includes teenagers from middle-class families, meaning that the diversity of the media repertoire may be much less than expected.

The aim of this article is to examine media repertoires from the perspective of young people and to point out the conceptual and empirical challenges of such research. We also highlight the challenges of conducting research during the pandemic, especially in establishing a situation of confidence with young people, protecting their privacy and personal data, and the practical experience of conducting group interviews and media sketches over a distance.

Literatura

- Anderson, James (2012): *Media Research Methods: Understanding metric and interpretative approaches*. London: Sage.
- Bausinger, Hermann (1984): *Media, Technology, and Daily Life*. *Media, Culture and Society*, 1 (1): 1–2.
- Bernstein, Basil (2015): *Razred, kodi in nadzor*. Ljubljana: Pedagoška fakulteta Univerze v Ljubljani.
- Bjur, Jakob, in dr. (2014): *Cross-Media Use: Unfolding Complexities in Contemporary Audiencehood*. V N. Carpentier, K. Schröder in L. Hallet (ur.): *Audience Transformations: Shifting Audience Positions in Late Modernity*: 15–29. London: Routledge.
- Bourdieu, Pierre (2003): *Sociologija kot politika*. Ljubljana: *cf.
- Bourdieu, Pierre (2004): *Oblike kapitala*. V F. Adam in M. Tomšič (ur.): *Kompandij socioloških teorij*: 311–324. Ljubljana: Študentska založba.
- Buckingham, David (2000): *After the Death of Childhood: Growing up in the Age of Electronic Media*. Cambridge: Polity Press; Malden: Blackwell.
- Buckingham, David (2008): *Children and Media: A Cultural Studies Approach*. V S. Livingstone in K. Drotner (ur.): *The International Handbook of Children, Media and Culture*: 219–236. London: SAGE.
- Campos, Ricardo, Simões, José Alberto, in Pereira, Inês (2018): *Digital Media, Youth Practices and Representations of Recent Activism in Portugal*. *Communications*, 43 (3): 489–507.
- Couldry, Nick, in Hepp, Andreas (2017): *The Mediated Construction of Reality*. Cambridge: Polity Press.
- Costera Meijer, Irene, in Groot Kormelink, Tim (2015): *Checking, sharing, clicking, and linking*. *Digital Journalism*, 3 (5): 664–679.
- Davenport, Thomas H., in John C. Beck (2001): *The attention economy: Understanding the new currency of business*. Boston: Harvard Business School Press.
- Fabbro, Francesco, in Ranieri, Maria (2016): *Understanding and Representing Diversity: A Media Literacy Education Response to Discrimination in News Media Representations*. V J. Singh, P. Kerr, in E. Hamburger (ur.): *Media and Information Literacy: Reinforcing Human Rights, Countering Radicalization and Extremism*: 109–115. Paris: UNESCO.
- Goodin, Tanya (2017): *Off: Your digital detox for a better life*. New York: Abrams.
- Guerrero-Pico, Mar, Masanet, Maria-Jose, in Scolari, Carlos A. (2019): *Toward a Typology of Young Producers: Teenagers' Transmedia Skills, Media Production, and Narrative and Aesthetic Appreciation*. *New Media & Society*, 21 (2): 336–353.
- Hasebrink, Uwe, in Domeyer, Hanna (2012): *Media Repertoires as Patterns of Behaviour and as Meaningful Practices: A Multimethod Approach to Media Use in Converging Media Environments*. *Participations, Journal of Audience & Reception Studies*, 9 (2): 757–779.

- Hasebrink, Uwe, in Hepp, Andreas (2017): How to Research Cross-media Practices? Investigating Media Repertoires and Media Ensembles. *The International Journal of Research into New Media Technologies*, 23 (4): 362–377.
- Hasebrink, Uwe, in Popp, Jutta (2006): Media Repertoires as a Result of Selective Media Use: A Conceptual Approach to the Analysis of Patterns of Exposure. *Communications*, 31 (3): 369–387.
- Hepp, Andreas, in Uwe Hasebrink (2014): Human interaction and communicative figurations: The transformations of mediatized societies and cultures. V: Knut Lundby in dr. (ur.): *Mediatization of Communication*: 249–272. Berlin: de Gruyter.
- Hepp, Andreas (2019): *Deep Mediatization: Key Ideas in Media & Cultural Studies*. Abingdon: Routledge.
- Ignatow, Gabe, in Robinson, Laura (2017): Pierre Bourdieu: Theorizing the Digital. *Communication & Society*, 20 (7): 950–966.
- Jenkins, Henry, Ito, Mizuko, in boyd, danah (2016): *Participatory Culture in a Networked Era: A Conversation on Youth, Learning, Commerce, and Politics*. Cambridge: Polity Press.
- Jensen, Klaus Bruhn (2012): *A Handbook of Media and Communication Research*. London: Routledge.
- Katz, Elihu, Blumler, Jay G., in Gurevitch, Michael (1973): Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523. DOI: <https://doi.org/10.1086/268109>.
- Kirsh, J. Steven (2010): *Media and Youth: A Developmental Perspective*. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Kleinen-von Königsłow, Katharina, in Förster, Kati (2016): Multi-media Theme Repertoires in the Everyday Identity Practices of Young Adults. *The European Journal of Communication Research*, 41 (4): 375–398.
- Krogsgaard, Ole (2017): Negotiating Family History: Media Use Among Descendants of Danish Nazis. *The European Journal of Communication Research*, 43 (3): 369–379.
- Lavrič, Miran, in dr. (2011). *Mladina 2010: Družbeni profil mladih v Sloveniji*. Ljubljana: Ministrstvo za šolstvo in šport, Urad RS za mladino; Maribor, Aristej.
- Lavrič, Miran, in dr. (2021). *Mladina 2020: Položaj mladih v Sloveniji*. Maribor: Univerza v Maribor, Univerzitetna založba; Ljubljana: Založba Univerze v Ljubljani.
- Livingstone, Sonia, in Sefton-Green, Julian (2016): *The Class: Living and Learning in the Digital Age*. New York: New York University Press.
- Lobe, Bojana, Morgan, David L., in Hoffman, Kim A. (2020): Qualitative Data Collection in an Era of Social Distancing. *International Journal of Qualitative Methods*, 19: 1–8.
- Lobe, Bojana, in Morgan, David L. (2020): Assessing the Effectiveness of Video-based Interviewing: A Systematic Comparison of Video-conferencing Based Dyadic Interviews and Focus Groups. *International Journal of Social Research Methodology*, 24 (3): 301–312.
- Lomborg, Stine (2015): *The Internet in my pocket*. V A. Bechman in S. Lomborg (ur.): *The Ubiquitous Internet: User and Industry perspectives*: 36–53. New York: Routledge.

- Luthar, Breda, in Oblak Črnič, Tanja (2015): Medijski repertoarji in diskurzivne skupnosti. *Teorija in praksa*, 53 (1-2): 7-30.
- Macek, Jakub, Macková, Alenka, in Kotišová, Johana (2015): Participation or New Media Use First? Reconsidering the Role of New Media in Civic Practices in the Czech Republic. *Medijske studije*, 6 (11): 68-83.
- Madianou, Mirca (2014): Smartphones as Polymedia, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19 (3): 667-680. DOI: <https://doi.org/10.1111/jcc4.12069>.
- Mallan, Kerry Margaret, Singh, Parlo, in Giardin, Natasha (2010): The Challenges of Participatory Research with 'Tech-savvy' Youth. *Journal of Youth Studies*, 13 (2): 255-272. DOI: <https://doi.org/10.1080/13676260903295059>.
- Matassi, Mora, Mitchelstein, Eugenia, in Boczkowski, Pablo J. (2018): How Young Users Deal With Multiple Platforms: The Role of Meaning-Making in Social Media Repertoires. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 23 (5): 245-259. DOI: <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmy012>.
- Merten, Lisa (2020): Contextualized Repertoire Maps: Exploring the Role of Social Media in News-Related Media Repertoires. *Forum: Qualitative social research*, 21 (2). DOI: <https://doi.org/10.17169/fqs-21.2.3235>.
- Møller Hartley, Jannie (2018): 'It's Something Posh People Do': Digital Distinction in Young People's Cross-Media News Engagement. *Media and Communication*, 6 (2): 46-55. DOI: <https://doi.org/10.17645/mac.v6i2.1322>.
- Oblak Črnič, Tanja (2020): *Mladost na zaslonu: Konteksti in protislovja medijskih kultur mladih*. Ljubljana: Založba FDV.
- Oblak Črnič, Tanja, Koren Ošljak, Katja, in Šušterič, Nika (2021): Fokusne skupine z osnovnošolci in dijaki, mapiranje medijskih omrežij in spremljevalna anketa: Metodološko poročilo kvalitativnega raziskovalnega načrta pri temeljnem projektu Medijski repertoarji mladih (J5-2564). Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- OECD (2016): *PISA 2015 Results (Volume I): Excellence and Equity in Education*. Paris: OECD Publishing.
- OECD (2019): *PISA 2018 Results (Volume II): Where all Students Can Succeed*. Paris: OECD Publishing.
- Pereira, Sara, Moura, Pedro, Masanet, Maria-Jose, Taddeo, Gabriella, in Tirocch, Simona (2018): Media Uses and Production Practices: Case Study with Teens from Portugal, Spain and Italy. *Comunicacion y Sociedad*, 33 (september-december 2018): 89-114.
- Pink, Sarah, in Morgan, Jennie (2013): Short-Term Ethnography: Intense Routes to Knowing. *Symbolic interaction*, 36 (3), 351-361. DOI:10.1002/symb.66.
- Pueyo Maria-Jesus, Vicky Serra-Sutton, Jordi Alonso, Barbara Starfield, in Luis Rajmil (2007): Self-reported social class in adolescents: validity and relationship with gradients in self-reported health. *BMC Health Services Research*, 7: 151.
- Robinson, Sue (2014). The Active Citizen's Information Media Repertoire: An Exploration of Community News Habits During the Digital Age. *Mass Communication & Society*, 17 (4): 509-530.

- Rothenberger, Liane, Elmezeny, Ahmed, in Wimmer, Jeffrey (2019): 'YouTube Helps Us a Lot.' Media Repertoires and Social Integration of Iraqi and Syrian Refugee Families in Germany. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 17 (september 2019).
- Rymes, Betsy (2012): Recontextualizing YouTube: From Macro-Micro to Mass-Mediated Communicative Repertoires. *Anthropology & Education Quarterly*, 43 (2): 214–227. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1548-1492.2012.01170.x>.
- Schröder, Kim Christian (2017): Towards the „Audienceization“ of Mediatization Research? Audience Dynamics as Co-Constitutive of Mediatization Processes. V O. Driessens, G. B., A. H. in S. Hjarvard (ur.): *Dynamics of Mediatization: Institutional Change and Everyday Transformations in a Digital Age* (pp. 85–115). London: Palgrave Macmillan. DOI <https://doi.org/10.1007/978-3-319-62983-4>.
- Scolari, Carlos Alberto (2012): Media Ecology: Exploring the Metaphor to Expand the Theory. *Communication Theory*, 22: 204–225.
- Schmidt, Jan-Hinrik, Merten, Lisa, Hasebrink, Uwe, Petrich, Isabelle, in Rolfs, Amelie (2019): How Do Intermediaries Shape News-Related Media Repertoires and Practices? Findings From a Qualitative Study. *International Journal of Communication*, 13 (2019): 853–873.
- Schwarzenegger, Christian (2020): Personal Epistemologies of the Media: Selective Criticality, Pragmatic Trust, and Competence–confidence in Navigating Media Repertoires in the Digital Age. *New Media & Society*, 22 (2): 361–377. DOI: <https://doi.org/10.1177/1461444819856919>.
- Silverstone, Roger, in Eric Hirsh (1992): *Consuming Technologies: Media and Information in Domestic Space*. London: Routledge.
- Svedberg, Petra, Nygren, Jens, Staland-Nyman, Carin, in Nyholm, Maria (2016): The validity of socioeconomic status measures among adolescents based on self-reported information about parents' occupations, FAS and perceived SES; implication for health related quality of life studies. *BMC Medical Research Methodology*, 16: 48.
- Syvetsen, Trine (2020): *Digital detox: the politics of disconnecting*. Bingley: Emerald Publishing.
- Szostek, Joanna (2016): News Media Repertoires and Strategic Narrative Reception: A Paradox of Dis/belief in Authoritarian Russia. *New Media & Society*, 20 (1): 68–87. DOI: <https://doi.org/10.1177/1461444816656638>.
- Thorhauge, Anne Mette (2016): Balancing the flows. Cross-media communication in everyday context. V K. Sandvik, A. M. Thorhauge in B. Valtysson (ur.): *The media and the mundane: Communication across media in everyday life*: 59–73. Gothenburg: Nordicom.
- Vandenplas, Ruben, in Picone, Ike (2021): Media as the great emancipators? Exploring relations between media repertoires and cultural participation in Flanders. *Convergence*, 27 (5): 1439–1461. DOI: 10.1177/1354856521990246.
- van Eijck, Koen, in van Rees, Kees (2003): Media Repertoires of Selective Audiences: The Impact of Status, Gender, and Age on Media Use. *Poetics*, 31 (5): 465–490.

- Van Dijck, Jose (2013): *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford: Oxford University Press.
- Ytre Arne, Brita (2019): Media Use in Changing Everyday Life: How Biographical Disruption Could Destabilize Media Repertoires and Public Connection. *European Journal of Communication*, 34 (5): 488–502. DOI: <https://doi.org/10.1177/0267323119869112>.
- Wagner, Ben (2018): Dominant information intermediaries as arbiters of Internet speech. V M. Moore in D. Tambini (ur.): *Digital dominance: The power of Google, Amazon, Facebook and Apple*: 219–240. New York: Oxford University Press.

Podatki o avtoricah

prof. dr. **Tanja Oblak Črnič**

Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede
Kardeljeva pl. 5, 1000 Ljubljana, Slovenija
E-mail: tanja.oblak@fdv.uni-lj.si

asist. **Katja Koren Ošljak**

Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede
Kardeljeva pl. 5, 1000 Ljubljana, Slovenija
E-mail: katja.osljak@fdv.uni-lj.si

asist. **Nika Šušterič**

Univerza v Ljubljani, Pedagoška fakulteta
Kardeljeva pl. 16, 1000 Ljubljana, Slovenija
E-mail: nika.susteric@pef.uni-lj.si

Katja Koren Ošljak, Nika Šušterič, Veronika Tašner

FORMIRANJE MEDIJSKE PISMENOSTI MLADIH NA PRESEČIŠČU DRUŽINE, ŠOLE IN VRSTNIŠKIH SKUPIN

IZVLEČEK

V prispevku predstavljamo pregled opredelitev medijske in njej sorodnih konceptov pismenosti ter si prizadevamo za njihovo konsolidacijo v celovito definicijo medijske pismenosti. Temu sledi predstavitev izbranih vpogledov v formiranje medijske pismenosti mladih, ki smo jih pridobile v okviru kvalitativne raziskave medijskih repertoarjev mladih.

Osredotočamo se na kratko zgodovino pismenosti in njeno družbeno funkcijo, kar nam omogoča tudi razumevanje pojava in pomena novih pismenosti. Sledi oris obstoječih opredelitev medijske pismenosti, ki jih kritično postavljamo v kontekste njihovega nastanka. Nadaljujemo s kratko predstavitvijo stanja na področju edukacijskih politik in medijske pismenosti, prispevek pa zaključujemo s prikazom vpogledov v kontekste formiranja medijske pismenosti mladih, pri čemer pozornost posvečamo predvsem medijskim izkušnjam in spodbudam mladih pri pouku, v družinskem kontekstu ter med vrstniki in vrstnicami.

KLJUČNE BESEDE: medijska pismenost, medijski repertoarji, digitalni kapital, šola, kvalitativna analiza

Young people's media literacy formation at the intersection of family, education and peers

ABSTRACT

We present an overview of media literacy definitions and related concepts and strive to consolidate them to create a comprehensive media literacy definition. Selected insights are then offered into the formation of media literacy, which we

acquired as part of qualitative research into young people's media repertoires. First, we summarise a brief history of literacy and its social function, allowing us to understand the phenomenon and role of new literacies. We next outline existing definitions of media literacy, which we critically position in the context of their origin. We continue by briefly presenting educational policies and media literacy and conclude with insights into the contexts of youth media literacy, focusing on their media experiences and incentives within families, education, and among peers.

KEY WORDS: *Media literacy, media repertoires, digital capital, education, qualitative research*

1 Uvod

V sodobnem svetu, zaznamovanem s tretjo industrijsko revolucijo (Castells 2010; Rifkin 2011), vse več pozornosti namenjamo medijski pismenosti (MP), za katero ugotavljamo, da pridobiva veljavo. Med drugim k temu napotuje cilj EU, postavljen pred dobrim desetletjem, da EU postane vodilna sila v informacijskem svetu, ki verjame, da je

ključ dostopa do IKT in novega komunikacijskega okolja medijska pismenost. [...] Temeljna zahteva za spodbujanje te nove sposobnosti je oblikovati ustrezen model medijske pismenosti ter poznati njene razsežnosti, njeno strateško vrednost in posebne koristi, ki jih lahko prinese k razvoju informacijske družbe v Evropi (EU publications 2014: 2).

Ob tem se lahko zdi, da je ideja MP neproblematična in bi jo mogli hitro udejanjiti v okvirih edukacijskega sistema; toda same MP razumemo kompleksneje, kar terja njeno dodatno obravnavo.

Ponudile bomo skico opredelitve MP, sledila pa ji bo predstavitev izbranih vpogledov v formiranje MP mladih; te smo pridobile v okviru kvalitativne raziskave, ki se je osredotočala na medijske repertoarje mladih.¹ V prvem delu se posvečamo vprašanju pismenosti, njene zgodovine in funkcije v družbi, kar nam omogoča tudi razumevanje pojava in pomena novih pismenosti. Sledi oris obstoječih opredelitev MP in njihovih kritik. Nadaljujemo s pregledom stanja na področju edukacijskih politik in MP, prispevek pa zaključujemo z vpogledi v kontekste medijskega opismenjevanja mladih.

1. Medijski repertoarji mladih je temeljni raziskovalni projekt J5-2564, v katerem sodelujejo raziskovalci in raziskovalke z Univerze v Ljubljani, in sicer s Fakultete za družbene vede in Pedagoške fakultete, pod vodstvom prof. dr. Tanje Oblak Črnič in ga v obdobju od 2020 do 2023 financira ARRS. Več na straneh projekta <https://medijimladih.si/>.

2 Kratka zgodovina pismenosti – od bralne do medijske pismenosti

Pismenost je v svoji pettisočletni zgodovini prešla številne stopnje razvoja in oblike, ki vznikajo skupaj z medijskimi tehnologijami, še posebej hitro v zadnjih 50 letih. Ob tem nas od antike dalje spremlja paradoksalen odnos do »novih medijev«, na katerega je opozoril že Sokrat (Furedi 2017); v kulturi govornih besed je bila pismenost zvečine razumljena kot odveza od odgovornosti za pomnjenje, pri čemer naj bi branje delovalo kot zdravilo ali strup. Podobno dihotomno razumevanje branja kot bodisi pozitivnega in razsvetljujočega ali kot negativnega in kvarnega nas spremlja še danes in se prenaša v obravnavo drugih ter z različnimi mediji povezanih praks.

Koncept klasične pismenosti je povezan z izumom pisave, kar je prvi velik mejnik razvoja pismenosti. Ključno za t. i. primarno pismenost, ki je najprej veljala za privilegij peščice, je bilo branje, pisanje in razumevanje besedila. Kasneje se je obvladovanje abecede – četudi skozi problematične začetke ter z veliko mero skepse in svarjenja pred njenimi negativnimi vplivi (Furedi 2017) – izkazalo za gonilno silo velikega intelektualnega in družbenega napredka. K širitvi pisave sta pomembno prispevala renesansa in humanizem. Povsem nov razcvet je pismenosti omogočil izum tiskarskega stroja, zaradi katerega so tiskana besedila postala del vsakdanjega življenja množic, ne več zgolj elit (Briggs in Burke 2005). Dodatno sta k širjenju in dvigu pismenosti družb prispevali prva industrijska revolucija in uvajanje obveznega osnovnega šolstva. Druga industrijska revolucija, zaznamovana s pojavom analognih elektronskih medijev, med katere uvrščamo telefon, radio, televizijo in film, je vplivala na razvoj avdiovizualne pismenosti. Tretjo industrijsko revolucijo povezujemo s pojavom interneta (Rifkin 2011). Ta je botroval nastanku medijske, digitalne, računalniške, informacijske in drugih sorodnih konceptualizacij pismenosti (Leaning 2017). Med temi velja digitalna pismenost za razmeroma nov koncept, ki se pogosto uporablja kot sinonim za označevanje tehničnih kompetenc za uporabo sodobnih digitalnih orodij, kot to denimo opredeljuje evropski referenčni okvir DigComp (Carretero in dr. 2017). Sodobne družbe in digitaliziran vsakdan pa zahtevajo vse kompleksnejše spretnosti. Mednje zagotovo sodi MP s širokim naborom znanj in spretnosti, ki naslavljajo zapleteno sodobno medijsko okolje. Prav MP vključuje obvladovanje vseh prejšnjih oblik pismenosti: branja in pisanja (od branja z razumevanjem do ustvarjalnih veščin), avdiovizualnih, digitalnih in drugih veščin, potrebnih za različne tipe medijskega udejstvovanja (EU publications 2014).

3 Opredelitev medijske pismenosti

Sodobne konceptualizacije MP tematizirajo tudi digitalizacijo in, kot ji pravi Hepp (2019), *globoko mediatizacijo* vsakdana, danes gosto prepletenega z informacijsko infrastrukturo in mediji; ti se hitro razvijajo skupaj z novimi tehnološkimi zmožnostmi, prav tako pa se z digitalnimi mediji in skozi spreminjajo vsakdanje življenje kakor tudi konteksti odraščanja in edukacije (Buckingham 2008, 2019; Livingstone 2009; Potter 2004). Ob intenzivni prisotnosti medijev je MP še pomembnejša za avtonomno življenje in odraščanje (Leaning 2017; Potter 2004). Nekatere študije sodobnim mladim sicer pripisujejo *digitalno domorodstvo*, s čimer površno privzemajo enačaja med vseprisotnostjo tehnologije ter domnevno samoniklo opremljenostjo mladih s spretnostmi za uporabo digitalnih medijev (Thomas 2011; Prensky 2001a, 2001b, 2011). Vendar, kot trdimo tukaj, je MP, ki mladim omogoča *kognitivni dostop* do digitalnih medijev in tehnologij, produkt medijske edukacije, pri čemer pa je *materialna dostopnost* medijev in tehnologij – v digitaliziranem vsakdanu so to računalniške naprave in internetna povezava – zgolj nujni in še zdaleč ne zadostni pogoj za oblikovanje MP (glej Ranieri in Fabbro 2016). V empiričnem delu tega članka se bomo posvetile prikazu oblikovanja MP v kontekstu digitalizirane družbe skozi kvalitativno analizo 27 intervjujev z osnovnošolkami,² opravljenimi v okviru raziskave MRM; a pred tem poskusimo konsolidirati sodobne pristope k razumevanju MP in predlagati opredelitev, ki bo spodbujala vključenost in enake možnosti, skladno z načeli sodobne edukacije (UNESCO 2021b).

W. J. Potter (2004) gradi kognitivno teorijo MP in jo utemeljuje v normativnem razumevanju medijev. MP opredeljuje kot *opolnomočenost za presojo medijskih vsebin na podlagi znanj o večplastnosti z mediji povezanih fenomenov, tj. poslovanja medijev, medijskih vsebin, učinkov oz. vlog v odnosu do posameznic in institucij*. Svojo opredelitev podrobneje razloži po dveh razsežnostih, in sicer kot: 1) *procesno razsežnost* MP, ki je torej kontinuum, na katerem nihče ni popolnoma medijsko nepismen ali popolnoma pismen; in 2) *namensko definicijo*, ki pridobivanje MP opredeljuje kot vzvod za večanje nadzora nad lastno izpostavljenostjo medijskim in mediatiziranim vsebinam ter za konstrukcijo lastnih pomenov na podlagi le-teh (ibid.). Z vidika posameznice več MP torej rezultira v boljših možnostih dostopanja do zelenih vsebin in manjšem tveganju negativnih učinkov medijske potrošnje ter v natančnosti oziroma učinkovitosti pri realizaciji osebnih ciljev z mediji in skozi njih, na primer glede informiranosti ali zabave (ibid.). Sorodno s Potterjevo procesno dimenzijo Mihailidis (2014)

2. V prispevku žensko slovnično obliko uporabljamo generično, in ta vključuje vse spole.

MP razume kot pogoj kritičnega sprejemanja in produkcije medijskih sporočil s pomočjo tehnologije ter oblikovanja državljsanske identitete mladih (glej tudi Jenkins in dr. 2016; Leaning 2017; Mihailidis in dr. 2014). Nekatere avtorice izpostavljajo tri značilne modele medijskega opismenjevanja: prvi, defenzivni oziroma protekcionistični model zajema ščitenje otrok pred škodljivimi učinki medijev; drugi, demistifikacijski ali medijskoanalitični predvideva kritično branje in poznavanje medijskega sistema; tretji, kreativno-participatorni pa poudarja zmožnost ustvarjanja in udeležbo z lastnimi sporočili v javnosti (Buckingham 2019; Leaning 2017). Leaning (2017) v navezavi na MP navaja tudi druge tipe pismenosti – informacijsko, računalniško in tehnološko ali IKT-pismenost, med katerimi vsaka izpostavlja določen zbir znanj in spretnosti, ki prispevajo k opolnomočenju v kontekstu digitaliziranega vsakdana (glej tudi Bawden 2001; Mihailidis 2014). Leaning (2017) s historično analizo informacijske pismenosti pokaže, da je ta od leta 1974 razvijala veščine dostopa do informacij in tudi presoje informacij. Kot pri medijski edukaciji je tudi na tem področju zaznati več obratov: najprej, od tekstualnega k multimedijskemu opismenjevanju, sledi porast pozivov k zaščiti pred negativnimi posledicami rabe in nato k spopadanju s »kognitivnimi stroški« življenja v IKT-družbi ter nazadnje obrat k pozicioniranju znanja o IKT kot merila in poti do družbenega napredka (ibid.). V vseh naštetih primerih je pismenost rezultat edukacije, ki naj bi torej razvijala širok nabor znanj in kompetenc v odnosu do različnih medijev, tehnologij, reprezentacij, simbolov in vsebin, ki omogočajo participacijo v javnem življenju (Buckingham 2003; Ranieri in Fabbro 2019) oziroma opolnomočenje za vključenost in enake možnosti sodobnih mladih, odrasčajočih v intenzivno mediatiziranem vsakdanu. V povezavi s tem Buckingham (2019) v *Manifestu medijske edukacije* predlaga odklon od utopičnega ali distopičnega tehnološkega determinizma, iz katerega izhajajo našteje konceptualizacije pismenosti, in predlaga edukacijo skozi perspektivo mediatizacije. R. Hobbs gradi konceptualno vez med medijsko in digitalno pismenostjo ter državljsko pismenostjo (Hobbs 2010: vii-vii). Njenemu soroden koncept kritične MP, ki je osredinjen na procese mediatizacije, zagovarjata D. Kellner in J. Share (2007); predlagata vključitev množičnega komuniciranja in popularne kulture v medijsko edukacijo ter z njo kritične analize informacij, moči ter razmerij med mediji in občinstvi – tudi z vidika multikulturalizma (Kellner in Share 2005). Podobno M. Ranieri in F. Fabbro (2019) predlagata model *interkulture* medijske edukacije s štirimi ravni formiranja kritične MP: prvo raven predstavljata *materialni* (strojna in programska oprema, internetna povezava) in *kognitivni* (znanja, spretnosti) dostop do tehnologije in medijev kot nujni, a ne zadostni pogoj MP; na drugi ravni gre za poznavanje mehanizmov delovanja medijske krajine, kar omogoča presojo medijskih vsebin in kontekstov, v katerih

nastajajo, ter z njimi povezanih priložnosti in omejitev; tretja raven je produkcijsko-ustvarjalna komponenta MP, s katero digitalni mediji omogočajo široko paleto priložnosti za ustvarjalnost in produkcijo sporočil – a ker ni neposredne zveze med difuzijo priložnosti in povečanjem ustvarjalnosti, produkcije in aktivne participacije, avtorja zahtevata še četrto raven medijske edukacije, tj. okolje, ki spodbuja priložnosti za učenje in refleksijo lastnega delovanja ter participacijo državljanov v digitaliziranem vsakdanu. Kritična medijska edukacija torej presega instrumentalistično vlogo digitalnih medijev in tehnologije v izobraževanju, še toliko bolj, kadar so mediji pretežno uporabljeni za ponazarjanje učnih vsebin ali zgolj za poučevanje uporabe tehnologij kot orodij, kar problematizira več avtorjev in avtoric (Buckingham 2000, 2003, 2019; Hepp 2019; Jenkins in dr. 2016; Leaning 2017).

4 Medijska pismenost in edukacijske politike v Sloveniji

Uspešnost medijskega opismenjevanja, še posebej kadar je del formalnega sistema edukacije, bo v pomembni meri odvisna od konkretnih edukacijskih politik, njihove vsebine in implementacije. Zato z namenom podrobnejšega vpogleda v kontekst formiranja MP v Sloveniji predstavljamo nekaj ključnih elementov edukacijskih politik na tem področju, pri čemer ob strani puščamo zgodovino njihovega razvoja.

Eden od ključnih začetnih projektov na področju krepitev MP v samostojni Sloveniji je bil projekt *Računalniško opismenjevanje*, ki ga je pristojno ministrstvo zagnalo v letu 1994. Projekt je skušal »dvigniti raven informatizacije slovenskega šolstva in s tem pomembno prispevati k učinkovitejši, sodobnejši, ustvarjalnejši in prijaznejši vlogi vzgojno-izobraževalnih zavodov« (Krapež in dr. 2020: 46). Vzporedno, vendar ločeno od razvoja računalništva je uradni del slovenskega šolskega sistema postal tudi predmet *Vzgoja za medije*; ta sestoji iz treh segmentov, ki se posvečajo tisku, radiu in televiziji, in se izvaja kot izbirni predmet v zadnjem triletnem osnovne šole. Tudi predmet *Računalništvo* je ponujen na ravni osnovne šole, in sicer v drugem triletnem kot neobvezni, v tretjem pa kot obvezni izbirni predmet. Podobno kot v preteklosti tudi danes med medijsko in računalniško-informacijsko pismenostjo obstaja določena vrzel, pri čemer prva ohranja poudarek na kritičnosti in državljanstvu (glej Volčič in Erjavec 2006), druga pa na tehničnih znanjih, ki so potrebna za obvladovanje računalniške tehnologije (Krapež in dr. 2020), čeprav se danes v mednarodnem prostoru krepijo tudi prizadevanja, ki skušajo oba pola smiselno zblížati in povezati (gl. UNESCO 2021a).

Slovenija je kmalu po osamosvojitvi postala članica Združenih narodov (1992), od osamosvojitve dalje pa je izkazovala pripravljenost in željo po vključitvi v mednarodne organizacije, med njimi tudi v Evropsko unijo. V tem kontekstu se je Slovenija primerjala z mednarodno skupnostjo tudi na področju edukacije, pri čemer se pri oblikovanju nacionalnih politik še danes opira na skupne mednarodne direktive. Na področju MP je tako tudi na slovenske politike vplivalo nekaj ključnih mednarodnih pobud, ki tvorijo podlago šolskih politik ter pomembno oblikujejo in usmerjajo diskurz (javnih) razprav o tej problematiki. B. Brečko (2015) pri tem izpostavlja iniciative na ravni EU, med katerimi velja še posebej omeniti *Strateški okvir za evropsko sodelovanje v izobraževanju in usposabljanju* (EU 2009) ter *Evropsko digitalno agendo* (EK 2010). Obe strategiji naslavljata potrebo po krepitvi digitalne pismenosti evropskih državljanek kot ključnem elementu uspešne družbeno-gospodarske prihodnosti Evrope, s čimer utrjujeta idejo digitalnega kapitala kot vse pomembnejšega vidika človeškega kapitala, ki predstavlja osrednji element uspešnih družb znanja. Prav tako velja izpostaviti *Evropski okvir digitalnih kompetenc DigComp* (Ferrari 2013; kasneje tudi Carretero in dr. 2017), ki je v svoji prvi iteraciji izšel leta 2013 in danes predstavlja enega od osrednjih dokumentov, ki popisujejo pričakovane digitalne kompetence evropskih državljanek. Slovenija je torej svoje politike na področju MP opirala na mednarodne dokumente in tako 2016 objavila *Strateške usmeritve nadaljnjega uvajanja IKT v slovenske VIZ do leta 2020* (MIZŠ 2016), ki jih uokvirja zagotavljanje možnosti

izobraževanja v odprtem, ustvarjalnem in trajnostno vzdržnem učnem okolju, podprtem z inovativno uporabo informacijsko-komunikacijske tehnologije, kar bo na učinkovit in kakovosten način omogočilo pridobitev znanja in spretnosti, ključnih kompetenc in kompetenc 21. stoletja, potrebnih za uspešno vključevanje v družbo. S tem bo zagotovljen tudi dvig konkurenčnosti znanja in kompetenc naših učencev, dijakov in študentov, da bodo lahko prispevali k inovativnosti in konkurenčnosti domačega trga in bodo bolj opolnomočeni za uspešen vstop na trg dela (vključno z EU) (ibid.: 5).

Od nastanka strategije, ki MP uokvirja kot digitalno pismenost ter jo usmerja v krepitev konkurenčnosti države in posameznic na trgu dela, je Ministrstvo za izobraževanje, znanost in šport imenovalo dve delovni skupini za vključitev temeljnih vsebin računalništva in informatike (RIN) v šolstvo (MIZŠ 2018), ki sta na podlagi analize med ključnimi ukrepi predlagali uvedbo RIN v kurikulum vrtcev ter učne načrte osnovnih in srednjih šol (ibid.: 13–14). Na tem mestu velja izpostaviti, da kljub zavezam in priporočilom tako EU kot UNESCO (Carretero 2017; EK 2016; Ferrari 2013; UNESCO 2021a), ki oba izpostavljata pomen MP kot zmožnosti

kritične presoje informacij ter avtonomne presoje medijskih praks in vsebin, Slovenija na področju razvoja tega vidika MP deluje bistveno bolj pasivno. MP je ob digitalni pismenosti sicer izpostavljena kot pomemben element *Strategije razvoja medijev v Republiki Sloveniji do leta 2024* (MK 2016). V viziji te strategije je zapisano: »Medijska in digitalna pismenost sta del obveznih učnih programov osnovnih in srednjih šol, uporabniki pa se zavedajo pomena primerne plačila za informacijo ter znajo kritično interpretirati novinarsko besedilo« (ibid.: 7), čeprav je v nadaljevanju besedila digitalna pismenost privzeta kot pojem, ki vključuje tudi MP v ožjem pomenu. Tovrstna subsumpcija je problematična, saj v ospredje postavlja predvsem tehnološke vidike digitalizacije, ki so ob tem po eni strani podrejeni gospodarski konkurenčnosti človeškega kapitala, ki ga ima država na razpolago, po drugi strani pa so pogosto uokvirjeni kot nevtralna orodja, ki domnevno nimajo normativnih implikacij za posameznico in družbo, zaradi česar se pogosto izmikajo preučevanju in problematiziranju njihovih širših družbenih posledic (gl. Brown 2015; Koopman 2019).

Med najaktualnejšimi dokumenti na tem področju velja izpostaviti strategijo *Digitalna Slovenija 2030*, ki bo v svoji strukturi sledila *Digitalnemu kompasu* (EK 2021), ki ga je 2021 pripravila Evropska komisija. Leta 2021 je začel tudi Strateški svet za digitalizacijo in z njim vladna Služba za digitalno preobrazbo. Strateški svet kot izvorno vladno posvetovalno telo vključuje tudi skupino za izobraževanje, ki je pripravila nekaj predlogov, ki ne zadevajo toliko MP kot digitalizacijo edukacije. V istem duhu je Služba vlade za digitalizacijo izobraževanja 2022 najavila razpis za usposabljanje zaposlenih v vzgoji in izobraževanju za krepitev digitalnih kompetenc. Nobeden od dokumentov ne naslavlja vprašanj, ki bi segala dlje od tehničnih vidikov MP.³

V najboljšem primeru lahko sklenemo, da je MP kot zbir raznovrstnih znanj in veščin, ki omogočajo bivanje v mediatiziranem svetu, kar vse bolj poudarjata tudi Evropska komisija (2016) in UNESCO (2021a; 2021b), v slovenskih edukacijskih politikah praviloma odsotna, v najboljšem primeru pa subsumirana pod okrilje digitalne pismenosti.

3. Vsebina prvega paketa ukrepov se nahaja na <https://www.gov.si/assets/vladne-sluzbe/SDP/Dokumenti/Prvi-paket-ukrepov-Strateskega-sveta-za-digitalizacijo.pdf>, vsebina drugega paketa na <https://www.gov.si/assets/vladne-sluzbe/SDP/Dokumenti/Drugi-paket-ukrepov-Strateskega-sveta-za-digitalizacijo.pdf>, najava razpisa pa na <https://www.gov.si/novice/2022-06-22-najava-objave-javnega-razpisa-za-usposabljanje-zaposlenih-v-vzgoji-in-izobrazevanju-za-krepitev-digitalnih-kompetenc/>.

5 Medijska pismenost, medijski repertoarji in digitalni kapital

Izsledki raziskave, ki so predstavljeni v zaključnem delu prispevka, so del večje raziskave, ki ne preučuje le MP, ampak se osredotoča na medijske repertoarje mladih. Kot v uvodnem prispevku te številke poudarjajo T. Oblak Črnič, K. Koren Ošljak in N. Šušterič (2022), se »medijski repertoarji nanašajo na vzorce in načine kombiniranja različnih medijev in ustvarjanje ‚celostnega‘ modela medijskih rab«. Ena od prednosti preučevanja medijskih praks mladih na ozadju celovitih medijskih repertoarjev je, da se tovrstno preučevanje ne osredotoča le na rabo specifičnega medija, saj analitični okvir omogoča prepoznavanje ključnih komponent repertoarjev (denimo vrst medijev in žanrov), navad, razmerij med posameznimi komponentami danega medijskega repertoarja, subjektivnega doživljanja lastnega medijskega repertoarja ter splošnih načel, ki orientirajo kompozicijo danega medijskega repertoarja (Hasebrink in Domeyer 2012).

Medijski repertoar posameznice se oblikuje na ozadju številnih družbenih prostorov, v katerih se oseba nahaja in se razvija v odvisnosti od različnih kontekstov socializacije mladih, kot so družina, vrstniške mreže in šola (Oblak Črnič in dr. 2022). Je pa konkretna oblika medijskega repertoarja v veliki meri odvisna od MP posameznice, saj sooblikuje njen medijski repertoar, če vpliva na izbiro medijev, žanrov in na doživljanje lastnega medijskega repertoarja.

Čeprav medijski repertoarji predstavljajo individualne celovite vzorce medijskih rab, ki jih zaznamujejo tudi subjektivne poteze posameznic, so vendarle v veliki meri sooblikovani, včasih tudi naddoločeni z družbenimi načeli in razvrščanji, če zagovarjamo stališče, da so naša individualna razvrščanja pravzaprav individualizirana družbena razvrščanja. Analiza medijskih praks kot medijskih repertoarjev vabi k njihovi analizi na presečišču individualnega in družbenega. Hasebrink in Domeyer (2012: 764) pri tem gradita na Bourdieuevem konceptu habitusa »kot kolektivnega, zgodovinsko prisvojenega sistema načinov dojemanja in mišljenja. [...] Skladno s tem lahko medijske repertoarje razumemo kot integralne dele življenjskih slogov, ki jih moramo interpretirati glede na njihove praktične pomene.«

Za pričujoči prispevek so tako posebej pomembna razmerja med medijskimi repertoarji in MP, če lahko oboje pravzaprav razumemo kot del habitusa posameznice in del njenega (kulturnega) kapitala. P. Bourdieu (2002: 90) habitus opredeli kot sistem »trajnih in premestljivih dispozicij, strukturiranih struktur, ki so vnaprej določene, da bodo funkcionirale kot strukturirajoče strukture, se pravi kot načela, ki porajajo in organizirajo prakse in predstave«. Ob tem je treba dodati, da je habitus vselej strukturiran v razmerju z družbenimi pogoji, v katerih se oblikuje, in sicer tako da so habitus in njegovi objektivni pogoji skladni (ibid.).

To po drugi strani pomeni, da so habitusi kot sistemi »generativnih shem« (ibid.: 94) družbeno raznoliki, skladno z razlikami znotraj družbenega prostora. Variacije v MP so tako učinek socializacije, ponotranjanja tega, kar je zunaj posameznic in kar sooblikuje generativna načela njihovih medijskih repertoarjev ter hkrati del habitusa posameznice – njenih dispozicij, naravnosti k svetu in izkušnjam, njenih okusov in izbor. Hkrati MP in medijski repertoarji delujejo tudi kot kapital, s katerim lahko posameznica razpolaga in »je v tem pogledu razumljen kot sredstvo prilaščanja priložnosti, ki so teoretično dostopne prav vsem« (ibid.: 108). V tem oziru MP tvori svojevrsten digitalni kapital, ki se mu podrobneje posvečamo v nadaljevanju.

Na splošno lahko zapišemo, da je kapital vir, ki se kopiči s časom in se lahko mobilizira za ustvarjanje določenih vrednosti. Kapital tako predstavlja »sposobnost izvajati nadzor nad svojo prihodnostjo in prihodnostjo drugih. Kapital, ki ga (posameznice) lahko zberejo, določa njihov življenjski trajektorij« (Postone 1993: 4–5).

Bourdieu (2004) je razlikoval med ekonomskim, socialnim, kulturnim in simbolnim kapitalom. S tem ko je ekonomskemu kapitalu (monetarnim virom) dodal še druge oblike kapitala, je opozoril na pomen kulturnega kapitala, ki se prvenstveno akumulira v družini. Kulturni kapital obstaja v treh oblikah: v utelešeni obliki kot trajne dispozicije posameznice, njena znanje, spretnosti, veščine;⁴ v materializirani obliki kulturne dediščine (npr. slike, knjige, naprave); in v institucionalizirani obliki (diplome, priznanja, uspeh na natečajih ipd.). Ob tem je pomemben še socialni kapital, ki predstavlja celoto stikov, poznanstev, prijateljstev, dolžnosti in tvori razmeroma trajne mreže odnosov ter tako predstavlja pomemben element družbenih vezi, četudi pogosto obstaja zgolj kot potencial. Bourdieu pri tem opozarja, da je za razumevanje delovanja kapitalov ključno prepoznavanje, da se ti lahko medsebojno pretvarjajo – ekonomski kapital družine in socialni kapital staršev se, na primer, pretvorita v različne oblike kulturnega kapitala otrok v tej družini, ki ga bodo ti lahko v prihodnosti preoblikovali v druge oblike kapitala; denimo skozi pridobitev diplome, ki jim bo omogočila dostop do delovnega mesta in s tem do ekonomskega kapitala.

Če predstavljeno konceptualizacijo oblik kapitala prenesemo v digitaliziran svet, lahko ugotovimo, da mora imeti oseba, ki ima v lasti računalnik (ekonomska in objektivirana oblika kapitala), utelešen kulturni kapital za uporabo te naprave za določen namen, kot je sodelovanje v spletnih učilnicah. Primer osebe, ki ima napravo in za pomoč pri njeni uporabi prosi npr. mamo ali sestro, predstavlja obliko kulturnega in socialnega kapitala. V prošnji za pomoč gre namreč za mobilizacijo socialnega kapitala. Kot izpostavlja S. Park (2017: 70), »neoprijemljive

4. Ta oblika kapitala se ne deduje in zahteva vsakokratno prisvojitve.

sile družbe, kot sta socialni in kulturni kapital, v nasprotju z denarnimi silami, ki zaznamujejo sodobne družbe, lahko razložijo razlike v sposobnosti ljudi, da mobilizirajo različne vire za uporabo digitalne tehnologije». Pri tem socialni kapital presega zgolj poznavanje drugih ljudi ali njihovo povezovanje. Šele ko je dodana vrednost, bodisi v čustvenih, informacijskih ali materialnih koristih, ga lahko označimo kot socialni kapital. Za ilustracijo lahko izpostavimo primer sodelovanja v spletnem okolju. Prijateljice na družbenih omrežjih so potencialni vir socialnega kapitala. Ta pa se ne ustvarja samodejno. Uporabnice morajo biti sposobne povezovanja, komuniciranja in pridobivanja vsaj kake vrste podpore tega omrežja, sposobnosti, ki so del njihovega habitusa in hkrati specifična komponenta njihove MP kot digitalnega kapitala (DK), ki predstavlja kognitivne in motivacijske pogoje za delovanja posameznice, vključno z medijskimi praksami in potrošnjo (Hasebrink and Domeyer 2012; Paus-Hasebrink in dr. 2019).⁵

Čeprav smo pokazale, da je mogoče izvorni koncept različnih oblik kapitala uporabiti tudi v preučevanju informacijske družbe, saj se te pretvarjajo v DK in nazaj, nekateri raziskovalci in raziskovalke poudarjajo, da bi bilo bolj smiselno vse te oblike združiti v eno in razpravljati kar o DK, saj digitalna angažiranost vedno vključuje vse prej omenjene oblike kapitala. Gomez (2020) poda nekoliko drugačno opredelitev DK, ki ga lahko »konceptualiziramo kot podobliko kulturnega kapitala, povezano z uporabo digitalnih tehnologij in s sodobno kibernetiko kulturo« (ibid.: 4–5). V skladu s to opredelitvijo je DK mogoče najti v dveh ločenih oblikah. »Prvič, (a) kot utelešen digitalni kapital (UDK), ki ga v habitus ponotranjijo sredstva digitalnih veščin, dispozicij, motivacij, interesov, pričakovanj in pretekle izkušnje, ki vplivajo na digitalne prakse. UDK poleg digitalnih veščin vključuje tudi obsežno paleto digitalnih kulturnih dispozicij, ki oblikujejo digitalno pismenost. [...]. Drugič, (b) objektificiran digitalni kapital (ODK), ki je materializiran v digitalni opremi, napravah in tehnološki infrastrukturi« (ibid.).

Če sklenemo, s socializacijo znotraj družine, šole in vrstniških skupin si posameznica prisvaja in ponotranja DK, ki se med drugim odraža v generiranju njenih medijskih repertojev, ki hkrati so oziroma postajajo del njenega habitusa, torej njenih dispozicij (vključno z MP) in konkretnih medijskih izbir. Hkrati lahko tudi konkretna oblika MP ali konkreten medijski repertoar delujeta kot kapital, s katerim posameznica lahko razpolaga in ga pretvarja v druge vrednosti ali v druge oblike kapitala.

5. Povezanost med družbenostrukturimi in kulturnimi okoliščinami ter »kulturno konstruiranimi okusi na eni strani in uporabo medijskih tehnologij oz. tipičnimi medijskimi konfiguracijami na drugi« med drugim podrobneje analizirajo tudi domače študije (Luthar 2014: 8; glej tudi Luthar in Oblak Črnič 2015).

6 Opis raziskave, metodologija in kvalitativna analiza podatkov

Avtorice metodološkega prispevka v tej številki (Oblak Črnič in dr. 2022) skicirajo koncept medijskih repertoarjev (Hasebrink in Hepp 2017), ki ponuja temelj za celostno raziskovanje medijskih praks v kontekstu družbenih struktur (Hasebrink in Hepp 2017); poleg tega opozarjajo na empirični potencial medijskih repertoarjev, na katerem sloni naša kvalitativna analiza. Skozi medijske repertoarje osnovnošolk opazujemo njihovo MP, na primer skozi navedbe medijev in tehnologij, ki jih konzumirajo, intenzivnost oziroma frekventnost njihovih medijskih praks, izražene medijske preference, percepcije medijev itd.; našeto pa analiziramo v kontekstu prostorov odraščanja. Družina, šola in vrstniške mreže namreč sooblikujejo medijske kulture sodobnih mladih, njihovo ustvarjalnost, interese, produkcijo vsebin in objav, kakor tudi njihovo MP; ta se po eni strani skozi našeto formira in se hkrati skozi našeto tudi odraža.

Opazujemo torej širši kontekst medijske edukacije in formiranja MP. Prizvevamo štiridimenzionalno definicijo medijske edukacije Ranieri in Fabbra (2019), predstavljene v 3. poglavju tega prispevka, vendar se zaradi omejitve prostora in ker gre za prvo analizo MP v okviru raziskave MRM, na tem mestu osredotočamo na 1. in 4. razsežnost formiranja MP. Namreč, materialna in kognitivna dostopnost medijev sta skupaj z (medijski edukaciji naklonjenim) okoljem osnova za vse druge medijske prakse in »višje« oblike MP. Zato bomo podrobneje analizirale: A) izkušnje osnovnošolk pri pouku (dostopnost in regulacija tehnologije, digitalno in medijsko opismenjevanje); B) v družinskem kontekstu (tehnološka oziroma medijska opremljenost doma, medijske prakse, raba tehnologije in prenos veščin znotraj družine); in C) med vrstnicami (zgledi glede tehnološke opremljenosti in vedenja s pomočjo medije in skozi njih).

Kodiranje smo izvedle v dveh korakih, najprej nestrukturirano brez vnaprej določenih kod, a ne popolnoma odprto, kot ga recimo predvideva metoda utemeljene teorije (Corbin in Strauss 1990; Glaser in Strauss 2017), saj smo se osredotočale na tematizacije MP in edukacije. Nastal je nabor prek 70. kod, ki smo ga v drugem koraku kodiranja plastile glede na štiridimenzionalni model MP (Ranieri in Fabbro 2019) in oblikovale več kategorij,⁶ med katerimi smo pri analizi upoštevale le tiste, ki ponujajo vpogled v materialno in kognitivno dostopnost ter (ne)naklonjenost oziroma spodbude k MP znotraj družine, šole in vrstniških skupin, ki so bistveni elementi formativnega okolja MP, kar pokaže tudi analiza.

6. Glej skico kodirnega sistema v prilogi z označenimi kodami in kategorijami, ki smo jih upoštevale pri analizi za namen študije, predstavljene v tem prispevku.

6.1 Družina in različne oblike spodbud kot gradniki kulturnega – in digitalnega – kapitala mladih

Kot smo že pokazale, lahko medijske repertoarje in MP preučujemo kot del posameznikinega kulturnega kapitala, pri čemer se izbira klasičnega Bourdieu-jevega koncepta z nekaj dodatnimi opredelitvami izkaže kot ustrezna. Namreč, četudi ni veliko raziskav vpliva digitalnih kompetenc staršev na DK otrok, je danes, ko so zahteve po digitalizaciji družbe in njenih podsistemov vse močnejše, jasno, da je »uporaba IKT doma zelo pomembna komponenta učenkega splošnega formiranja« (Yuen in dr. 2018: 602). Obstoječe raziskave namreč sporočajo, da digitalne kompetence staršev in starševske socializacijske prakse, povezane z mediji, pomembno vplivajo na razvoj MP otrok.

Za razvoj MP oziroma UDK je najprej pomemben materialni dostop do medijev. Naše respondentke poročajo, da s tem nimajo težav. Večina ima v svoji sobi računalnik in pametni telefon. Pri tem velja osvetliti, da se je računalnik v njihovih otroških sobah pojavil s pandemijo in uvedbo pouka na daljavo oziroma je bil pred tem tam prisoten izjemoma, na primer pri igralkah računalniških iger. Dobra opremljenost otrok z napravami ne preseneča, saj večina sodelujočih v raziskavi prihaja iz družin z višjim SES (gl. Oblak Črnič in dr. 2022):

... jaz imam pa računalnik, telefon pa trenutno, ko mojega brata glih ne zanima, ko smo skupaj kupili Nintendo switch pa ga imam jaz trenutno v svoji sobi. (osnovnošolec Grozdan)

Materialni in kognitivni dostop bi veljalo brati tudi na ozadijih aktivnega in restriktivnega pristopa staršev glede medijev in tehnologije (Chen in Shi 2019). Aktivni pristop združuje pozitivne reakcije staršev glede medijev, ki omogočajo pogovore o medijih in njihovi uporabi ter vključuje vodenje po mediatizirani krajini. Medtem ko se restriktivni pristop osredinja predvsem na nadzor s strani staršev, ta je lahko povezan s časom, ki ga otroci preživljajo na družbenih omrežjih, ali vsebino, ki jo spremljajo. Intervjuvanke podajajo nekaj vpogledov v družinske kulturne prakse in potrošnjo medijev, pa tudi v spodbude in prepovedi, ki so jih deležni s strani staršev.

Televizijo, ki jo gledajo vedno redkeje, pretežno gledajo skupaj s starši. Ja po navad gledamo al z, pač, vrstniki, recimo sestro, bratom, včasih s starši ... Večinoma pa gledamo kakšne nadaljevanke al pa filme, mmm, družga pa ne prou dost ... Recimo dvakrat na teden ... Drugač ... Ne, mi ... Mislim, jaz osebno ne velik gledam več televizije, po navad sem več gledala televizijo, zdej pa ne več tok. Ja ... Po navad med vikendi, ko smo vsi doma, če mam čas, se skupi vsedemo. (osnovnošolka Lučka)

Kadar gre za restriktivne prakse staršev, so te praviloma povezane s pravili, ki omejujejo časovno rabo medijev in prepovedi uporabe ali odvzem naprave, če se poslabša uspeh v šoli.

Um, v moji družini postavlja ta pravila mami ... In ... Med tednom, od ponedeljka do četrтка, lahko uporabljam telefon do devetih, med vikendom pa lahko kokr hočem, um ... (osnovnošolec Da Babe)

Starši občasno izkažejo interes za medijske vsebine, ki zanimajo njihove otroke, tako da se o vsebinah z otroki pogovarjajo. Večinoma pa mladostnice poročajo, da jim starši zaupajo in jih ne omejujejo pretirano:

drgač to je blo pa res včasih pravilo pa glede teh socialnih omrežij, moja mami ve, kaj mam naložen, ker se z njo tut pogovarjam o temu, ampak ji je pač vseen, ker ve, da ne bom js nč kej tazga nardila ... da bi blo ... (osnovnošolka Žana)

Ko gre za prepovedi, posebej izstopa prepoved uporabe telefona med skupnimi obroki, o čemer poročajo skoraj vsi naši intervjuvanci.

Ja, pr nas isto. Pr nas boh ne dej, da je telefon zraven jedi, tko da smo se nekako vsi naučil, da takrat pustimo vsak zase in dejansko se zberemo kot družina pa jemo. (osnovnošolka Trixxay)

Ko gre za obvladovanje, spretnosti in veščine digitalnih naprav staršev mladih, vključenih v našo raziskavo, se pokaže, da jih ti ocenjujejo razmeroma dobro. Staršem praviloma pripisujejo digitalna znanja, ki jih imajo zaradi službenega dela z računalnikom. Ločijo med spretnostmi očetov in mater, sebe pa vidijo kot tiste, ki so spretnjši na telefonih in družbenih omrežjih.

Moja mami pa, mislim ... ja moja mami je tut ... dela v službi z računalnikom, je cel dan v bistvu, tko da zna s temi mejli pa to ... pa res zna ful hitr pisat, ammm ... tko da mi včasih pomaga kej napisat na Wordu, če mam kej za napisat, ammm ... pol za ta socialna omrežja, ona je na Instagramu pa Facebooku, to ... ona pač na teh socialnih omrežjih je, pa tut rada ful igrce igra oziroma eno določeno igrco, ne vem čist kira je, ampak vem, da jo skos igra. Moj oči recimo on pa on pa res nč ta socialna omrežja, ma sicer čist tak osnoven telefon, ampak ni, ni za ta omrežja, on pa igra igrce al pa je na 24ur, on ful rad tut zjutri, ko se usede, da poje zajtrk, ful rad gleda te novice, različne ... (osnovnošolka Žana)

6.2 Šola kot prostor formalnega medijskega opismenjevanja

Glede na edukacijske politike ima edukacija danes nedvomno tudi nalogo, da skrbi za MP mladih. Vendar se izobraževanje pri tem ne bi smelo osredotočati zgolj na krepitev kognitivnega dostopa, temveč bi moralo šolstvo v skladu s svojo temeljno nalogo zmanjševanja socialnih in ekonomskih neenakosti ter njihovih vplivov na šolske dosežke šolajočih se skrbeti tudi za kompenziranje materialnega dostopa do medijev oziroma naprav. Čeprav so bile naše sogovornice razmeroma dobro materialno preskrbljene z napravami za šolsko delo, kar je lahko posledica specifičnosti našega vzorca, ki glede na SES tendira navzgor (podrobneje v tej publikaciji Oblak Črnič in dr. 2022), pa so v enem od intervjujev vendarle izpostavile, da šola skrbi tudi za materialni dostop (prikrajšanim učenkam posojajo računalniško opremo).

Glavna ugotovitev na podlagi orisov šolskega okolja v intervjujih je izrazito funkcionalistično razumevanje medijev in tehnologij v slovenskem šolstvu, kar se odraža skozi pretežno instrumentalistično vključevanje medijskih vsebin in tehnologij v izobraževalni proces – kar je lahko problematično (Buckingham 2000, 2003, 2019; Buckingham in dr. 2001; Jenkins in dr. 2016). Menimo, da tak pristop digitalno tehnologijo in medije predstavlja odtujeno od družbene stvarnosti, zaradi česar odraščajočim v digitaliziranem vsakdanu med drugim umanjka UDK, na primer za kritično medijsko konzumpcijo (Hobbs 2010; Ranieri in dr. 2016), ali znanj in spretnosti za sodelovanje ter vključenost v digitalizirano družbo (Jenkins in dr. 2016).

Z redkimi izjemami namreč izjave naših intervjuvank kažejo, da so mediji in tehnologije v šoli predvsem v vlogi priročnih orodij, recimo za *izvajanje učnega procesa na daljavo* s pomočjo videokonferenčnih sistemov in spletnih učilnic, *preverjanje znanja* s spletnimi kvizi, *prezentacijo oziroma podajanje snovi* prek računalniškega projektorja ali elektronske table ali za *ponazarjanje učnih vsebin* in *popostritev pouka* s pomočjo interaktivnih učbenikov in prikazovanjem videoposnetkov namesto izvedbe eksperimentov v učilnici.

Um, ne vem ... V bistvu učitelji uporabljajo od računalnika med poukom samo za Lo.polis, da preverjajo odsotnost. To je to. Pr naravoslovju kdaj nam pokažejo kakšne, nam pokaže učiteljica kakšne videe. Na YouTubeu o različnih stvareh pa živalih pa to. Kdaj tut drugi učitelji nam pokažejo na YouTubeu kakšne stvari al pa slike, da si boljše predstavljamo. Od interneta uporabljamo bolj, ne vem, tko, za računalništvo pa je v bistvu največ uporabljamo tam. Računalnik. (osnovnošolec Jaka)

Poleg edukacije skozi medije (Buckingham 2003) osnovne šole glede na izkušnje iz raziskave redko nudijo edukacijo o medijih in tehnologijah, ki pa je večinoma omejena na delavnice ozaveščanja o varnosti na internetu – in sodeč po nekaj izjavah veljajo za redundantne:

Sam, rata brezveze, ko tak, vsako listo razlagajo, ne. Pač, se skor isto čit vsako leto in pol že ... (osnovnošolka Sova)

V okviru izbirnih predmetov, kot je računalništvo, je v ospredju pouk o rabi računalniške opreme, recimo urejevalnikov besedil; še redkeje so, kot kaže, zastopane tehniške vsebine (denimo programiranje), ki so potrebne pri formiranju ustvarjalno-produkcijskih kompetenc tretje ravni MP. Del te se gotovo oblikuje s pridobivanjem bralne pismenosti med poukom jezika in književnosti, kar pa v kontekstu digitaliziranega vsakdana seveda ni dovolj. Predvidevamo lahko, da se ustvarjalno-produkcijske kompetence – in enako velja za spoznavanje medijske krajine in družbene vloge medijev z druge ravni MP – odvija v okviru izbirnih predmetov Vzgoje za medije ali novinarskih krožkov.

Druga izstopajoča značilnost v šolskem kontekstu je stroga regulacija dostopa do digitalne tehnologije, ki se izraža v prepovedi uporabe telefona med poukom in odmori ali celo prepovedi prisotnosti telefonov v razredu:

In, zato smo tut uvedli to škatlo, da ko pridemo v šolo, damo vsi telefone v škatlo in pol si med glavnim odmorom, to je, pač, eno uro pred koncem pouka si lahk vzameš, ampak ga maš v torbi. (osnovnošolka Sončnica)

Telefon, ki je občasno lahko tudi dobrodošlo orodje za učenje oziroma iskanje informacij ali kot računalno, je tako v kontekstu izobraževanja največkrat označen kot motilec izobraževalnega procesa, a ne le s perspektive učiteljev, kar izjave iz naših intervjujev večkrat osvetlijo:

potem se zjutri učim, ker hočem imet popoldne fraj, pa zjutri me še ... včasih si dam telefon na stran, ker me velikrat zmoti zjutri, ko pregledam kaka družabna omrežja ... (osnovnošolka Lev)

Nekoliko liberalnejša je uporaba medijev in tehnologije pri šolskem delu učenk izven šolskih ur. Takrat je telefon pogostejše v uporabi kot učni pripomoček za iskanje virov za šolske naloge ali kot platforma, ki z družbenimi omrežji in drugimi aplikacijami omogoča organizacijo razrednih skupin za učenje, medsebojno obveščanje in posvetovanje s sošolkami:

Ja, v bistvu naš razred ma eno skupino in pač se z ... Velikokrat domače naloge, ko ne znamo rešitev, vprašamo in pol pošljejo. In na primer Powerpointe, ko delamo delamo v svoje al pa v neki skupinci majhni. Pač, mam tut skupino, mi, tisti, ko delamo, in pač, pač se vsi pogovarjamo na eno temo in pol dobimo ta prav rezultat. (osnovnošolka Julija)

6.3 Sošolke, prijateljice, vrstnice – vrstniške interakcije, pričakovanja in srečevanje z nevsakdanjim

Opisale smo nekaj izkušenj medijskega opismenjevanja mladih v kontekstu družine in šole, v nadaljevanju pa se posvečamo še enem od osrednjih socializacijskih okolij mladih – vrstniškim skupinam. Kot izpostavlja S. S. Lim (2022: 347), so medvrstniške interakcije »ključni vidik razvoja mladih, ko ti postopoma odrasčajo in se odmikajo od družbenega sveta svojih družin k vrstniškim skupinam«. Tako kot v družini in šoli si tudi v vrstniških interakcijah ter v vrstniških kulturah ali subkulturah mladi prisvajajo raznovrstne norme, vedenja, okuse in naravnosti, pa tudi znanja in spretnosti.

Čeprav o današnjih mladih radi govorimo kot o generaciji, ki preveč časa preživi za zasloni, namesto da bi čas preživljala v igri ali druženju, številne raziskave opozarjajo na različne »načine, na katere si mladi medijske vsebine in naprave prilaščajo z namenom *druženja z vrstniki*« (2022: 347, poudarek avtoric) – pri čemer ne gre le za družabnost v virtualnih prostorih, ampak tudi za skupna ustvarjanja, učenje, družbeno-politično angažiranje itn. Prav zato lahko vrstniške spodbude in interakcije predstavljajo pomemben dejavnik oblikovanja medijskih repertoarjev in pismenosti mladih.

Pri naših sogovornicah izstopajo nekatere prakse, ki jih lahko povežemo z distinkcijo, ki jo izpostavi Lim (2022), in zadeva dvojno vlogo medijev v vrstniških praksah. V slednjih lahko mediji nastopajo kot »material za pogovor ali kot platforma za sporazumevanje« (ibid.: 348).⁷ Tako tudi v naših intervjujih razmeroma pogosto zasledimo prakse priporočanja in pogovorov o raznovrstnih medijskih vsebinah – vse od serij in filmov pa do novic in knjig.

Pol, ne vem, v bistvu zdej, trenutno je odvisno od tega, kdaj bom od sošolke dobila tisto knjigo, k jo čakam, ampak drugač bi pa lahko, če bi mela dost časa, bi jo lahko v bistvu zlo hitr prebrala. Pa, pač, odvisno kok je debela. (osnovnošolka Vijolica)

Vrstniške spodbude so pomembne, ko gre za odnos mladih do informiranja, tudi zato, ker novice predstavljajo potencialno temo pogovora z vrstnicami, kar ima posebej pomembne implikacije za spodbujanje MP, predvsem kadar se ta nanaša na iskanje informacij o družbeno-političnem dogajanju in odnos do njih, s čimer se srečujejo predvsem na spletu.

7. Mediji so lahko »material za pogovor« na dva načina: poleg tega da lahko priskrbijo teme za pogovor, so lahko sami tema pogovora (glej npr. Vijoličino izjavo o debelini knjig), pri čemer lahko ima sama raba medijev tudi normativni vpliv, denimo v pogovorih o tem, kateri mediji so zaželeni, popularni, zastareli itd.

Men se tut zdi pomembno, pač, vedet, kaj se dogaja po svetu, ker se pol drugi o tem pogovarjajo in pol, pač, če ti ne veš, se počutiš mal tak, glupo (smeh), ker ne veš, o čem govorijo ... Tak da, tak. Pa da maš lahk tut svoje mnenje o tem, če se je kaj zgodilo, pa tak. (osnovnošolka Sončnica)

Ob tem velja omeniti še nekaj praks, ki so ključni del medijskih repertoarjev in MP v kontekstu vrstniških interakcij. Če so zgornje spodbude vezane predvsem na vrstnice, s katerimi se mladi običajno srečujejo tudi v živo, pa lahko med vrstniške spodbude štejemo tudi priporočila tistih, s katerimi mladih ne družijo fizična ali starostna bližina, pač pa predvsem bližina skupnih interesov. To še posebej velja za ljubiteljice videoiger, čeprav skozi tovrstne interakcije prihajajo tudi do drugih vsebin, kot so knjige ter izobraževalne in druge vsebine, povezane z raznimi vidiki njihovega življenja.

Na YouTubeu vem, da, um, pač, jaz, pač, rada berem, tak da, vem da ena angleška al pa ameriška, ko dela tak, pač, starejša od mene, ampak še vedno najstnica al kak bi rekla ... In dela vsebine, povezane s knjigami, in potem posname videe ... In priporoča knjige oziroma, pač, kaj je ona prebrala, kaj se dogaja in potem nekak, če ji je ta knjiga všeč ... Pa bi jo jst prebrala ... In mam malo ideje zato ... (osnovnošolka Pizza)

V tovrstnih vrstniških interakcijah so bile naše sogovornice sicer praviloma pasivne, s čimer merimo na dejavnosti, v katerih predvsem spremljajo vsebine in se nanje ne odzivajo, recimo s komentarjem ali všečkom. Kljub temu pa lahko takšne dejavnosti širijo medijske repertoarje in pismenost mladih; na primer ob (pasivnem) spremljanju neredko zasledujejo izobraževalne prispevke oziroma prihajajo v stik z raznovrstnimi vsebinami, s katerimi se sicer v svoji socialni mreži srečujejo redkeje.

Bistveno aktivnejši so mladi na družbenih omrežjih, ki jih uporabljajo za druženje in sporazumevanje, pri čemer so prav te dejavnosti najpogostejše izpostavljali v kontekstu svojega medijskega vsakdana. Pri njih praviloma uporabljajo več različnih omrežij, najpogostejše pa Snapchat, Instagram, TikTok in Viber.

Če osvetlimo nekaj specifičnih praks: visoka aktivnost je praviloma omejena na manjše in zaprte prijateljske skupine ter skupine sošolk. Izmenjevanje sporočil je torej omejeno na ožji krog, s katerim imajo tudi stik v živo. Velja pa izpostaviti, da mladi glede na tesnost odnosov diferencirajo tako vsebino kot, vsaj včasih, tudi družbena omrežja. Čeprav lahko predvidevamo, da se šolska in prijateljska skupina vsaj delno prekrivata, so skupine sošolk na družbenih omrežjih pogosto zamejene predvsem na pogovore v povezavi s šolo. Kakor pravi Jaka:

Na Viberju se pogovarjam s sošolci preko grupe, pa kdaj, um, osebno z drugimi. Na Snapchatu se pogovarjam sam s prijatli. Redko, da bi mel

kakšne osebe, k jih ne poznam v živo, sam tiste, ko si jih poznal, pol pa smo se na Snapchatu začeli pogovarjat. (osnovnošolec Jaka)

Tako ali drugače mladi skozi družbena omrežja krepijo obstoječe družbene vezi, kar jim omogoča tudi ohranjanje tistih prijateljskih vezi, ki se v živo materializirajo redkeje:

pol se pa v bistvu pogovarjam z na primer mojo najboljšo prijateljico ali pa v grupi ko smo tut zelo dobri prijatelji, pa ne živijo v Ljubljani in se v bistvu pogovarjam, mislim štiri smo, a ne, in se pač pogovarjamo, kako je bilo, ne vem, v šoli pa vse na splošno pa ful se mam... ne vem, tko, o vsemu mam večino stikov, ker pač imamo skupino. (osnovnošolka Kali)

7 Diskusija in zaključek

Sklenemo lahko, da so družbeni konteksti, v katerih mladi razvijajo pismenost, medijske repertoarje, s tem pa tudi različne oblike kapitalov, raznoliki. Družinsko okolje zaznamuje dvojnost naklonjenosti in skrbi glede medijskih praks. Slednje se tičejo vsebin, ki jih mladi konzumirajo, in časa, ki ga preživijo z mediji; na oboje se starši odzivajo z bolj ali manj restriktivno regulacijo medijske potrošnje, pri čemer se vzporedno s spreminjanjem medijskih praks mladih spreminjajo tudi družinski regulacijski vzorci. Podobno kot v raziskavi Yuen in dr. (2018: 10) tudi v naši raziskavi v kontekstu družinskih spodbud izstopajo digitalne kompetence staršev in starševska skrb (podpora, regulacija). Naš vzorec sicer zajema pretežno družine z višjim SES, kar pomeni, da imajo starši intervjuvanih terciarno izobrazbo in so digitalno kompetentni, kot to tudi zahtevajo njihove službe. Zato lahko otrokom pomagajo pri rabi tehnologij in jim dopuščajo precej svobode pri medijskih praksah, ki pa jih razmeroma dosledno regulirajo. Za primerjavo, S. Livingstone in J. Sefton-Green (2016) sta spremljala vzorce regulacije tehnologije v britanskih družinah; ta po eni strani izhaja iz tekmovalnosti in želje po boljši prihodnosti otrok, kar usmerja starševsko podporo pri pridobivanju digitalnih veščin, na drugi strani pa iz konzervativizma, ki se kaže kot upor družbenim spremembam in odklapanje od digitalnega (Livingstone in Sefton-Green 2016).

Šolsko okolje v povezavi s spodbujanjem medijskih praks lahko označimo kot pusto, posebej v primerjavi z vrstniškim in družinskim kontekstom. MP, za katero bi, podobno kot za druge pismenosti, upravičeno pričakovali, da bo svoje mesto našla v šolah, je tam prisotna predvsem v vidikih, ki smo jih zgoraj označile za tehnicistične in pretežno obsegajo navodila za rokovanja predvsem z računalnikom in računalniškimi programi. Pri tem obstoječe spodbude, o katerih so poročale naše sodelujoče, nakazujejo, da so tudi te vsebine vključene na osnovni ravni, kot je denimo uporaba dominantnih urejevalnikov besedil ali

predvajanje videoposnetkov. Sodelujoče so prav tako izpostavile skrb za varnost na internetu, o kateri se praviloma izobražujejo na delavnicah, ki jih za šole izvajajo druge organizacije.

Tako se zdi, da medijsko opismenjevanje v šolah odseva nacionalne šolske politike, ki so, kakor smo pokazale, naravnane izrazito tehnicistično, pri čemer ne kaže, da bi se to v bližnji prihodnosti utegnilo spremeniti. Kar zadeva rabo medijev v šoli, naši intervjuji potrjujejo spoznanja iz mednarodne raziskave PISA, v okviru katere so 2018 merili tudi digitalne veščine učenk. Rezultati opozarjajo, da uvidov iz opravljenih intervjujev ne moremo razložiti s problemom samoocene rabe medijev v šolah. Rečeno drugače, prikazane skoposti medijskega opismenjevanja ne moremo pripisati (le) temu, da gre za popačeno oceno mladih. Raziskava PISA (OECD 2021) namreč sporoča, da učenke v Sloveniji medije v šoli v povprečju uporabljajo 23 minut na teden, medtem ko povprečje OECD znaša 41 minut na teden. Čeprav so vidiki MP v slovenskih šolah v povprečju manj prisotni kot v državah OECD (ibid.), se slovenski mladi pogosteje od svojih vrstnic v OECD srečujejo z vsebinami, ki se ukvarjajo s prepoznavo škodljivih vsebin (neželjena sporočila, spletno ribarjenje) in z vprašanji, ki zadevajo posledice razkrivanja osebnih podatkov na spletu (ibid.). Prav skrb za slednje smo zaznale tudi v pogovorih z našimi sogovornicami, ki so pogosto poročale o tem, da ne objavljajo svojih osebnih podatkov in fotografij ter da imajo dostop do profilov na družbenih omrežjih praviloma omejen, kar jim daje več nadzora nad tem, kdo lahko dostopa do njihovih vsebin.

Vrstniške spodbude mladih morda lahko označimo kot najbolj pestre in dinamične, kar ni presenetljivo glede na globoko mediatizacijo njihovega življenja in glede na pomen, ki ga pripisujejo vrstniškim stikom. Vrstniške mreže mladim omogočajo kopičenje socialnega kapitala v obeh pomenih, ki se mu ponavadi pripisujeta – kot povezovanje znotraj skupine (*bonding*) in kot sredstvo premoščanja razdalj med skupinami (*bridging*) (gl. Putnam 2000). Rečeno drugače, z vrstniškimi praksami, tudi medijsko posredovanimi, lahko posameznice krepijo svojo povezanost z drugimi, s katerimi so tudi sicer v stiku v živo, lahko pa skozi premoščajo tudi razdalje z oddaljenimi skupinami, izkušnjami in informacijami, s katerimi sicer morda ne bi prišli v stik.⁸ Na ta način dostopajo do novih izkušenj, spretnosti in vsebin, ki gradijo njihove medijske repertoarje in MP ter jih lahko pomembno poglobljajo in širijo. V tem oziru lahko vrstniške mreže razumemo

8. Kar nekaj raziskav družbenih omrežij in socialnega kapitala kaže, da družbena omrežja praviloma krepijo obe obliki socialnega kapitala, čeprav se mladi preko njih praviloma družijo z istimi osebami kot v živo (gl. Abbas in Mesch 2016; Romer in dr. 2009; Skorin in Kwan 2011).

tudi kot nosilce potenciala za bogatenje medijskih repertoarjev mladih in njihove MP ter posledično kot nosilce potenciala za zamikanje habitusa.

V kontekstu vrstniške socializacije skozi medije velja omeniti še priložnosti za srečevanje z drugim in drugačnim, kar je pogost predmet vrstniških pogovorov. A ker je naš vzorec razmeroma homogen (gl. Oblak Črnič in dr. 2022) in je medijska potrošnja razredno razlikovana (gl. Ignatow in Robinson 2017; Lutar 2014; Lutar in Oblak Črnič 2015), verjetno nismo zajele celotne raznolikosti medijskih praks mladih.

Glede na to, da smo se osredotočale na značilnosti okolij medijskega opismenjuvanja mladih, je treba izpostaviti še eno posebnost, če že ne omejitev naše raziskave – pogovori z mladimi so namreč potekali med pandemijo. Glede na vpliv pandemije na medijske prakse mladih (gl. npr. Jones in dr. 2021; Mællan in dr. 2021; Oblak Črnič 2020; Oblak Črnič in Brečko 2022), lahko predpostavljamo, da so bile te pred pandemijo drugačne, bolj regulirane in manj pomembne za ohranjanje vrstniških stikov. Poleg tega so bile izkušnje z mediji in tehnologijo pred epidemijo v šoli prisotne le omejeno, medtem ko so med šolanjem na daljavo digitalni mediji postali orodje, skozi katerega je izobraževanje potekalo. Tako ne gre spregledati potencialnih učinkov pandemije na medijske prakse sodobnih mladih.

SUMMARY

In the modern world marked by the third industrial revolution, we are paying ever more attention to media literacy. This attention is reflected in the European Union's goals set more over a decade ago to make the EU a global information technology leader. The EU sees an essential step toward this goal in promoting and developing media literacy, including creating an appropriate approach to media literacy for the 21st century with awareness of its strategic value for information societies. However, one of the central problems of the study is the definition of media literacy, which considerably influences the formulation of related research questions. Therefore, we first outline the socio-political role of literacy as traditionally understood. Following this brief outline, we present the current imperatives that position media literacy as critical literacy in contemporary information societies. Yet, as noted, it is apparent that despite the call for media literacy some vagueness remains about its definition. In this paper, we attempt to resolve some of these ambiguities and contribute to the conceptual consolidation of media literacy. To this end, we provide the reader with an overview of the various concepts of media literacy and highlight their strengths and limitations (see also Leaning 2017). We then recognise those models that focus on mediati-

sation as being more appropriate because they explain the multifaceted nature of media-related phenomena like media business models, media content creation processes, the role of media concerning individuals and social institutions etc. (Buckingham 2003, 2019). Building on this, we define media literacy as a product of media education, for which we adopt a four-dimensional definition of 1) the material and cognitive accessibility of media, 2) understanding of the media landscape mechanisms, 3) the development of productive/creative skills, and 4) an environment supportive of media literacy (Ranieri and Fabbro 2019). The paper continues by deliberating media literacy not as a neutral competency but as a form of digital cultural capital (Bourdieu 2002, 2004; Gomez 2020; Park 2017), which allows us to situate media literacy within a broader network of social power relations. We depict media literacy as cultural capital that also contains the principles of media preferences and choices that are conditioning young peoples' media repertoires (e.g. Hasebrink and Dörmeyer 2012). Attention is paid to the social contexts in which the media repertoires of children and teenagers are formed: within the family, the school, and peers. The second part of the paper is devoted to the results of a qualitative research study in which we conducted semi-structured interviews with 27 elementary school students. Due to space constraints and also because this is the first analysis of media literacy within a broader project, we limit the empirical part to: a) the experiences of elementary school students in the classroom (accessibility and regulation of technology, digital and media education); b) their family context (technological or media equipment at home, media practices, use of technology and transfer of skills within the family); and c) the peer context (examples of technological equipment and behaviour with and through media). We analysed the interview transcripts in two steps: first, we open-coded them and created about 70 codes, which were categorised in the second step. Our analysis only considered categories that may offer insight into material and cognitive access to the media and media literacy incentives in the context of the family, the school, and peer groups. The results show that young people develop different media competencies in various social contexts. In this respect, while the families of elementary school students in Slovenia seem to focus on regulating the time spent on media, they less often encourage the development of media literacy. In terms of schools, the conversations with the participants suggest a relatively elementary media education and the introduction of media in the learning process; typically, media are used there for school assignments, data searches, and less for experimenting or creating with different technologies. In the peer context, our research shows that media are used primarily to socialise and maintain relationships, yet also serve as mechanisms for forming preferences and tastes. Moreover, the analysis shows

that peer contexts offer the most significant incentives to experiment with media practices and creative production and to acquire new knowledge and skills. In the conclusion, we discuss how media provide youth with access to new content, experiences and skills, in turn shaping their media repertoires and literacy. Thus, while the family context and school chiefly operate on the level of material and cognitive access to media, peer networks seem to carry the potential for enriching young people's media repertoires and their media literacy and hence function as agents of potential changes in habitus.

Literatura

- Abbas, Rana, in Mesch, Gustavo (2016): Do Rich Teens get Richer? Facebook Use and the Link between Offline and Online Social Capital among Palestinian Youth in Israel. *Information, Communication & Society*, 21 (1): 63–79.
- Bawden, David (2001): Information and Digital Literacies: A Review of Concepts. *Journal of Documentation*, 57 (2): 218–259. DOI: <https://doi.org/10.1108/eum0000000007083>.
- Bourdieu, Pierre (2002): Praktični čut I. Ljubljana: Studia Humanitatis.
- Bourdieu, Pierre (2004): Oblike kapitala. V F. Adam in M. Tomšič (ur.): *Kompandij socioloških teorij*: 311–322. Ljubljana: Študentska založba.
- Brečko, Barbara (2015): Metodološki pristop k merjenju učinkov rabe informacijsko-komunikacijske tehnologije v izobraževanju (doktorska disertacija). Ljubljana: Fakulteta za družbene vede, UL.
- Briggs, Asa, in Burke, Peter (2005): *Socialna zgodovina medijev od Gutenberga do interneta*. Ljubljana: Založba Sophia.
- Brown, Wendy (2015): *Undoing the Demos*. New York: Zone Books.
- Buckingham, David (2000): *After the Death of Childhood: Growing Up in the Age of Electronic Media*. Cambridge, Malden: Polity.
- Buckingham, David (2003): *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture*. Cambridge: Polity Press.
- Buckingham, David (2008): Children and Media: A Cultural Studies Approach. V K. Drotner in S. Livingstone (ur.): *The International Handbook of Children, Media and Culture*: 219–236. London: SAGE Publications Ltd.
- Buckingham, David (2019): *The Media Education Manifesto*. Cambridge: Polity.
- Buckingham, David, Scanlon, Margaret, in Sefton-Green, Julian (2001): *Selling the Digital Dream: Marketing Educational Technology to Teachers and Parents*. V A. Loveless in V. Ellis (ur.): *ICT, Pedagogy, and the Curriculum: Subject to Change*. London, New York: Psychology Press.
- Carretero Gomez, Stephanie, Vourikari, Riina, in Punie, Yves (2017): DigComp 2.1: The Digital Competence Framework for Citizens with eight proficiency levels and examples of use. Luksemburg: Urad za publikacije Evropske unije.

- Castells, Manuel (2010): *The Information Age: Economy, Society and Culture. The Rise of the Network Society*, vol. I. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Chen, Liang, in Shi, Jingyuan (2019): Reducing Harm from Media: A Meta Analysis of Parental Mediation. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 96 (1): 173–193.
- Corbin, Juliet, in Strauss, Anselm (1990): Grounded Theory Research: Procedures, Canons and Evaluative Criteria. *Zeitschrift für Soziologie*, 19 (6): 418–427. DOI: <https://doi.org/10.1515/zfsoz-1990-0602>. doi:10.1515/zfsoz-1990-0602.
- EK (2010): Evropska digitalna agenda. Dostopno prek: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=LEGISSUM:si0016> (6. 5. 2022).
- EK (2016): Predlog DIREKTIVA EVROPSKEGA PARLAMENTA IN SVETA o spremembi Direktive 2010/13/EU o usklajevanju nekaterih zakonov in drugih predpisov držav članic o opravljanju avdiovizualnih medijskih storitev glede na spreminjajoče se tržne razmere. Dostopno prek: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1464618463840&uri=COM%3A2016%3A287%3AFIN> (6. 5. 2022).
- EK (2021): Digitalni kompas do leta 2030: evropska pot v digitalno desetletje. Dostopno prek: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/sl/TXT/?uri=CELEX%3A52021DC0118> (6. 5. 2022).
- EU (2009): Strateški okvir za evropsko sodelovanje v izobraževanju in usposabljanju 2020. Ur. l. Evropske unije, 2009/C119/02.
- Ferrari, Anusca (2013): DIGCOMP: A Framework for Developing and Understanding Digital Competence in Europe. Y. Punie in B. Brečko (ur.). Luksemburg: Urad za publikacije Evropske unije.
- Furedi, Frank (2017): *Moč branja*. Ljubljana: Umco.
- Glaser, Barney G., in Strauss, Anselm L. (2017): *Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. Abingdon: Routledge.
- Gomez, Daniel C. (2020): The Third Digital Divide and Bourdieu: Bidirectional Conversion of Economic, Cultural, and Social Capital to (and from) Digital Capital among Young People in Madrid. *Sage. New Media & Society*, 23 (2020): 1–20.
- Hasebrink, Uwe, in Domeyer, Hanna (2012): Media Repertoires as Patterns of Behaviour and as Meaningful Practices: A Multimethod Approach to Media Use in Converging Media Environments. *Participations. Journal of Audience & Reception Studies*, 9 (2): 757–779.
- Hasebrink, Uwe, in Hepp, Andreas (2017): How to research cross-media practices? Investigating media repertoires and media ensembles. *Convergence*, 23 (4): 362–377. DOI: <https://doi.org/10.1177/1354856517700384>.
- Hepp, Andreas (2019): *Deep Mediatization*. London: Routledge.
- Hobbs, Renee (2010): Digital and Media Literacy: A Plan of Action. In *A White Paper on the Digital and Media Literacy Recommendations of the Knight Commission on the Information Needs of Communities in a Democracy*. Washington D.C.: Aspen Institute.
- Hobbs, Renee (2011): The State of Media Literacy: A Response to Potter. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 55 (3): 419–430. DOI: <https://doi.org/10.1080/08838151.2011.597594>.

- Ignatow, Gabe, in Robinson, Laura (2017): Pierre Bourdieu: Theorizing the Digital. *Communication & Society*, 20 (7): 950–966.
- Jenkins, Henry, Ito, Mizuko, in boyd, danah (2016): *Participatory Culture in a Networked Era: A Conversation on Youth, Learning, Commerce, and Politics*. Kindle ed. Cambridge: Polity Press.
- Jones, Elizabeth A. K., Mitra, Amal K., in Bhuiyan, Azad R. (2021): Impact of COVID-19 on Mental Health in Adolescents: A Systematic Review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18 (5): 2470.
- Kellner, Douglas, in Share, Jeff (2005): Toward Critical Media Literacy: Core Concepts, Debates, Organizations, and Policy. *Discourse*, 26 (3): 369–386. DOI: <https://doi.org/10.1080/01596300500200169>.
- Kellner, Douglas, in Share, Jeff (2007): Critical Media Literacy: Crucial Policy Choices for a Twenty-first-century Democracy. *Policy Futures in Education*, 5 (1): 59–69.
- Koopman, Colin (2019): *How We Became Our Data*. Chicago, London: The University of Chicago Press.
- Krapež, Alenka, Rajkovič, Vladislav, Batagelj, Vladimir, in Wechtersbach, Rado (2020): Razvoj predmeta računalništvo in informatika v osnovni in srednji šoli. V B. Japelj Pavešič, M. Peršolja in A. Špegel Razbornik: Zaostajanje uporabe IKT za poučevanje v slovenskih osnovnih in srednjih šolah: 43–48. Ljubljana: Pedagoški inštitut.
- Leaning, Marcus (2017): *Media and Information Literacy: An Integrated Approach for the 21st century*. Cambridge, Kidlington: Chandos Publishing.
- Lim, Sun Sun (2022): Media and Peer Culture: Young People Sharing Norms and Collective Identities with and through media. V D. Lemish (ur.): *The Routledge International Handbook of Children, Adolescents, and Media* (2nd edition): 347–354. Abingdon, New York: Routledge.
- Livingstone, Sonia (2009): *Children and the Internet: Great Expectations, Challenging Realities*. Cambridge, Malden: Polity.
- Livingstone, Sonia, in Sefton-Green, Julian (2016): *The Class: Living and Learning in the Digital Age*. New York: New York University Press.
- Luthar, Breda, ur. (2014): *Kultura in razred*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede, Založba FVD.
- Luthar, Breda, in Oblak Črnič, Tanja (2015): Medijski repertoarji in diskurzivne skupnosti. *Teorija in praksa*, 52 (1–2): 7–30.
- Mælan, Ellen Nettet, Gustavsen, Ann Margareth, Stranger-Johannessen, Espen, in Nordahl, Thomas (2021): Norwegian Students' Experiences of Homeschooling during the COVID-19 Pandemic. *European Journal of Special Needs Education*, 36 (1): 5–19.
- Mihailidis, Paul (2014): *Media Literacy and the Emerging Citizen: Youth, Engagement and Participation in Digital Culture*. New York: P. Lang.
- Mihailidis, Paul, Fincham, Kelly, in Cohen, James (2014): Toward a Media Literate Model for Civic Engagement in Digital Culture: Exploring the Civic Habits and Dispositions of College Students on Facebook. *Atlantic Journal of Communication*, 22 (5): 293–309. DOI: <https://doi.org/10.1080/15456870.2014.961400>.

- MIZŠ (2016): Strateške usmeritve nadaljnjega uvajanja IKT v slovenske VIZ do leta 2020. Ljubljana: MIZŠ.
- MIZŠ (2018): Snovalci digitalne prihodnosti ali le uporabniki? Ljubljana: MIZŠ.
- MK (2016): Strategija razvoja medijev v Republiki Sloveniji do leta 2024. Ljubljana: MK.
- Oblak Črnič, Tanja (2020): Mladost na zaslonu : konteksti in protislovja medijskih kultur mladih. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede, Založba FDV.
- Oblak Črnič, Tanja, in Brečko, Neža Barbara (2022): Enhancing sociality, self-presentation, and play: a case study of digital scenarios among schoolchildren in an epidemic context. *Information, Communication & Society*, 25 (4): 552–569. DOI: 10.1080/1369118X.2021.1994632.
- OECD (2021): 21st Century Readers: Developing Literacy Skills in a Digital World. Paris: OECD.
- Park, Sora (2017): Digital Capital. London: Macmillan Publishers.
- Paus-Hasebrink, Ingrid, Kulterer, Jasmin, in Sinner, Phillip (2019): Social Inequality, Childhood and the Media: A Longitudinal Study of the Mediatization of Socialisation. V U. Hasebrink in A. Hepp (ur.): *Transforming Communications – Studies in Cross-Media Research*: 11–43. Cham: Palgrave Macmillan.
- Postone, Moishe (1993): Introduction: Bourdieu and Social Theory. V C. Calhoun in dr. (ur.): *Bourdieu – Critical Perspectives*. Chicago: University of Chicago Press.
- Potter, W. James (2004): *Theory of Media Literacy: A Cognitive Approach*. London: SAGE Publications.
- Prensky, Marc (2001a): Digital Natives, Digital Immigrants, Part 1. *On the Horizon*, 9 (5): 1–6. DOI: <https://doi.org/10.1108/10748120110424816>.
- Prensky, Marc (2001b): Digital Natives, Digital Immigrants, Part 2: Do They Really Think Differently? *On the Horizon*, 9 (6): 1–6. DOI: <https://doi.org/10.1108/10748120110424843>.
- Prensky, Marc (2011): Digital Wisdom and Homo Sapiens Digital: From Digital Immigrants and Digital Natives to the Digitally Wise. V M. Thomas (ur.): *Deconstructing Digital Natives: Young People, Technology, and the New Literacies*. London: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Putnam, Robert D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon & Schuster.
- Ranieri, Maria, in Fabbro, Francesco (2016): Questioning Discrimination through Critical Media Literacy. Findings from Seven European Countries. *European Educational Research Journal*, 15 (4): 462–479. DOI: <https://doi.org/10.1177/1474904116629685>.
- Ranieri, Maria, in Fabbro, Francesco (2019): Theorising and Designing Media and Intercultural Education: A Framework and some Guidelines. V M. Ranieri (ur.): *Media Education for Equity and Tolerance: Theory, Policy, and Practices*: 51–82. Canterano: Aracne editrice.
- Ranieri, Maria, Fabbro, Francesco, in Frelih, Mojca (2016): Making Sense of Students' Media Literacy and Civic Agency Across Media Analysis and Production. V M. Ranieri (ur.): *Populism, Media and Education*: 127–146.

- Rifkin, Jeremy (2011): *The Third Industrial Revolution: How Lateral Power Is Transforming Energy, the Economy, and the World*. New York: Palgrave Macmillan.
- Romer, Daniel, Hall Jamieson, Kathleen, in Pasek, John (2009): *Building Social Capital in Young People: The Role of Mass Media and Life Outlook*. *Political Communication*, 26 (1): 65–83.
- Skoric, Marko M., in Kwan, Chi En Grace (2011): *Platforms for Mediated Sociability and Online Social Capital: The Role of Facebook and Massively Multiplayer Online Games*. *Asian Journal of Communication*, 21 (5): 467–484.
- Thomas, Michael (2011): *Deconstructing Digital Natives*. London: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Volčič, Zala, in Erjavec, Karmen (2006): *Becoming Media Literate? Media Education in Slovenia After Ten Years*. *Journalism and Mass Communication Educator*, 61 (3): 284–296. DOI: <https://doi.org/10.1177/107769580606100306>.
- UNESCO (2021a): *Media and Information Literate Citizens: Think Critically, Click Wisely!* Paris: UNESCO.
- UNESCO (2021b): *Reimagining Our Futures Together: A New Social Contract for Education*. Paris: UNESCO.
- Yuen, Allan HK., Park, Jae, Chen, Lu, in Cheng, Miaoting (2018): *The Significance of Cultural Capital and Parental Mediation for Digital Inequity*. *New media & society*, 20 (2): 599–617.

Viri

EU publications (2014): *Study on the current trends and approaches to media literacy in Europe*. Dostopno prek: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/4815621e-3057-4be5-96a4-cfd013d879a5/language-en/format-PDF/source-77154575> (6 . 5. 2022).

Priloga 1

Skica kodirnega sistema; kvalitativna analiza medijske pismenosti, april 2022.

KODA		POJAVNOST
1	YELLOW (osnačene zanimive/pomenljive izjave)	72
2	Izkušnja epidemije	80
3	Odnos mladih do nadzora s strani staršev s pomočjo/skozi medije	27
4	Mediji kot rezervni spomin	1
5	Prijetno z / skozi medije	5
6	Neprijetno z / skozi medije	11
7	Participacija s pomočjo/skozi medije	15

7.1	<i>Fenovstvo ali interesne skupine</i>	12
7.2	<i>Stiki z družino</i>	13
7.3	<i>Politična NEparticipacija</i>	2
7.4	<i>Participacija v vrstniških skupinah</i>	13
7.4.1	<i>Stiki z vrstniki</i>	63
7.4.1.1	<i>Premoščanje razdalje</i>	6
7.4.1.1.1	<i>Med epidemijo</i>	5
8	Spodbude iz okolja za med. edu. in participacijo	13
8.1	<i>Vrstniške prakse</i>	35
8.1.1	<i>Vrstniške spodbude</i>	24
8.2	<i>Razlike glede na spol</i>	32
8.3	<i>Kršenje pravil</i>	42
8.4	<i>Spodbude doma, v družini</i>	66
8.4.1	<i>Navade staršev</i>	45
8.4.2	<i>Omejevanje rabe ali nadzor rabe</i>	46
8.4.2.1	<i>Skozi medije</i>	9
8.4.2.2	<i>Nadzor medijskih praks</i>	12
8.4.2.3	<i>Časovno</i>	22
8.4.3	<i>Doma naročeni / kupujejo na časopise ali revije</i>	20
8.4.4	<i>Spodbude sorojencev</i>	14
8.5	<i>V šoli, pri pouku</i>	69
8.5.1	<i>Učenje o medijih ali tehnologijah</i>	27
8.6	<i>Samoučenje</i>	27
9	<i>Ustvarjalno-produkcijske kompetence</i>	40
9.1	<i>Objavlja o sebi, fotografije, videe</i>	17
10	<i>Poznavanje medijske krajine</i>	20
10.1	<i>Pri medijih najprej našteje tradicionalne medije</i>	6
10.2	<i>Pri medijih najprej našteje digitalne, internet ...</i>	6
10.3	<i>Kritično konzumira vsebine/medije</i>	37
10.3.1	<i>Zdravstveni vidik</i>	9
10.3.2	<i>Zavračanje določene prakse / medija / vsebine</i>	23
10.3.3	<i>Zanesljivost informacij, kredibilnost vira</i>	17
10.3.4	<i>Zasebnostni, varnostni vidik</i>	12
10.4	<i>Poznavanje/konzumiranje raznolikih žanrov/medijev</i>	77
10.5	<i>Informiranje</i>	69
10.6	<i>Širok pogled na medije</i>	40
11	Kognitivni dostop	2

11.1	Algoritmi	18
11.2	Reflektira kompetence ali prakse drugih	10
11.2.1	Reflektirajo kompetence mlajših	4
11.2.2	Reflektirajo kompetence učiteljev	39
11.2.3	Reflektira kompetence vrstnikov	46
11.2.4	Starši, starejši družinski člani	67
11.3	Netiketa	36
11.3.1	Spoštljivost	11
11.4	Lastne kompetence	48
11.4.1	Reflektira lastne kompetence	41
11.4.2	Poslušanje radia	31
11.4.3	Poslušanje pravljic	10
11.4.4	Osebna preferenca / diferencira medije	37
11.4.5	Raznolika raba medija	26
11.4.6	Video vsebine	54
11.4.7	Poslušanje glasbe	72
11.4.8	Uporaba medijev v prostem času	24
11.4.8.1	Mediji za inspiracijo, motivacijo ...	11
11.4.8.2	Igranje iger	57
11.4.8.3	Za sprostitve, zabavo	21
11.4.8.4	Kratkočasenje z mediji / skozi medije	18
11.4.9	Uporaba medijev za šolo	75
11.4.9.1	Učenje z / skozi medije	48
11.4.9.1.1	Med epidemijo / pouk na daljavo	35
11.5	<i>Pozitiven odnos do knjig ali branja</i>	66
11.6	<i>Negativen odnos do knjig in branja</i>	6
11.7	Motiviranost, interes za medije, tehnologijo	21
12	Materialni dostop	94
12.1	Prizadevanja za materialni dostop	9
12.2	Telefon	122
12.3	Regulacija naprav v šoli	31
12.4	Naprave v času epidemije	27
12.5	Naprave v lastni sobi	41
LEGENDA		
#	Glavna koda oziroma kategorija, vključena v tukajšnjo analizo	17
#.1	Koda, vključena v tukajšnjo analizo	12
#.2	Koda, ki ni predmet analize za namen tega prispevka	11

Vir: Raziskava Medijski repertoarji mladih, intervjuji z osnovnošolkami in osnovnošolci.

Podatki o avtoricah

asist. **Katja Koren Ošljak**

Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede

Kardeljeva pl. 5, 1000 Ljubljana, Slovenija

E-mail: katja.osljak@fdv.uni-lj.si

asist. **Nika Šušterič**

Univerza v Ljubljani, Pedagoška fakulteta

Kardeljeva pl. 16, 1000 Ljubljana, Slovenija

E-mail: nika.susteric@pef.uni-lj.si

doc. dr. **Veronika Tašner**

Univerza v Ljubljani, Pedagoška fakulteta

Kardeljeva pl. 16, 1000 Ljubljana, Slovenija

E-mail: veronika.tasner@pef.uni-lj.si

Breda Luthar, Maruša Pušnik, Dejan Jontes

BRANJE V POLIMEDIJSKEM OKOLJU IN (NOVE) OBLIKE GENERACIJSKE SUBJEKTIVACIJE

IZVLEČEK

Članek skozi prizmo koncepta generacije in generacijsko specifične digitalne družbenosti analizira transformacijo razmerja do branja kot prakse in izkustva. Izhajajoč iz analize intervjujev z najstniki, avtorji ugotavljajo, da je za polimedijsko okolje značilno hkratno gibanje med različnimi platformami, kjer uporabniki živijo v stalni anticipaciji novega, obenem pa sta stalna aktivnost in nenehni afektivni angažma pogoj za algoritemsko proizveden režim vidnosti, ki normalizira raztreseno večopravilnost. V kontekstu nenehnega digitalnega dela ni dosti prostora za prakse onstran družabnih platform. Avtorji ugotavljajo, da branje nima več kulturne avtoritete, tako da se spreminja vloga branja v distribuciji kulturnega kapitala.

KLJUČNE BESEDE: polimediji, mladi, branje, družbena omrežja, generacijska subjektiviteta

Reading in the polymedia environment and (new) forms of generational subjectivation

ABSTRACT

Through the perspective of the concept of generations and generationally specific digital sociality, the paper analyses the transformation of reading as a practice and as an experience. Based on analysis of interviews with teenagers, it is argued that in today's polymedia environment users are constantly shifting between platforms and live in constant anticipation of something new, being permanently occupied, and constant affective engagement represent a condition

for an algorithmically produced regime of visibility that normalises the distracted multitasking they engage in. In the context of constant digital work, there remains little space for practices beyond social platforms. The authors argue that in the young interviewees' perception book reading does not hold the status of a cultural authority and that the role played by reading in distributing cultural capital has been reshaped.

KEY WORDS: *polymedia, youth, reading, social media, generational subjectivity*

All that happens, must be known (D. Eggers, 2013)

1 Uvod: polimediji kot okolje zmožnosti¹

Eden ključnih miselnih premikov v proučevanju »občinstvenja«² v digitalnem okolju je povezan s spoznanjem, da medijev, novih/digitalnih ali tradicionalnih, ne moremo več obravnavati ločeno oz. kot ločene platforme. To pomeni, da medijskih praks ne moremo več raziskovati ločeno glede na posamezen medij/platformo. Ne gre za rezultat tehnološkega razvoja samega po sebi, torej za naraščanje medijske konvergentnosti, temveč predvsem za ugotovitev, da je prišlo do novega razmerja med družbenim in tehnološkim, kjer digitalni mediji delujejo skupaj kot integrirana struktura. Za konceptualizacijo kompleksnega digitalnega medijskega okolja v obdobju »globoke mediatizacije«, kot Couldry in Hepp (2017: 53–56) poimenujeta tretji val mediatizacije, se je v zadnjem času uveljavilo več konceptov, od »medijske mnogovrstnosti« (Couldry) in »vseprisotnih medijev« (Coleman) do »povezljivih medijev« (van Dijck) in polimedijev (Madianou in Miller 2012). Za slednjega Madianou in Miller predlagata tako poimenovanje, ker menita, da polimediji predstavljajo okolje komunikacijskih priložnosti v tehnološkem kontekstu medijskega izobilja, kjer vprašanje izbire kombinacije medijev, ki jih nekdo uporablja, ni več ekonomsko pogojeno, pač pa je stvar emocionalnih in moralnih izbire glede na definicijo razmerja, vsebine oz. situacije. Po njunem govorimo o polimedijih, ko ima posameznik/ca dostop

1. Članek je nastal v okviru ARRS financiranja raziskovalnega projekta Medijski repertoarji mladih: Socialni, politični in kulturni aspekti digitaliziranega vsakdana (J5-2564) in programskega financiranja Družbena pogodba v 21. stoletju (P6-0400).
2. Pojem občinstvenja implicira razumevanje občinstva kot kulturne prakse, ne pa kot specifične družbene entitete ali kot stanja. S tem se zavzema za raziskovanje občinstva onstran neposredne uporabe medijev in za proučevanje umeščenosti pro-trošnje medijev v kontekst kulturnih praks in razmerij moči, ki strukturirajo vsakdanje življenje (za zgodnjo uporabo pojma glej Fiske 1992).

do širokega nabora vsaj šestih³ medijev, posameznik/ca mora biti dovolj medijsko in digitalno pismen za suvereno in samostojno uporabo teh medijev, stroški komuniciranja pa morajo biti povezani z infrastrukturo (npr. stroški dostopa do interneta), ne pa s konkretnim medijem oziroma s konkretnim komunikacijskim dejanjem (plačilo vstopnice, nakup knjige). Polimediji kot »integrirana struktura zmožnosti« torej niso samo poimenovanje medijskega okolja, temveč se nanašajo na uporabo teh zmožnosti za upravljanje odnosov in afektov.

Pojem polimediji je torej poskus poimenovanja te integrirane medijske strukture, kjer je vsak posamezen medij definiran in ima pomen le v razmerju do drugih medijev in kjer je izbor določenega medija za določene stvari vedno družbeni akt in zadeva vprašanje normativnosti, definicij situacije in družbenih konvencij. V tem kontekstu mediji vzpodbujajo določene žanrske prakse uporabe in proizvodnje le v razmerju drug do drugega. Raziskovalni poudarek pri analizi praks, povezanih z uporabo medijev, se na podlagi te predpostavke pomakne od osredotočanja na značilnosti vsakega posameznega medija kot ločene tehnologije in od praks, povezanih s tem medijem/platformo, k razumevanju digitalnih medijev kot »okolja zmožnosti« (ibid.: 170). Za raziskovanje »občinstvenja« torej niso tako pomembne značilnosti vsakega posameznega medija v njegovi tehnološki specifičnosti in uporabe tega medija, temveč razumevanje novih medijev kot integriranega komunikativnega okolja. Polimedijsko okolje se oblikuje, če so zanj izpolnjeni prej omenjeni pogoji, kot so dostopnost, cenovna dosegljivost in digitalna pismenost, tako da danes predstavlja realnost za večino mlade populacije v urbanih okoljih.

V kontekstu teh spremenjenih raziskovalnih poudarkov, ki so tako rezultat epistemoloških paradigmatskih premikov kot spremenjenih praks občinstvenja, je namen članka orisati nekatere vidike družbenosti mladih (starih od 12 do 19 let) v novem, polimedijskem okolju, pri čemer nas zanima predvsem, kako zmožnosti⁴ novih platform in razmerja med njimi – torej to digitalno okolje zmožnosti – uokvirjajo njihove »polimedijske repertoarje« (Tagg in Lyons 2021) in strukturirajo interakcije/družbenost mladih. V kontekstu polimedijskih repertoarjev mladih se v članku posebej osredotočamo na transformacijo razmerja do branja kot prakse in izkustva. V članku branje obravnavamo predvsem kot utelešeno kulturno prakso, ob strani pa puščamo vprašanje vsebinskih izbir in žanrskih hierarhij ter kulturnega kapitala, povezanega s temi hierarhijami.

3. Avtorja sicer nikjer ne pojasnita, zakaj naj bi bila meja »izobilja« ravno šest, tako da gre konkretno število jemati nekoliko z rezervo, kar pa ne spremeni njune osnovne poante.

4. Obširneje o teoriji zmožnosti glej tudi Slukan (2021: 394–397).

Kaj torej pomeni, ko postane branje knjig tudi normativno in v šolskem sistemu za večino marginalna praksa, ki jo je tehnogeneracija zaradi hkratnega premikanja med različnimi platformami in klasičnimi mediji v toku vsakdanjih interakcij, rutinskega kompulzivnega preverjanja »kaj se dogaja«, stalne delne pozornosti ter raztresenosti, fragmentacije pozornosti in fragmentacije praks praktično nezmožna prakticirati?⁵ Empirični podatki, iz katerih bomo izhajali, so tu uporabljeni ilustrativno in se nanašajo na 27 skupinskih intervjujev z mladimi preko aplikacije Zoom, ki so trajali običajno uro in pol do dve uri. Fokusne skupine so potekale v majhnih skupinah z dvema ali tremi udeleženci, tako da je sodelovalo vsega skupaj 67 mladih, starih med 12 in 19 let, 45 % fantov in 55 % deklet. Od tega je bilo 27 osnovnošolcev (12–15 let) in 40 dijakov (15–19 let), vsi iz izbranih osnovnih in srednjih šol v osmih slovenskih krajih.⁶ Po prvem krogu splošnejših vprašanj, namenjenih uvajanju intervjuvank in intervjuvancev v skupinski intervju, smo vse skupinske intervjuje pričeli z vprašanjem oziroma prošnjo po podrobnem opisu medijskega vsakdana mladih, pri čemer smo posebej izpostavili, da kot medije razumemo tudi klasične medije, knjige, revije, časopise, radio itd.

2 Subjektivacija tehnogeneracije: medijski razkorak kot generacijski razkorak

Bolj ali manj je seveda jasno, da je medijska uporaba, torej občinstvenje oz. proraba (angl. *pro-sumption*), starostno diferencirana, vendar ni enotnega soglasja, ali gre za fazo v življenjskem poteku, ki je pomembna za razumevanja razlik med starostnimi skupinami, ali pa gre za mnogo več – torej splošne značilnosti v uporabi medijev/polimedijev, ki so pomembne za generacijsko specifično subjektivacijo in celo trajno transformacijo kognitivnih struktur subjekta, ki se bodo ohranile tudi v drugih življenjskih fazah. Subjektivacija kot proces ni le rezultat določenih simbolnih in diskurzivnih režimov, torej reprezentacij, temveč tudi historično specifične formacije materialnih artefaktov, tehnoloških mrež, ki so integralni del vsakdana in praks, povezanih z materialnimi artefakti. Materialno, praktično in diskurzivno torej niso izključujoče se oblike analize, temveč jih moramo razumeti kot vidike analize družbenih sprememb in subjektivacije, kjer se kulturni red manifestira v diskurzu, toda prav tako v praksah in v utelešenih razmerjih z objekti preko praks.

5. Za celostni pregled in primerjalno analizo »bralne kulture« in »bralnih navad« v kontekstu kulturne in založniške politike glej Rupar in drugi (2019).

6. Podrobneje o vzorcu, soglasjih in varstvu podatkov glej tudi Oblak Črnič in drugi (2021).

Mannheim (1928/1952), ki je v dialogu z Marxovo razredno teorijo razvil generacijsko teorijo družbenih sprememb, je menil, da je koncept generacije ključen za razumevanje družbenih transformacij. Aktualnost generacije, torej zavest o »svoji generaciji«, je po njegovem ključni del oblikovanja generacije. Tematizacija družbenih sprememb, ki so v različnih vrstah povezanosti s tehnološkimi spremembami, odpira vprašanje o specifični mikrogeneracijski subjektiviteti, torej o specifičnem subjektivnem tipu, ki se oblikuje v kontekstu teh tehnoloških/družbenih transformacij. Vprašanje je torej, kakšna medijska kultura, kakšne podobe sebstva, kakšna materialnost, vključno s tehnološkimi aparati in njihovimi zmožnostmi, in kakšne prakse, ki so rezultat teh zmožnosti, so mogoče in normativizirane v določenem historičnem trenutku. Ali kot se sprašuje Rosa (2015: 143–148, 154) v kontekstu debate o tehničnem in družbenem pospeševanju: kako spremembe razmerja do prostora, časa, stvari in drugih akterjev, ki so povezane z digitalnimi praksami, spremlja transformacija oblik subjektivnosti?

Generacijsko specifična digitalna družbenost oblikuje specifične izkustvene svetove, »mikrogeneracije« (Bengtsson in Johansson 2018), ki nastajajo kot rezultat hitro spreminjajočih se tehnologij in naturaliziranih polimedijskih repertoarjev. Ker so te spremembe hitrejšje kot običajna menjava generacij, se težje oblikujejo širše medijske generacije, zato prihaja do notranjegeneracijskih razlik. V toku življenja ene generacije lahko pride do različnih mikrogeneracijsko specifičnih svetov življenja. Zdi se, da se ne spreminja le način, kako mladi počnejo stvari, torej njihove prakse družbenosti, temveč tudi to, kaj so, torej njihovo razmerje do samih sebe, saj se konstituira preko teh razmerij in praks. Oblikovanje generacijsko specifične subjektivitete je v določeni meri izraz ali »epistemološka refleksija« (Durkheim 1912: 23–28) praks in razmerij, ki izhajajo iz tehnodružbenosti. McGuigan po drugi strani raje uporablja Williamsov kategorialni aparat, ko govori o specifični strukturi občutenja kot materialistični inačici *Zeitgeist*a, ki je značilna za neoliberalno kulturo. Tu se oblikuje želeni tip neoliberalnega jaza, ki je podjetnik samega sebe in v kakršnega se po njegovem danes socializira velik del mladine (McGuigan 2009; 2016).⁷

Medijske tehnologije in z njimi povezana razmerja med družbenim in tehnološkim, s katerimi se srečaš v formativnih letih, po Bolinovem mnenju (2017: 10–12) oblikujejo vsa nadaljnja medijska izkustva. Ključni vidik v formaciji generacijskega izkustva je torej sveži stik z neko novostjo, denimo z novim medijem ali novim načinom uporabe ali pa z novo medijsko ekologijo, ki ima novo slovnico, ki mora biti naučena, utelešena in naturalizirana. Ta sveži stik lahko bistveno prispeva k oblikovanju generacije s specifičnim tehnološkim habitusom,

7. Struktura občutenja torej ni le nabor idej, temveč vključuje afektivnost in vsakdanje prakse.

saj kasnejša medijska pismenost tega ne more nadomestiti. Gumpert in Catchart (1985) sveži stik s tehnologijo primerjata z učenjem maternega jezika v otroštvu. Če se recimo z internetom ali računalnikom prvič srečaš pri petnajstih ali dvajsetih, ga ne »govoriš« čisto naravno. Generacija, ki je zrasla z vinilnimi ploščami v sedemdesetih in osemdesetih letih ter s prvimi videospoti na videokasetah, bo s seboj nosila to posebno izkustvo glasbe, kot je bilo fenomenološko mogoče oz. prakticirano v tistem trenutku, v teh tehnološko, kulturno in družbeno specifičnih okoliščinah. Plošča torej v tem kontekstu predstavlja materialni objekt, okoli katerega se oblikuje ritualna družbena praksa poslušanja in izkustva glasbe.⁸

Splošna predpostavka »generacijskih« študij (npr. Fortunati in dr. 2019) je, da medijska izkustva proizvajajo »medijske razkorake, ki ločujejo ljudi«, kar Gumpert in Cathcart (1985) ugotavljata že v preddigitalni dobi. Medijski produkti (tako materialni kot simbolni) so del kolektivnega spomina generacij ter del osebnega spomina in izkustva otroštva in najstništva. Tehnologijo in njene zmožnosti, prakse, povezane z uporabe tehnologije, ter diskurzivne, senzorične in telesne režime, povezane z uporabo specifičnih tehnologij/medijev torej razumemo kot kompleks razpršenih tehnologij sebstva, ki so ključni za oblikovanje generacijskega izkustva oz. habitusa oz. historične specifične subjektivitete oz. strukture občutenja.

Tako kot potrošnja materialnih artefaktov postane tudi medijska potrošnja samonanašalna praksa, ki pa je kolektivno regulirana, povezana tudi s tehnološkimi zmožnostmi in tipično vrsto komodificirane arhitekture družabnih platform. Gotovo drugi vidiki generacijskega izkustva, ki so povezani s tehnologijo, jih pa bistveno presegajo – torej splošna družbeno-kulturna logika poznega kapitalizma ter diferenciacija generacijskega izkustva zaradi razrednih in spolnih razlik, razlik med kozmopolitskim urbanim in lokalno ruralnim izkustvom – zmanjšujejo učinek splošnih značilnosti generacijskega izkustva ter relativizirajo in diferencirajo učinek generacijskih značilnosti, torej specifičnosti starostne skupine, ki izhaja iz tehnoloških sprememb (gl. npr. Luthar in Oblak Črnič 2017).⁹ Generacijske razlike so torej vsaj delno oslABLJENE, če jih opazujemo skupaj

8. O vinilnih ploščah, dematerializaciji in ponovni materializaciji poslušanja glasbe ter o novem kulturnem okvirjanju starega medija in rekonfiguraciji poslušalskih praks v digitalni kulturi glej denimo Magaš (2011).

9. Po drugi strani namreč Kalmus in dr. (2013) ugotavljajo, da je ločevanje starostnih skupin tudi v smislu medijskih svetov vedno bolj zabrisano. Čeprav je kulturna in medijska potrošnja mladih vedno generacijsko specifična, tudi empirične raziskave v Sloveniji kažejo, da več kot imajo mladi družinskega kulturnega kapitala, bolj je njihova kulturna in medijska potrošnja v nekaterih vidikih podobna potrošnji starejših oz. je manj generacijsko tipična. To še posebej velja npr. za branje in potrošnjo visoke kulture ali urbane popularne kulture (glej Luthar 2014).

z drugimi značilnostmi, npr. s kulturnim kapitalom. Vprašanje generacije kot motorja družbenih sprememb moramo vedno razumeti v kontekstu dinamike razrednih odnosov.

Že za Mannheima (1952) generacija torej ni le starostna kohorta in sociološka kategorija, temveč tudi družbena konstrukcija. Aboim in Vasconcelos (2014) v svoji postrukturalistični predelavi Mannheimovega klasičnega pristopa k teoriji generacij generacijo razumeta kot diskurzivno formacijo, v okviru katere posamezniki oblikujejo samoidentifikacijo. Izhajata s stališča, da individuum ni le oblikovan s strani svoje historične lokacije, ki preko utelesitve proizvaja generacijski habitus (Eyerman in Turner 1998) ali preko samozavedanja skupno generacijsko entelehijo (Mannheim 1952), temveč se sooča s kategoriziranjem, poimenovanjem, etiketiranjem, ki se oblikujejo kot opis neke generacijske identitete (npr. generacija šestdesetih, generacija X, generacija alfa ...). Ti narativi v komercialnem diskurzu in danes tudi kot del popularnokulturne in tehnološke »hype mašine« mladim pogosto podeljujejo npr. kolektivno kulturno subjektiviteto. Klišejska poimenovanja teh »globalnih generacij« so del postopka komodifikacije starostnih skupin in kreiranja generacijskih tržnih niš za generacijsko specifično komercialno kulturno produkcijo. Konstruirajo predstave o sebi kot posebni življenjskostilni skupini, ki domnevno preči vse razredne razlike ter jo družijo enak kulturni okus in prakse. Konstruktivizem Aboima in Vasconcelosa je pomemben korektiv esencializmu v sociološkem pojmovanju generacije, pojmovanju determinirajoče vloge družbenega na kulturno, obenem pa nasprotuje intencionalnosti in poudarjanju zavestne namere, ki je vgrajena v Mannheimovo pojmovanje generacij ter njihove vloge v historičnih spremembah in prelomih.

3 Generacija in časovne strukture

V družbenih vedah je vsaj načelno sprejeto, da sta družbena struktura in struktura sebstva v korelaciji ter da torej obstaja povezanost med procesi družbene modernizacije in konstrukcijo subjektivnega razmerja do sebe, torej subjektivacijo. Rosa (2015) ugotavlja, da so v kontekstu današnje eskalacije hitrosti družbenih sprememb ravno spreminjajoče se časovne strukture povezava med obema. Če, kot pravi Rosa (2015: 114), »družbeno spreminjanje doseže znotrajgeneracijski tempo, potem lahko pričakujemo, da bo to imelo daljnosežne posledice za možnost družbene integracije in kulturne reprodukcije«. S tem želi povedati, da so spremembe pogosto tako hitre, da prihaja do bistvenih razlik v okolju ter pričakovanih in normaliziranih praksah znotraj iste starostne »kohorte«, in ne samo med biološkimi generacijami, ki jih konvencionalno razumemo kot obdobje tridesetih let. Če so torej kulturne prakse dveh generacij, ki živita hkrati, recimo

v eni družini, ali celo znotraj iste generacije v prevelikem kulturnem razkoraku, je potencialno ogrožen kulturni transfer ali kulturno komuniciranje.

Medgeneracijski razkorak torej nedvomno narašča na nekaterih področjih, posebej na področju sodobne popularne kulture in medijev, kjer stari in mladi ter celo dve različni mikrogeneraciji znotraj širše generacije vedno bolj živijo izolirani drug od drugega v ločenih vzporednih svetovih. Ne gre le za to, da uporabljajo druge medije ali drugačne polimedijske repertoarje, temveč igrajo drugačne igre, imajo drug nabor znanih osebnosti, poslušajo drugačne stile glasbe v drugačnih miljeih. Skratka, govorijo drug jezik (Rosa 2015: 115). Medgeneracijski odnosi tako po Rosinih besedah postanejo oprijemljiva manifestacija »nesočasnosti sočasnega« in torej vidik problema družbene desinhronizacije: izkustvo, prakse in zaloga vedenja starševske generacije postaja za mlade vedno bolj anahronistična in nesmiselna ter v navezavi na določene prakse – kot so na primer branje ali stalno objavljane selfije na svojem profilu ter nenehno preverjanje, kaj se dogaja – dejansko v obe smeri nedoumljiva.¹⁰

Stalni afektivni angažma je sicer pogoj tudi za performativno vzdrževanje off-line prijateljstva in je njegov ključni konstitutivni del, vendar postane še bolj očit na družabnih platformah. Biti viden namreč pomeni stalno prisotnost na platformi z različnimi sredstvi, ki jih arhitektura platforme ponuja – z všečki, komentarji, objavami, deljenjem itd. To so sredstva fatičnega komuniciranja, s katerimi platforme simulirajo emocionalne in intimne odnose. Uporabniki so vzpodbujeni, da z všečkanjem, komentiranjem, označevanjem stalno ustvarjajo tok pozornosti, ki je potreben za vtis stalne predanosti. T. Bucher (2012; 2020) v okviru tematizacije družabnosti, ki jo omogoča zmožnost platformskega softwara, zanima predvsem algoritemsko proizveden specifični režim vidnosti, ki je značilen za družbene medije. Poimovanje »prijateljstva« kot nečesa nestatičnega, kar je treba gojiti in negovati, je ključno za poslovni model platform. Ne samo da je režim samoprezentacije in interakcije visoko standardiziran, platformski software uporabnikov nikoli ne pusti na miru in kot aktivni akter sodeluje v vzpodbujanju k nenehnemu uprizarjanju »prijateljstva«. Stalna aktivnost je zaradi narave delovanja algoritma nujna za vidnost. Uporabnike se tako stalno vzpodbuja, da so aktivni v tej programirani družbenosti in torej stalno »gor«.

Podobno Ellison in Boyd (2018) denimo ugotavljata, da družbeni mediji niso entiteta, dejstvo, temveč delovanje, praksa, kjer vsak klik, všeček, deljenje, objava

10. G. de Haan (1996: 123) ugotavlja, da se je končala doba izobraževanja mladih s strani starih, in poziva k »posebni pravici odraslih kot minule generacije« kot »končne pedagoške maksime« ali ohranjanje sveta življenja starejših ljudi v smislu namernega ohranjanja oaze upočasnitve.

ustvarja odnos. Ta režim vidnosti, ki se vsiljuje preko specifičnega arhitekturnega okvira, temelji na stalno grozeči grožnji nevidnosti, kot ugotavlja Bucher (2012). Po njenem se »participatorna subjektiviteta« v digitalni kulturi ne konstituira preko vse nadzorujoče vidnostne naprave, kot predpostavlja Foucault, temveč preko stalne nevarnosti izginotja, nevidnosti, obrobnosti, izvrženosti iz sveta online družabnosti. Vidnost in priznanje drugih sta odvisna od pozornosti občinstva, zato prihaja do presežne proizvodnje in stalnega posodabljanja kulturnih formatov ogromnega števila uporabnikov. Vidnost pripelje do družbenega pripoznanja, medtem ko nevidnost pomeni digitalno smrt. Algoritmična arhitektura torej organizira družbene prakse okoli težnje po vidnosti in opaženosti, kar zahteva nenehno delo. To normalizira raztreseno večopravilnost in pušča malo prostora za prakse onstran družabnih platform, posebej za branje, za katero je značilen zbran individualni spopad s tekstom in umik pogledu drugega.

3.1 Pravica do nebranja

Posledice generacijskega razkoraka so večvrstne in ravno večopravilnost ter zmožnost sočasnega procesiranja več virov informacij in tipov praks (na primer hkratnega branja učbenika, preverjanja družabne scene na več platformah, spremljanja videa na YouTubu in gledanja televizije) sta tipičen primer tega razkoraka. V tem kontekstu je podobno kot pri potrošnji: opazovanje online (kaj počnejo drugi ali opazovanje stvari, torej t. i. asekualni vojerizem) nikakor ne pomeni nujno v prvi vrsti priprave na druženje, tako kot ogledovanje nikakor ni nujno priprava za nakup. Bolj gre za vizualno izkustvo, kjer je sam vizualni spektakel predmet potrošnje. Ta niti ni priprava na druženje, ampak druženje oz. družbenost sama.¹¹ Večopravilnost je naraščajoča fragmentacija aktivnosti, kjer pride do izvajanja več aktivnosti hkrati, brez jasne hierarhije med tipi praks in brez diferenciacije prostorov za posamezne prakse, kot je na primer sfera šole in prostega časa.

Da bi ugotovili, kakšni so polimedijski repertoarji, ki nastajajo kot rezultat te hkratnosti, in kako se branje umešča v vsakdan mladih, smo mlade zaprosili, da podrobno opišejo potek svojega dneva ter vseh rutinskih in ritualnih mikro-situacij, povezanih s tehnologijo in okoli tehnologije, ter utelešenega izkustva tehnologije. Izhajali smo torej iz dinamike in konvencij številnih rutinskih in ritualnih situacij rokovanja s tehnologijo ter v skladu z dramaturško perspektivo vsakdanje

11. Lahko bi jo pojasnili tudi s Pfallerjevim (2017) pojmom interpasivnosti, torej delegiranjem užitka dobrega življenja na drugega. O komuniciranju na družabnih platformah skozi teoretski okvir interpasivnosti glej Praprotnik (2022).

življenje razumeli kot neskončno sosledje situacij.¹² Le dve intervjuvanki od 67 intervjuvank ali intervjuvancev sta pri tem vprašanju branje knjig omenili kot del običajnega medijskega dne. Občasne izjeme omembe knjige kot dela medijskega vsakdana so knjige za šolo: *Zvečer kakšne knjige, pa revija, samo če rabim kaj za šolo* (Kokos, šolski center). Po drugi strani je (digitalna) medijska tehnologija postala trajni in stalni del vsakdana, saj je vsakdan mladih mediatiziran v tolikšni meri, da mediji zanje povsem strukturirajo potek dneva, pri čemer ni opaznejših razlik med gimnazijami in strokovnimi srednjimi šolami kot posrednim indikatorjem razrednih razlik.

Jaz sem pa skozi cel dan, pač nekako enakomerno si s kakšnimi prijateljicami preko Instagrama kaj odpisujem, pa tudi Snapchat. Potem, veliko tudi na Youtube glasbo poslušam, če tudi to šteje kot medij. Am, revije pa v bistvu niti ne berem, razen za šolo, ko moramo pri angleščini pisati kakšne članke. Televizije pa v bistvu niti ne spremljam, teh poročil pa tega, bolj berem novice na internetu, na telefonu pa tudi na računalniku (Roža, gimnazija).

Zjutraj, ko se vstanem, mi itak budilka zvoni in jo ugasnem. Pol kaj pogledam in odpisujem prijateljicam: Instagram, Snapchat. Pol grem v šolo in tudi kaj uporabljam. Ko pridem pa nazaj, tudi v bistvu, pa tudi zvečer, pa tudi zaradi komunikacije s starši tudi sms-i, zvečer pa tudi kakšne serije pogledam, kakšne oddaje na televiziji (Kokos, šolski center).

Odgovori številnih intervjuvancev kažejo na to, da skorajda ni več družbenega prostora, kamor ne bi vstopila medijska tehnologija, vključno s poukom: *Ja, jaz sem prej pozabila omeniti, da smo med poukom s prijatelji na Discordu, tako da to še uporabljam ... (Pikapolonica, gimnazija).* Glavni medij mladih je pričakovano pametni telefon, klasične medije uporabljajo redkeje (nekoliko več televizijo za ogled filmov ali serij). Komuniciranje s pomočjo tehnologije pametnega telefona je postalo osrednja medijska praksa v njihovem dnevu nasploh. Še vedno konzumirajo tradicionalne medije, predvsem televizijo, a jo kontinuirano gledajo na pametnem telefonu ali skupaj z njim (pravijo, da »visijo« na telefonu, tudi ko gledajo serije na TV, poslušajo radio, berejo časopise ali revije itd.). Telefon jih v tem njihovem polimedijskem okolju spremlja povsod, uporabljajo ga konvergenčno, za poslušanje glasbe, spremljanje novic, rabo aplikacij in pogovarjanje s prijatelji, gledanje serij itd.:

12. O situaciji kot analitičnem izhodišču interpretacije glej npr. na splošno Goffman (2014) ali Collins (2004: 3–46).

Ja, pri meni pa ... jaz sem ful preveč na telefonu. Zbudim se, pač, z budilko in pol sem tako že takoj na fonu – Instagram, pa Snap – odvisno, koliko imam časa. Pol grem takoj na Youtube, da imam muziko, da me malo zbudi. Pol pa itak v šoli skoz neki pišem, malo Messenger pogledam, igram igrice, pol pa ... če rabim kaj tako klic ubit al sem pa doma na računalniku, če gledam Netflix al Voyo al karkoli. Al pa, če je kak film na televiziji. Pa pol vmes itak skoz Snap pa to. Am ... Knjig ne berem ... (Koala, srednja poklicna šola).

Kaj to stanje nenehne anticipacije, efemernosti in impluzivnega preverjanja – Pol pa, ne vem, tudi se s prijateljicami pogovarjamo na Snapchatu, Instagramu. Pol pa pridem domov, sem v bistvu na TikToku tudi, pa se pogovarjam. Do večera, odvisno ... če nimam nič za delat, sem velik na telefonu. (Lubenica, šolski center) – pomeni za branje?

Branje je skozi zgodovino seveda prevzemalo izrazito različne oblike. Darnton (2012) si v svoji tematizaciji zgodovine branja pomaga s študijami na področju t. i. »tekstualne arheologije« in ugotavlja, kako je v zgodovini oblika knjige kot fizičnega predmeta v veliki meri določala pomen besedila in način branja. Ko so založniki za množično bralstvo neko zgodbo razbili na več preprostih enot, skrajševali stavke, iz enega odstavka delali več odstavkov in povečevali število poglavij, je knjiga postala bolj zbirka odlomkov kot pa enotna zgodba. Ta nova tipografska struktura in fizična organizacija besedila je tako zahtevala nov način branja in novo vrsto bralcev, običajnih ljudi (glej tudi Chartier 2011).¹³ Darnton (ibid.) navaja, da so bile npr. v rimskih zapisih enote zvoka in pomena brez ločil, odstavkov ali presledka med besedami ter zato bližje ritmu govora kot pa tipografskim enotam, saj stran kot enota knjige sega šele v tretje ali četrto stoletje našega štetja. Večji del zgodovine knjige predstavlja predvsem oralno izkustvo s knjigo, poslušanje tega, kar so brali drugi za ljudi v skupini. Skozi zgodovino so imele knjige torej več občinstva, ki jih je poslušalo v družbi drugih, kot pa bralcev v samoti.

Branje postane tiha, samotna praksa šele v svoji modernizirani buržoazni različici. Do tihega branja je najprej prišlo v samostanih in stoletja kasneje na prvih univerzah, šele mnogo pozneje je branje postalo individualna izkušnja.

13. »Vprašanje o tem, kje so ljudje brali, je bolj pomembno, kot bi mislili, saj lahko z umestitvijo bralca v njegovo okolje ugibamo o naravi njegove izkušnje ... Še vedno nisem prepričan, da razumem, vendar menim, da bi bilo splošno razumevanje branja boljše, če bi bolj razmišljali o njegovi ikonografiji in opremi, povezani z njim, vključno s pohištvom in obleko« (Darnton 2012). O materialnosti in praksah branja v digitalni dobi glej tudi Vogrinčič in Kukkonen (2019).

V razpravi o branju kot praksi in tehnologiji sebstva, ki v historični perspektivi proizvede buržoazni subjekt, Reckwitz (2006: 158–167) v kontekstu svoje kulturnosociološke genealogije modernega subjekta ugotavlja, da branje kultivira zmožnost slediti narativnemu zapletu ali daljši argumentativni sekvenci, skozi obliko romana gradi senzibilnost za moralne dileme in identitetne konflikte ter zmožnost empatične psihologizacije in afektivne senzibilnosti. Subjekt, ki se oblikuje skozi branje, nezavedno samodisciplinira telesno držo, osredotoča pozornost na korpus abstraktnih znakov ob oblikovanju zmožnosti kognitivnega in hkrati afektivnega dožemanja.

V veliki meri je branje torej osebni samotni spopad, ki ustvarja »zasebni« prostor, skrit pred opazovanjem drugih. Branje ustvarja »zasebni« prostor, ki se izmika opazovanju drugih, tako da je branje interioriziran proces refleksije in imaginacije ter interobjektivna praksa sebstva, ne intersubjektivna praksa s prisotnimi drugimi. Praksa branja uri subjekt v fiksaciji na čut vida in kultivira vizualnost v širšem smislu. V kontekstu obravnave prehoda od kulture pismenosti k televizijski kulturi Meyrowitz (1985: 75–76) ugotavlja, da branja »ne obvladamo, vsega hkrati«, terja mnoga leta vaje in vključuje številne ločene stopnje poznavanja. Zaporedje teh stopenj temelji na lingvistični, gramatični in stilistični kompleksnosti. [...] V primerjavi z branjem in pisanjem pa gledanje televizije vključuje kod dostopnosti, ki je komajda kod. [...] Televizijski kod elektronskih signalov, ki proizvajajo reprodukcijo vsakdanjih prizorov in zvokov, ima v osnovi le eno stopnjo kompleksnosti.«

3.2 Branje kot transmedijska praksa in zmožnosti digitalnih/tiskanih knjig

Towheed (2010: 141) meni, da bo za novo generacijo e-bralcev, bolj seznanjenih s »skroplanjem« kot s tiskanim kodeksom, že sama materialnost obstoječega arhiva iz 19. stoletja na papirju predstavljala velik izziv z vidika uporabe, dostopa in razumevanja. Predvsem pa v nasprotju z digitalnimi praksami, ki kultivirajo raztresenost ter umanjkanje koncentracije in kontemplacije ter ustvarjajo občutek dogodkopolnosti in efemernosti, branje torej pomeni interioriziran proces refleksije v zasebnem prostoru. Čeprav smo med postavljanjem vprašanj o branju za užitek in o odnosu do branja nasploh večkrat poudarili, da sprašujemo po branju onstran šolskih obveznosti, torej ne po šolskem branju, so se intervjuvanke in intervjuvanci v odgovorih nenehno vračali na temo obveznega branja za šolo in k težavam v zvezi z njim. Na širši ravni lahko iz odgovorov najprej razberemo nezmožnost intervjuvancev priklicati v spomin zadnjo prebrano knjigo – *Jaz pa moram rečt, da se ne spomnim knjige, ki sem jo nazadnje prebral* (Kost, OŠ) – zelo pogost pa je odpor do branja, ki ga sicer ne moremo neposredno povezati s spremembami, ki jih prinaša digitalna kultura.

Delež bralcev leposlovja onstran šolskih obveznosti je bil v vseh generacijah manjši kot delež nebralcev, ključna razlika s preteklostjo pa je izguba vsakega zadržka pri odkritem izražanju odpora do branja pri nebralcih, torej v kulturni normalizaciji nebranja ter v legitimnosti odkritega in sproščenega izražanja tega odpora. Ta občutena državljanska pravica do nebranja je povezana s terjanjem pravice do fizičnega lagodja in psihološkega ugodja (branje me ne veseli, si je težko zapomniti, se mi ne da brati, ni zanimivo brati ...). Branje nima več statusa normativno zaželene prakse, tako da so kulturne hierarhije mladih respondentov v celoti arbitrarne oz. se obstoja kulturnih hierarhij, ki jih je vedno sooblikoval, reproduciral in posredoval izobraževalni sistem, večinoma niti ne zavedajo.

Branje knjig me glih tut ne veseli, velik ... mam pa enga sošolca, k zlo rad bere (Gargamel, šolski center).

Js ful sovražim knjige, to res ... nikoli jih nisem marala brat in še vedno jih ne ... preveč mi je enostavno, tut k jih berem, si nč ne zapomnim in mi je v bistvu sploh brez veze, da berem, če mormo kakšno domače branje narest, se morm res potruditi pa še to pol pozabim in je res grozn ... (Paradižnik, OŠ).

Js pa zdej ful ne berem, vem sam to, da sm v drugem al v pač tko, ko sm bla mlajša, sem js tko ful brala, tut ko smo v šoli dobil une gosence al pa hiško in vsakič, ko si bral, ti je en podpisal, da si bral pa pač in pol si, ko si mel celo uno hiško, gosenco al pa karkoli podpisano, si dubu novo in sm tko skos ful brala, čeprav po navadi sem jih glih pred koncem zgubila, ammm ... ampak ja ... in sm takrat ful rada brala in sm tut ful lepo brala in zdej sm ful obupala nad branjem, pač ne da se mi brat pa nimamo nobene zanimive knjige, mamo pouhn knjig, sam večina je takih za prvi razred, Sneguljčica pa te pravljičice al so pa uni romani, k majo petsto strani ... in me ful ne zanimajo in ful ne znam brat ... (Solata, OŠ).

Mislm, zdaj, če bi se odločila prav, da bi začela brat, potem bi, ampak branje mi ni glih tolk všeč, da bi se zdaj vsedla za mizo, na postlo, pa bi začela brat eno knjigo (Lučka, OŠ).

Po drugi strani pa se v polimedijskem okolju očitno spreminja prav praksa branja, od samega načina izbire vsebin – posamezni intervjuvanci in intervjuvanke denimo priporočila za knjige iščejo tudi na YouTubeu – in transmedijskih praks branja do percepcije zmožnosti tiskanih in digitalnih knjig.¹⁴ Transmedijskost branja se kaže v tem, da mladi knjig in drugega učnega gradiva – pri tistih,

14. Za širšo razpravo o zmožnostih ter o telesnosti praks branja in pisanja na papirju in v digitalnih okoljih glej Taipale (2014 in 2015).

ki branje povezujejo predvsem z učenjem – ne dojemajo več kot v prvi vrsti materialni artefakt, pač pa tiskane knjige enakovredno nadomeščajo številne digitalne oblike knjig (od pdf-jev do e-knjig) na raznolikih napravah (od telefona in tablice do kindla) in celo videi o knjigah. Tudi za tiste, ki berejo, se branje v digitalnem okolju spreminja, saj platformizacija tekstualnosti vpliva na bralno izkustvo. Digitalizacija branja, torej infrastrukture, v katerih beremo, namreč spreminjajo način branja, saj so zmožnosti tiskane fizične knjige tesno povezane s prakso in izkustvom branja.

Večjo in enostavnejšo dostopnost digitalnih knjig intervjuvanci percipirajo kot ključno pozitivno zmožnost tekstov v elektronskih formatih: *Večinoma, ker jih po navadi zmanjka v knjižnicah in si potem samo sposodim na tablici* (Felix, OŠ); *Če pa ne al pa če učiteljca že takoj pove, da je na internetu možnost, pol pa kr na internetu preberem* (Vijolica, OŠ). Na drugi strani je zanimiva domala popolna odsotnost kakršnekoli tematizacije pozitivnih (ali negativnih) zmožnosti tiskanih knjig, npr. možnost listanja in obračanja strani, označevanja ali podčrtovanja zanimivejših delov teksta, prenosljivost in možnost branja v različnih položajih ter prostorih, od fotelja do postelje, možnost organiziranja knjig v nek »sistem« in podobno. Tudi odsotnost tematiziranja teh vidikov branja vsaj deloma govori o zmanjšanem pomenu knjige kot materialnega objekta za mlade.

Največje število mladih v vsem letu prebere le čtivo za bralno značko ali domače branje, ki ga morajo prebrati v šoli: *Sem brala. Zdaj bolj gledam povzetke za domače branje. Pač, ne vem, da nam rata tudi iz posnetkov in obnove ... pač, veš, kaj se dogaja, in v bistvu zadostuje* (Kokos, Srednja poklicna šola). Navajajo, da si pri branju/učenju pomagajo s številnimi platformami in družbenimi mediji, na katerih obstajajo zapiski, obnove, posnetki knjig itd. Praksa branja, ki jo mladi povezujejo bolj z učenjem za šolo kot z branjem za užitek, se tako umika veliko radikalnejšim in hitrejšim oblikam branja na družbenih medijih in platformah, saj je tam vse skrčeno, zahteva manj časa, manj koncentracije in manj kontemplacije. Če pa že berejo, pa potrebujejo dodatno vzpodbudo, ki jih prepriča v to, da knjigo sploh preberejo. Med to mladi štejejo dobro naslovnico, dober posnetek oziroma priporočilo knjige na Youtubeu in podobno:

Na Youtubeu vem, da, um, pač, jaz, pač, rada berem, tak da, vem da ena angleška al pa ameriška, ko dela tak, pač, starejša od mene, ampak še vedno najstnica al kak bi rekla ... In dela vsebine, povezane s knjigami, in potem posname videe ... In priporoča knjige oziroma, pač, kaj je ona prebrala, kaj se dogaja, in potem nekak, če ji je ta knjiga všeč ... (Pizza, OŠ).

Pogosto se dogaja tudi to, da knjigo prelistajo ali nekaj malega preberejo, ne najdejo pa motiva, da bi jo prebrali v celoti.

*Um, nazadnje sem prebral Harryja Potterja pred neki časa, potem sem prebral ... To je blo med poletnimi počitnicami, potem sem bral za domače branje knjige. Potem sem pa prebral, kaj je že, neki, lahk pogledam že – aha! Z ljubeznijo, Simon. To sta mi starša, to mi je mami kupla, pa je rekla, naj preberem. Ker mi je naslovnica pa tisto, ko zadi piše, zanimiv. In mi je blo všeč zlo. Zdej berem, so mi prinesli sorodniki Vinetou, sem uspel malo pogledat. **Nisem še začel brat, tko resno. Sam sem pogledu, tko** (Jaka, OŠ).*

Med intervjuvanci je bila manjša skupina mladih, ki v branju najdejo užitek in pobeg efemernosti družbenih medijev, kot denimo Ema (gimnazija): *Meni se pa zdi, da jaz kr veliko berem, ker sem recimo skozi v knjižnici nekaj. In skozi imam zamudnino preveliko. Glede zvrsti bi pa rekla, da največ romantične komedije, pa romane bolj pa to. Nekaj za sprostitev. Praksa branja tako v posameznih osamljenih primerih še vedno deluje kot zavetje, saj se mladi z zavestnim prekinjanjem vsakdanjega časa, ko pobegnejo v branje, upirajo zahtevam polimedijske družbe po nenehnem »biti gor«. Peščica jih navaja, da v branju še vedno uživajo. A tudi ta skupina bralk in bralcev tiskano knjigo pogosto nadomešča z digitalno, saj neredko berejo na digitalnih »gadžetih«, tako da tudi tu materialna artefaktnost knjige ter prakse in pomeni branja, povezani s to materialnostjo, odstopajo mesto digitaliziranemu tekstu.¹⁵*

Ja, ja, berem, zlo rada berem take knjige, k govorijo v bistvu o, pač, beguncih pa njihovi poti do pa recimo o kakšnih teh vojaških, pač, k pripovedujejo o vojni ... te mam ful rada ... ne vem, zakaj, ampak zlo zanimiva tema mi je ... (Žana, OŠ).

*Jaz zelo rada berem. Ampak ne berem toliko, kolikor bi rada. Ker vem, da ko bom začela knjigo brat, jo bom hotela v enem kosu prebrat. Če začnem brat med tednom, nimam dovolj samokontrole, da bi se učila. In pol v bistvu bolj malo berem, čeprav bi rada. **Berem večinoma na telefonu kakšne pdf verzije knjig, ker jih je lažje dobit. Ali pa si od brata sposodim kindle zadevico.** Drugače pa, če mi sošolka posodi, ker ima skorajda svojo knjižnico in ima eno goro knjig (Sofija, gimnazija).*

Jaz pa po mojem, zaradi gimnazije, največ poleti berem. Med karanteno sem sicer nekaj uspel prebrat. Poleti največ časa najdem za branje, ker

15. Za pregled številnih raziskav o razliki med digitalnimi in tiskanimi knjigami z vidika materialnosti in fizične forme knjige, ki so se intezivirale v zadnjih petnajstih letih, glej Griswold in drugi (2011: 22) in še posebej Lerer (2006: 234): »Lahko si predstavljam, da zaspim pred zaslonom, a ne z njim, predlog z nosi s seboj tako fizični prostor bralca kot imaginativni prostor, ki ga ta fizični prostor generira.«

je res dober način preživljanja časa. Pa upam, da se bom znal zdaj na faksu bolje organizirat in bom tudi čez teden več časa namenil branju in bom bolj redno bral. Se mi zdi to ena dobra stvar (Gustaf, gimnazija).

Vsakdanja časovna ekonomija, ki jo v življenju mladih otrok in najstnikov kolonizirajo platforme, otežuje drugo delo in druge kulturne prakse. Družabnost na platformah namreč za vzdrževanje platformskih prijateljstev ali pa samo za vidnost na teh platformah zahteva stalni afektivni angažma. V taki situaciji je za večino mladih branje nerelevantna in odvečna praksa, ki je preveč počasna, samotna in nedogodkopolna za njihove polimedijske avdiovizualne svetove. Zahteva začasno osamitev od sveta družbenih medijev, ki se jim težko odpovedo, saj zahteva zbranost, ki jo težko vzpostavijo in vzdržujejo. Na drugi strani pa obstaja manjšina intervjuvancev, ki berejo in katerim branje pomeni pobeg od digitalnega sveta, ki zahteva nenehno delo vzdrževanja vidnosti, delo na samoreprezentaciji in performativnem vzdrževanju »prijateljstev«.

4 Sklep

Za prevladujočo digitalno družbenost je značilno stanje nenehne povezanosti in permanentne anticipacije. To vzpodbuja nemirnost in nestabilnost ter ustvarja občutek dogodkopolnosti in efemernosti. Stalna obvestila o novem »dogodku« in intenzifikacija pogostosti teh obvestil, ki jih imajo uporabniki vključene, še ojača občutek dogodkopolnosti. Za družbene medije je torej značilno ustvarjanje vtisa njihove družbene osrednosti, tudi s pomočjo percepcije, da se stvari dogajajo »v živo«. ¹⁶ Ravno ta »život« (podobno kot pri nekaterih televizijskih žanrih, npr. v novicah z njihovimi retoričnimi sredstvi simulacije živosti ali pri prenosu »v živo«) opredeljuje digitalne medije kot družbeno osrednje v prostorskem, časovnem in družbenem smislu ter prispeva k impulzivnosti stalnega preverjanja. Nove oblike »živosti« ne zadevajo več v prvi vrsti tradicionalnih medijev kot osrednje reference dogajanja, »kaj je novega«, temveč postajajo vedno bolj interpersonalne, kjer se preko vsakdanje in vsepovsodne uporabe pametnih telefonov ustvarja občutek družbene »živosti« in morda prihaja celo do historičnega premika temeljne percepcije, kaj sploh predstavlja »novica« – od javne politike do družbenega toka (Couldry 2012: 23). Kot pravi Beer (2019), družbene platforme utripajo od anticipacije, od pričakovanja, da se vsak trenutek lahko zgodi kaj novega, kaj vrednega pozornosti, kar torej prispeva k stanju nenehne čuječnosti. Polimedijsko okolje družbenih medijev torej označuje svojevrstno stanje bojazni zamuditi

16. »Život«, »v živo« je osrednji pojem, okoli katerega Paddy Scannell gradi fenomenološko analizo televizijskega izkustva (glej npr. Scannell 2014; pa tudi Bolin 2009).

nekaj, kar se lahko morda zgodi (glej tudi Lupinacci 2021: 281). To prispeva k percepciji, da je stalna povezanost neke vrste dolžnost in hkrati odgovornost do drugih. Reckwitz (2006: 176–183) ugotavlja, da je poznomoderno sebstvo dramaturško sebstvo, kjer se subjektivacija dogaja v prvi vrsti preko uspešne lastne samoreprezentacije drugim.

Stranski produkt družabnih platform, ki radikalno reorganizirajo vsakdanjo interakcijo, je, kot pravi Couldry (2015), konstrukcija »mita o vseh nas«. Ta legitimira ideologijo platform, ki se ponujajo kot naravni prostor družbenosti, kjer se »mi« srečujemo«. Gre za vlogo, ki so jo platforme s pomočjo novih ritualov uporabe prevzele od tradicionalnih medijev in kjer so medijski rituali udeležali domnevno naravno lokacijo medijev v kulturnem središču družbe skozi centraliziran sistem kulturne proizvodnje. Ta mit danes ne spreminja le medsebojnih interakcij, temveč podeljuje legitimnost poslovnemu modelu, ki je lasten vsem platformam. Couldry in van Dijck (2015: 3) ugotavljata, da se ta poslovni model platform poslužuje velike količine različnih online interakcij, ki danes predstavljajo družbeno življenje, in preko merjenja vsake aktivnosti to življenje vpreže v proizvodnjo ekonomske vrednosti, tako da pride do naturalizirane proizvodnje osebnih podatkov v dnevni interakcijah. Takšna vloga platform ni rezultat tehnoloških zmožnosti samih po sebi, temveč je rezultat skupnega delovanja tehnoloških zmožnosti in komodifikacije teh zmožnosti v obliki družabnih platform, torej ekonomske, družbene in politične izrabe tehnoloških zmožnosti. To pa zahteva veliko časa.

Družbena osrednjost platform nepovratno preoblikuje prakso branja in sam status branja v sistemu družbenih klasifikacij. V tem članku smo branje obravnavali izključno kot specifično družbeno prakso, ki vključuje praktično razmerje s tekstom in materialnostjo knjige. To tudi pomeni, da se nismo ukvarjali z žanrskimi hierarhijami in kulturnimi/razrednimi distinkcijami, ki so povezane s temi hierarhijami. Toda iz intervjujev lahko sklepamo, da glavni družbeni razkorak poteka med večino, ki sploh ne bere in hkrati branju ne pripisuje posebnega prestižnega statusa v kulturni potrošnji, in manjšino, ki bere. Le velika manjšina bere, da bi se umaknila od pričakovani stalne dostopnosti in fragmentirane pozornosti, ki jo zahteva digitalna družbenost. V polimedijskem okolju digitalnega izobilja, hkratnega gibanja med različnimi platformami, kjer uporabniki živijo v stalni anticipaciji novega, branje veliki večini intervjuvancev torej ne prinaša nobenega imaginativnega ugodja. Ta prej »osebni samotni spopad« in zasebni prostor, kjer se lahko umakneš pogledu drugih, v percepciji intervjuvancev ni del legitimne kulture, kakorkoli protislovno ali kritično bi bilo njihovo razmerje do te kulture in režimov vrednotenja, ki te klasifikacije vzpostavljajo. Branje literature sicer nikoli ni bilo množično, toda danes v percepciji mladih intervjuvank

in intervjuvancev nima več statusa normativno zaželene kulturne in materialne prakse, umeščene v polje t. i. legitimne kulture, ki bi jo bi bilo mogoče uporabiti v simbolnih praksah kulturnih distinkcij.

Moralni ideal branja, ki je bil dolgo »neločljiv del kulturne matrice« (Furedi 2017), je izničen; branje je v teh percepcijah le »kognitivna veščina« brez normativne kulturne avtoritete in pomembne vloge v distribuciji kulturnega kapitala. Poljubnost kulturnih hierarhij in nereflektirana naravna legitimnost komercialne digitalne kulture ter nezavedanje samega obstoja estetskih distinkcij, kulturnih klasifikacij in režimov vrednotenja bolj kot o kulturni demokratizaciji ali estetskem univerzalizmu govori o tem, da je komercialna platformska kultura v celoti kolonizirala kulturno polje. O režimih vrednotenja in režimih kulturnih klasifikacij je prej informirala šola, če že ni oblikovala moralno-estetskih kompetenc oz. »splošne kulture« in morebiti kritičnega odnosa do teh kulturnih klasifikacij in »legitimne« kulture.

Zdi se, da se je izobraževalni sistem na tem področju moral ukloniti komercialni kulturi platformskega kapitalizma, tako da je učinkovitost kulturne dimenzije šolanja morda še bolj kot prej odvisna od družinskega kulturnega kapitala. Za prihodnje raziskave bo tako ključno vprašanje, kakšen specifičen subjektni tip nastaja na ozadju platformske tekstualnosti in razmerij med digitalnimi in bralnimi praksami. Kako se v kontekstu teh razmerij med digitalnimi praksami in prakso branja manifestirajo razredne razlike in kulturne distinkcije? Skoraj gotovo pa lahko ugotovimo, da pri teh spremembah ne gre pretežno za posledice samih tehnoloških zmožnosti in za rezultat praks, ki jih omogoča in vzpodbuja medijska ekologija v svoji aktualni komodificirani obliki, temveč moramo te premike interpretirati v kontekstu širših kulturnih sprememb, povezanih predvsem s hegemonijo neoliberalne kulture, kot se udejanja v platformski družbenosti.

SUMMARY

Through the perspective of the concept of generations and generationally specific digital sociality, the paper analyses the transformation of reading as a practice and as an experience. Based on analysis of interviews with children and teenagers, it is argued that in today's polymedia environment users are constantly shifting between platforms and live in constant anticipation of something new, while a permanent activity and constant affective engagement represent a condition for an algorithmically produced regime of visibility that normalises the distracted multitasking.

The paper starts from the assumption that media practices cannot be validly treated as distinct and unrelated practices/platforms and that digital media

operate and are used as an integrated structure or as polymedia repertoires. In the context of this research approach, which is an outcome of epistemological paradigmatic changes along with new practices of audiencing where people move between platforms, the aim of article is to analyse some aspects of the sociability of young people (aged 12–19 years) in the new polymedia environment. A central question considered by the research is how the affordances of the digital environment structure the interactions and sociability of youth and how digital sociability affects reading practices. The paper namely deals with specific “polymedia repertoires” (Tagg and Lyons 2021) of young people and with the characteristics of their changing, adaptive and often parallel/simultaneous movements across different platforms and legacy media within their daily interactions and with the question of situating these practices of (digital) communication in the contexts of everyday practices.

The authors argue that the generational gap is producing many consequences, where multitasking that relies on the ability to simultaneously process various sources of information and types of practices (e.g., simultaneous reading of different textbooks, checking the social scene on multiple platforms, following YouTube, and watching television) is a typical example of this gap. Here multitasking resembles consumption since watching what others are doing online does not necessarily mean preparing for socialising, just like window shopping is not necessarily preparation for actual buying. What is entailed is more a matter of a visual experience where the visual spectacle itself is the object of consumption. Moreover, multitasking means the greater fragmentation of activities, leading to the performing of multiple activities all at once without a clear hierarchy between the types of practices and without any differentiation of spaces for particular practices, like occurs in the spheres of the school or one’s free time.

For the dominant sociality, which is generated by the social media and especially for younger age groups, a state of permanent connectedness and permanent anticipation is characteristic (see also Lupinacci, 2021). This encourages restlessness, instability and feelings of eventfulness and ephemerality. This condition radically and probably irreversibly changes reading, which has only been analysed as a practice regardless of the content, generic hierarchies and cultural distinctions, related to the content and potential readers. In the context of constant digital work, there remains little space for practices beyond social platforms, particularly for reading which calls for withdrawal and focused individual engagement with the text. The authors argue that in the young interviewees’ perception book reading does not hold the status of a cultural authority and that the role played by reading in distributing cultural capital has been reshaped. Among key questions for future research, the question of the formation of a specific

subjective type in the context of the interrelationship between digital and reading practices emerges. More importantly, it is not clear whether this change is connected with the technological affordances and practices connected with the media ecology in its present commodified form or if this change must perhaps be interpreted in the context of wider cultural change related to the hegemony of neoliberal culture.

Zahvala

Zahvaljujemo se recenzentoma/recenzentkama za recenziji in za koristne pripombe, ki so pripomogle k izboljšavi prvotnega besedila.

Literatura

- Aboim, Sofia, in Vasconcelos, Pedro (2014): From political to social generations: A critical reappraisal of Mannheim's classical approach. *European Journal of Social Theory*, 17 (2): 165–183.
- Beer, David (2019): *Popular Culture and New Media. The Politics of Circulation*. Palgrave Macmillan.
- Bengtsson, Stina, in Johansson, Bengt (2018): »Media Micro-Generations«. How New Technologies Change Our Media Morality. *Nordicom Review*, 39 (2): 95–110.
- Bolin, Göran (2009): Television Textuality. Textual form in live television programming. *Nordicom Review*, 30 (1): 37–53.
- Bolin, Göran (2017): *Media Generations. Experience, Identity and Mediatized Social Change*. New York in London: Routledge.
- Bucher, Taina (2012): Want to be on the top? Algorithmic power and the threat of invisibility on Facebook. *New Media & Society*, 14 (7): 1164–1180.
- Bucher, Taina (2020): Nothing to disconnect from? Being singular plural in an age of machine learning. *Media, Culture & Society*, 42 (4): 610–617.
- Chartier, Roger (2011): *Red knjig. Bralci, avtorji in knjižnice v Evropi med 14. in 18. stoletjem*. Ljubljana: Sophia.
- Coleman, Beth (2012): Everything is Animated: Pervasive Media and the Networked Subject. *Body & Society*, 18 (1): 79–98.
- Collins, Randall (2004): *Interaction Ritual Chains*. Princeton: Princeton University Press.
- Couldry, Nick, in Hepp, Andreas (2017): *The Mediated Construction of Reality*. Cambridge: Polity Press.
- Couldry, Nick (2012): *Media, Society, World: Social theory and digital media practice*. London: Polity.
- Couldry, Nick (2015): The myth of 'us': digital networks, political change and the production of collectivity. *Information, Communication & Society*, 18 (6): 608–626.

- Couldry, Nick, in van Dijck, José (2015): Researching Social Media as if the Social Mattered. *Social Media + Society*, 1 (2): 1–7.
- Darnton, Robert (2012): Prvi koraki k zgodovini branja. V B. Luthar in D. Jontes (ur.): *Mediji in občinstva*: 487–512. Ljubljana: FDV.
- de Haan, Gerhard (1996): *Die Zeit in der Pädagogik. Vermittlungen zwischen der Fülle der Welt und der Kürze des Lebens*. Weinheim: Beltz.
- Durkheim, Émile. (1912): *Les formes élémentaires de la vie religieuse*. Paris: Alcan.
- Ellison, Nicole B., in Boyd, Danah M. (2018): Sociality through Social Network Sites. V W. H. Dutton (ur.): *The Oxford Handbook of Internet Studies*: 151–172. Oxford: Oxford University Press.
- Eyerman, Ron, in Turner, Bryan S. (1998): Outline of a Theory of Generations. *European Journal of Social Theory*, 1 (1): 91–106.
- Fiske, John (1992): Audiencing, a cultural studies approach to watching television. *Poetics*, 21 (4): 345–359.
- Fortunati, Leopoldina, Taipale, Sakari, in de Luca, Federico (2019): Digital generations, but not as we know them. *Convergence*, 25 (1): 95–112.
- Furedi, Frank (2017): *Moč branja. Od Sokrata do Twitterja*. Ljubljana: UMco.
- Goffman, Erving (2014): *Predstavljanje sebe v vsakdanjem življenju*. Ljubljana: Studia Humanitatis.
- Griswold, Wendy, Lenaghan, Elizabeth, in Naffziger, Michelle (2011): Readers as audiences. V V. Nightingale (ur.): *The Handbook of Media Audiences*: 19–40. London: Wiley-Blackwell.
- Gumpert, Gary, in Catchart, Robert (1985): Media Grammars, Generations and Media Gaps. *Critical Studies in Mass Communication*, 2 (1): 23–35.
- Kalmus, Veronika, Masso, Anu, in Lauristin, Marju (2013): Preference in Media Use and Perception of Inter-generational Differences among Age Groups in Estonia: A Cultural Approach to Media Generations. *Northern Lights*, 11 (1): 15–34.
- Lerer, Seth (2006): Epilogue: Falling Asleep over the History of the Book. *PMLA*, 121 (1): 229–234.
- Lupinacci, Ludmila (2021): »Absentmindedly scrolling through nothing«: liveness and compulsory continuous connectedness in social media. *Media, Culture and Society*, 43 (2): 273–290.
- Luthar, Breda (ur.) (2014): *Kultura in razred*. Ljubljana: Založba FDV.
- Luthar, Breda, in Oblak Črnič, Tanja (2017): Media repertoires and discursive communities: Studying audiences in the multimedia age. *Communications*, 42 (4): 1–25.
- Madianou, Mirca, in Miller, Daniel (2012): Polymedia: Towards a new theory of digital media in interpersonal communication. *International Journal of Cultural Studies*, 16 (2): 169–187.
- Magaudda, Paolo (2011): When materiality 'bites back': Digital music consumption practices in the age of dematerialization. *Journal of Consumer Culture*, 11 (1): 15–36.

- Mannheim, Karl (1952): The problem of generations. V P. Kecskemeti (ur.): Karl Mannheim: Essays: 276–322. London: Routledge.
- McGuigan, Jim (2009): Cool Capitalism. London: Pluto Press.
- McGuigan, Jim (2016): Neoliberalna kultura. Maribor: Aristej.
- Meyrowitz, Joshua (1985): No sense of place: The impact of electronic media on social behavior. Oxford: Oxford University Press.
- Oblak - Črnič, Tanja, Koren Ošljak, Katja, in Šušterič, Nika (2021): Fokusne skupine z osnovnošolci in dijaki, mapiranje medijskih omrežij in spremljevalna anketa: metodološko poročilo kvalitativnega raziskovalnega načrta pri temeljnem projektu Medijski repertoarji mladih (J5-2564). Ljubljana: Fakulteta za družbene vede, Center za politološke raziskave.
- Pfaller, Robert (2017): Interpassivity. The Aesthetics of Delegated Enjoyment. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Praprotnik, Tadej (2022): Konzervirani nasmeh: Interpasivnost v sodobnem komuniciranju. Družboslovne razprave, 38 (99): 45–76.
- Reckwitz, Andreas (2006): Das Hybride Subjekt. Eine Theorie des Subjektkulturen von der bürgerlichen Moderne zur Postmoderne. Weilerwist: Velbrück Wissenschaft.
- Rosa, Hartmut (2015): Social Acceleration. A new Theory of Modernity. New York: Columbia University Press.
- Rupar, Patricia, Blatnik, Andrej, Kovač, Miha, in Rugelj, Samo (2019): Knjiga in bralci VI. Bralna kultura in nakupovanje knjig v Sloveniji v letu 2019. Ljubljana: UMco.
- Scannell, Paddy (2014): Television and the meaning of live: An enquiry into the human situation. London: Polity.
- Shove, Elisabeth, Pantzar, Mika, in Watson, Matt (2012): The Dynamics of Social Practice: Everyday Life and How It Changes. London: Sage.
- Sieben, Swen, in Lechner, Clemens M. (2019): Measuring cultural capital through the number of books in the household. Measurement Instruments for the Social Sciences, 2 (1): 1–6.
- Slukan, Nejc (2021): Politika ironije na spletnih družbenih omrežjih: oris medijsko-trolovskega dispozitiva. Teorija in praksa, 58 (2): 391–408.
- Tagg, Caroline, in Lyons, Agnieszka (2021): Polymedia repertoires of networked individuals. Pragmatics and Society, 12 (5): 532–542.
- Taipale, Sakari (2014): The affordances of reading/writing on paper and digitally in Finland. Telematics and Informatics, 31: 766–775.
- Taipale, Sakari (2015): Bodily dimensions of reading and writing practices on paper and digitally. Telematics and Informatics, 32: 766–775.
- Towheed, Shafquat (2010): Reading in the Digital Archive. Journal of Victorian Culture, 15 (1): 139–143.
- van Dijck, Jose (2013): Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media. Oxford: Oxford University Press.

Vogrinčič Čepič, Ana, in Kukkonen, Karin (2019): Practices and technologies across two reading revolutions : reading the eighteenth century into the twenty-first. The International Journal of the Book, 17 (1): 27–37.

Wright, David (2006): Cultural Capital and the Literary Field. Cultural Trends, 15 (2/3): 123–139.

Podatki o avtoricah in avtorju

prof. dr. **Breda Luthar**

Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede

Kardeljeva pl. 5, 1000 Ljubljana, Slovenija

E-mail: breda.luthar@fdv.uni-lj.si

prof. dr. **Maruša Pušnik**

Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede

Kardeljeva pl. 5, 1000 Ljubljana, Slovenija

E-mail: marusa.pusnik@fdv.uni-lj.si

izr. prof. dr. **Dejan Jontes**

Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede

Kardeljeva pl. 5, 1000 Ljubljana, Slovenija

E-mail: dejan.jontes@fdv.uni-lj.si

Tina Lengar Verovnik, Tanja Oblak Črnič

»VEDNO KO SE PELJEMO V AVTU, MORA BITI RADIO«: RADIJSKE IN AUDIO PRAKSE V VSAKDANU MLADIH

IZVLEČEK

V prispevku se osredotočamo na razumevanja radia v vsakdanu mladih: kakšno vlogo oz. pomen ima zanje v okviru družinskega življenja; kako je pozicioniran v odnosu do glasbe; kakšne novosti poslušanja in selekcioniranja audio vsebin izkazujejo. Opiramo se na podatke iz kvalitativne raziskave v okviru projekta Medijski repertoarji mladih, ki je vključevala skupinske polstrukturirane intervjuje s 67 mladimi med 12. in 19. letom starosti. Mladi radia pretežno ne poslušajo na lastno iniciativo niti individualno, temveč ob starših ali zaradi njih; najpogosteje v avtu. Njihov vsakdan najizraziteje zaznamuje glasba, ki jo večinoma povezujejo s poslušanjem na zahtevo in po lastni izbiri, prek digitalnih naprav. Medijski diapazon intervjuvanih mladih dopolnjujejo podkasti, a predvsem pri srednješolcih.

KLJUČNE BESEDE: radijske in audio prakse, mladi, vsakdanje življenje, kvalitativna raziskava, fokusne skupine

“Whenever we are driving in the car, the radio must be on”: young people’s radio and audio practices in everyday life

ABSTRACT

This paper focuses on understanding radio in the everyday life of young people: the role it plays in the context of their family life; how it is positioned relative to music; which novelties in the listening and selection of audio content do they practise. We rely on data from qualitative research performed in the project Media repertoires among youth, which included semi-structured group interviews with

67 young people aged 12–19 years. The radio is not listened to on their own initiative or individually, but with their parents; most often while they are driving around in the car. Their everyday life is most notably marked by music, which they primarily associate with listening on demand and at their own choice, through digital devices. These media choices are complemented by podcasts, especially among high school students.

KEY WORDS: *radio and audio practices, youth, everyday life, qualitative research, focus groups*

1 Uvod

Raziskave EBU-ja kažejo, da evropski poslušalci vsako leto poslušajo manj radijskega programa v živo (EBU 2021). Po drugi strani pa radio tehnološko pre-sega omejitve linearnega poslušanja: z zvočnimi arhivi, poslušanjem na zahtevo in ustvarjanjem podkastov, s tehnološkim prilagajanjem, ustvarjanjem multimedij-skih vsebin na različnih platformah ter omogočanjem raznolike participacije občinstev (Edmond 2014; Cordeiro 2012). Internetni in digitalni radio, spletna mesta in družbena omrežja namreč poleg klasičnega AM/FM »etra« postajajo privlačni prostori radijskih vsebin, ki s seboj prinašajo nove prakse, ki nadomeščajo do-sedanja spremljanja radijskega programa v živo. Pri mladih je upad poslušanja radia še očitnejši (Berry 2020; Linfoot 2018; EBU 2008; Albarran in dr. 2007), a to ne pomeni, da je radio iz vsakdanjega življenja mladih docela izginil. Na-sprotno, ravno v povezavi z novejšimi avdio napravami in radijskimi praksami postaja vprašanje vpetosti radia v medijske repertoarje mladih raziskovalno po-novno relevantno, kar dokazujejo tudi vse bolj razširjene študije (npr. Nemcova Tejkalova in dr. 2021; Barrios-Rubio 2021; Pedrero-Esteban in dr. 2019; Linfoot 2018; Gutiérrez 2016), ki pa so v slovenskem prostoru dokaj redke.

Medijski repertoarji posameznikov so rezultat prepleta družbenih okoliščin in individualnih življenjskih stilov; nanje vplivajo osebnostne lastnosti ter vpetost v družbene strukture in rutine, kot tudi tehnološke in vsebinske lastnosti medijev (Schwarzenegger 2019; Luthar in Oblak 2015). Mladi danes izbirajo vsebine z obsežnega medijskega menija, ki je raznolik toliko, kot so raznolike motivacije, ki vodijo njihov izbor: od želje po specifičnih občutkih ali potrebe po informacijah do možnosti umika. Ne glede na razlike v razlogih so raziskovalno privlačni načini, na katere mladi manevrirajo skozi medije s pomočjo mobilnih pametnih tehnologij, kar zanima tudi radijsko industrijo samo (Albarran in dr. 2007). Pri-stop medijskih repertoarjev namreč predpostavlja, da medijske rabe raziskujemo navzkrižno, v smislu iskanja medsebojnih prečenj med različnimi napravami in v navezavi s številnimi komunikacijskimi praksami oz. konfiguracijami, ki se

vzpostavljajo skozi medijske rabe znotraj specifičnih družbenih domen (glej Oblak in dr. v tej številki). Ta prispevek v središče zanimanja namenoma postavlja en medij, v tem primeru radio, da bi z ožjo osredotočenostjo na radijske specifikke dopolnili splošno razumevanje mladih in njihovih medijskih vedenj, preferenc in izbir (Nemcova Tejkalova in dr. 2021). Skladno z modelom medijskih repertoarjev (Hasebrink in Domeyer 2012) nas zanima, s čim in na kakšen način se radio v današnjem vsakdanu mladih prvenstveno povezuje kot tehnološka naprava in medij ter s katerimi vsakdanjimi praksami mladostnikov je povezan. Sprašujemo se, kje in kdaj se mladi danes srečujejo z radijem, kakšen odnos imajo do tega medija in kakšne radijske prakse, če sploh, prakticirajo. V ožjem smislu je pozornost prispevka na treh elementih razumevanja radia v vsakdanu: 1) kakšno vlogo oz. pomen ima za mlade v okviru njihovega družinskega življenja, 2) kako je pozicioniran v odnosu do glasbe ter 3) katere novosti poslušanja in selekcioniranja avdio vsebin prakticirajo mladi.

Družinska okolja niso homogena in medijske navade posameznih gospodinjstev se med seboj razlikujejo. Vedno pa jih oblikujejo člani različnih generacij, tj. starostno zamejenih kohort. Za pripadnike starejših generacij,¹ s katerimi mladi živijo, tako praviloma še velja, da v lastne medijske repertoarje vključujejo radio (Laor in Galily 2022; Lissitsa in Laor 2021; Krause 2020). Zato ne presenečajo ugotovitve, ki kažejo, da mladostniki radio najpogosteje poslušajo v družinskem krogu oziroma v avtomobilu kot podaljšku domače zasebne sfere (Barrios-Rubio 2021; Martí in dr. 2010), ni pa to več medij, po katerem bi posegali sami. V zadnjem desetletju 20. stoletja se je medijska krajina namreč izrazito spremenila, razvoj digitalizacije in mobilnih avdio naprav pa je razširil nabor možnosti, kako, kje in kdaj mladi denimo poslušajo glasbo, ki je običajno poglavitna motivacija za poslušanje radia (Krause in North 2014; Roberts in Foehr 2008). A kot piše Gutiérrez (2016), razlogi za slabše doseganje mladih občinstev niso zgolj tehnološki: radijska in glasbena industrija sta zaradi slabe kupne moči že prej zanemarjali najmlajše segmente občinstev; radio poleg tega predvaja malo sveže glasbe, radijski formati pa ustvarjajo ponavljajoče se, monotone glasbene nabore, prekinjane z neakovostnimi oglasi. Hkrati so se z digitalnim dostopanjem do avdio vsebin na zahtevo odprla vrata za nove vsebine, radijska produkcija pa je zapostavljala žanre, ki so jih posvojili ustvarjalci podkastov. Te se je sprva dojemalo kot radijske vsebine na zahtevo, a so postopoma dozoreli v

1. Nekatere razprave generacijske specifikke poenostavljeno opisujejo v obliki tipičnih skupnih lastnosti, ki jih poimenujejo kot generacija baby boom, X, Y in Z, a se v prispevku do takšnih označb distanciramo in jih v nadaljevanju uporabljamo zgolj citatno, tj. kot navezavo na posamezne vire.

samostojno medijsko pojavno obliko, ki ne predstavlja več sekundarnega avdio medija. Poleg tega se podkasti z radiem vedno bolj razhajajo v smislu strukture občinstev, po tehnologijah in platformah za razširjanje ter v produkcijskem smislu. Ta je pogosto v rokah samoukov in ne dosega tehničnih niti drugih, denimo jezikovnih standardov radia (Chan-Olmsted in Wang 2020; Berry 2016).

Na podlagi ugotovitev raziskav v primerljivih kulturnih okoljih lahko pričakujemo, da veljajo tudi za slovensko šolajočo se mladino podobne avdio izbire in »radijske navade«: prvič, da je radio v vsakdanu mladih prisoten predvsem *kot medij družinskih prostorov in skupnega poslušanja*; drugič, da mladi, pri katerih radio je del medijskega repertoarja, tega poslušajo predvsem zaradi glasbe, vendar pa *poslušanja glasbe pretežno ne povezujejo več z radiem*; in tretjič, da *avdio medijske repertoarje mladih dopolnjujejo nove zvrsti, predvsem podkasti*. Pri iskanju odgovorov na zastavljene teze se empirično gledano opiramo na podatke iz nedavne kvalitativne raziskave, ki je potekala v okviru temeljnega projekta Medijski repertoarji mladih² spomladi 2021 in je vključevala skupinske polstrukturirane intervjuje s šolajočo se mladino, v katerih je sodelovalo 27 osnovnošolcev zadnjega triletja s sedmih osnovnih šol, 16 dijakov s treh srednjih strokovnih in poklicnih šol ter 24 gimnazijcev s petih gimnazij, skupaj torej 67 mladih med 12. in 19. letom starosti. Skupinski intervjuji so vsebinsko vključevali več sklopov vprašanj o vlogi medijev in digitalnih tehnologij v njihovem vsakdanu, poleg moderiranih fokusnih skupin z učenci pa je za iskanje individualnih medijskih preferenc mladostnikov študija vključila še metodo medijskega mapiranja oz. osebnih medijskih skic, ki so jih intervjuvanci individualno narisali po koncu intervjuja (podrobneje gl. prispevek Oblak in dr. v tej številki).

Prispevek se načrtno omejuje zgolj na analizo tistih vprašanj v skupinskih intervjujih, ki so se neposredno navezovala na pomen radia in glasbe v življenju mladostnikov. Interpretacija podatkov tako zajema vprašanja o odnosu mladih do radia in srečevanjih z njim, radijskih praksah doma, spremljanju glasbe, novih glasbenih platformah ter o poznavanju in rabi podkastov. Analiza intervjujev na omenjenih ravneh mestoma vključuje tudi identifikacijo razlik glede na starost oz. tip šolanja, kjer so nas zanimale morebitne distinkcije med osnovnošolci in srednješolci. Skladno z drugimi študijami smo pričakovali, da bo radijska prisotnost med osnovnošolci pod večjim vplivom staršev, medtem ko imajo starejši šolarji že individualno in bolj avtonomno zasnovane glasbene in radijske oz.

2. Gre za temeljni projekt Medijski repertoarji mladih, v katerem sodelujejo raziskovalci Fakultete za družbene vede in Pedagoške fakultete Univerze v Ljubljani pod vodstvom dr. Tanje Oblak Črnič in ga v obdobju od 1. 9. 2020 do 31. 8. 2023 sofinancira ARRS pod šifro JP-2564. Več na spletnih straneh projekta medijimladih.si.

avdio preference. V relaciji med radijskimi praksami in glasbo pa smo predvidevali, da je radio še družinski skupinski medij, glasbeni okus mladostnikov pa individualiziran in od radia vse bolj odmaknjen, saj na njegovo mesto stopajo digitalne platforme, ki v večji meri določajo avdio repertoarje mladostnikov, ki so morda tudi pogostejši uporabniki podkastov.

2 Generacijske specifične radijskih praks: družinsko okolje, glasba in avdio na zahtevo

Poslušanje radia je dejavnost, ki je močno vpeta v rutine in organizacijo doma. Ko se je radio sredi 30. let 20. stoletja tehnološko razvil v napravo, ki je omogočala istočasno poslušanje celotnemu gospodinjstvu, je postal pravi družinski medij in tak ostal vsaj 30 nadaljnjih let, dokler ni njegovih prostorov in časa v družinah začela prevzemati televizija (Ruohomaa 1997). Študije rab radia so kljub temu še v 80. letih prejšnjega stoletja radiu pripisovale poglavitno vlogo v življenju adolescentov; ugotavljale so, da so v primerjavi z odraslimi najstniki radio uporabljali na edinstvene načine ter da jim je ta pomagal pri socializaciji, reševanju težav, značilnih za njihovo generacijo, jih pripravljala na življenje in jim pomagal pri upiranju odrasli avtoriteti (McClung in dr. 2007). Toda podatki kažejo, da zadnjih 15 let radijski poslušalci ob tradicionalnem AM/FM poslušanju vedno pogosteje posegajo po spletnih možnostih: podkasti, spletnem radiu, radiu na zahtevo in drugih avdio vsebinah na digitalnih distribucijskih platformah (Edmond 2014; Pew Research Center 2018). Zlasti za mlajše občinstvo je po načinu poslušanja, ne pa tudi po količini časa, ki ga temu namenjajo, vedno bolj značilno proaktivno poslušanje avdio vsebin (angl. *lean forward*), ki je tipično za izbiranje in uporabo podkastov (Linfoot 2018). Nekatere študije pa kljub temu kažejo, da radio iz življenj mladostnikov ne izginja povsem. Delno lahko to pripišemo njihovi medijski večopravilnosti: vajeni so hkrati uporabljati več medijev oziroma so več medijem vsaj izpostavljeni, radio pa je izrazito primeren za kombiniranje z večino drugih medijev (Roberts in Foehr 2008; McClung in dr. 2007) in z drugimi aktivnostmi (Jeong in Fishbein 2007). V kombinaciji s tem je za prisotnost radia v vsakdanu mladih zaslužna družina oziroma domače okolje z medijsko dinamiko različnih generacij, kar poudarjajo tudi številne empirične študije.

2.1 Radio kot medij družinskega okolja in skupnih rutin

Prihod radia v gospodinjstva je zaznamovala faza domačenja, ki ga je vzpostavila kot skupen družinski medij. Domačenje radia je pomenilo mešanje njegovih zvokov z drugimi zvoki domačega življenja; radio je postal del materialne kulture doma in pomagal ustvarjati zvočni okvir, v katerem se je posameznik

počutil domače (Gazi in Bonini 2018). Čeprav je kasneje vedno bolj postajal medij individualnega poslušanja, saj se je iz dneвне sobe selil še v vse druge prostore doma, pa ga ob določenih urah in dejavnostih (npr. ob zajtrku, v avtu) družine še vedno pogosto poslušajo skupaj. Podatki nedavne raziskave, ki je zajela več kot 1000 respondentov iz gospodinjstev v Veliki Britaniji (Cieciura in dr. 2018), kažejo, da velika večina vsaj nekaj tedenskega časa namenja skupni rabi medijev v gospodinjstvih, pri poslušanju pa je razmerje med skupinskim in individualnim izrazito v prid prvemu. Radio je v domačem okolju večinoma nevsiljiv družabnik, ki pomaga pri organiziranju vsakdana in občasno pridobi pozornost družinskih članov ter se zliva z njihovimi pogovori in početji (Winocur 2005). Zasebnost, v kateri se bodisi kolektivno ali individualno posluša radio, pa ni vezana le na dom, temveč poslušalci svoje mikro zasebne sfere ustvarjajo tudi drugod, najbolj tipično v avtu. Zanj bi lahko celo trdili, da je postal podaljšek domačega okolja (n. d.).

Vendar pa sta domačenje radia in navezanost na medije znotraj družin generacijsko gledano zelo specifična. T. i. baby boom generacijo je v otroštvu najbolj zaznamoval radio, nekatere že televizija; pri t. i. generaciji X je bila televizija preferenčni medij v dobi odraščanja, za razliko od predhodnikov pa manj pogosto poslušajo radio in berejo tiskane časopise (Lissitsa in Laor 2021). Pripadniki t. i. generacije Y v medijskem smislu preferirajo raznolikost: poleg rabe interneta so redni gledalci televizije, bralci časopisov in poslušalci radia (Lissitsa in Laor 2021), ki ga poslušajo v tradicionalni in digitalnih oblikah (Laor in Galily 2022). Pripadniki t. i. generacije Z pa so že rojeni neposredno v digitalni svet. Internet, brez dostopa do katerega si vsakdana sploh ne znajo predstavljati, jih je zaznamoval s pojavom in rastjo družbenih omrežij, globalizacijo komuniciranja ter takojšnjim in hitrim dostopanjem do želenih vsebin in informacij (Laor in Galily 2022). Tehnologija je zato samoumevni del njihovega vsakdana, na digitalnih medijih so nenehno prisotni, saj se bojijo, da bodo kaj zamudili; pametni telefon je zamenjava za računalnik in tudi glavna medijska naprava, s katero dostopajo tudi do zvočnih vsebin (Nicholas 2019). Radio je v njihovih očeh zastarel, analogen medij, zato ni presenetljivo, da ga v nedavni raziskavi izraelski mladostniki niso poslušali niti v digitalnih oblikah – za razliko od pripadnikov t. i. generacije Y, ki so svoje izkušnje poslušanja radia prenesli na digitalne radijske platforme (Laor in Galily 2022). V raziskavi, opravljeni med 13- do 19-letniki v Kolumbiji, Španiji in Mehiki (Pedrero-Esteban in dr. 2019), 60 % vprašanih radia nikoli ne posluša prek svojih mobilnih naprav. Tudi skupni čas poslušanja radia je skromen: kolumbijski mladi (10–24 let) ga sicer poslušajo (86 %), a od tega polovica manj kot pol ure dnevno (Barrios-Rubio 2021). Za ZDA Miller (2017) navaja, da je samoocena poslušanja FM/AM radia med mladostniki v letih 2005–2016 upadla za 50 odstotnih točk.

Podobne trende potrjujejo tudi kvalitativne študije: v španski raziskavi, ki je zajela 212 otrok, starih med 8 in 13 let (Balsebre in dr. 2011), jih je sicer dve tretjini navedlo, da radio poslušajo redno, a v družbi očeta, matere, obeh staršev ali drugih družinskih članov; le dve udeleženki sta napisali, da ga poslušata sami. Nekateri so ob tem omenjali dom na splošno, drugi posamezne prostore, v katerih ga poslušajo, in dejavnosti, s katerimi ga kombinirajo, npr. v kuhinji z zajtrkom. Kot eno poglavitnih dnevnih obdobij, v katerih ga poslušajo, so izpostavili vožnjo z avtomobilom v šolo in nazaj. Tudi v nedavni češki raziskavi, ki je vključevala enako starostno skupino (Nemcova Tejkalova in dr. 2021), so se pokazale enake značilnosti. Mladi so navajali, da radio večinoma poslušajo le starejši člani gospodinjstev. Tisti, ki ga poslušajo tudi sami, pa ga poslušajo skupaj z odraslimi. Kar pa ne velja za načine, kako danes mladostniki konzumirajo glasbo.

2.2 Glasba in podkasti: od tehnološko neodvisne stalnice do avdio novosti

Michelsen in Krogh (2016) navajata, da je v prvih 90 letih obstoja radia glasba predstavljala približno polovico celotnih radijskih vsebin. Uspeh glasbene radia po drugi svetovni vojni je mogoče povezati z vzponom televizije, saj je radijska industrija v iskanju cenejših načinov za doseganje občinstev oblikovala formate, ki še danes temeljijo na glasbi. Toda mlajša občinstva zavračajo vse tisto, kar kot prednost poslušanja glasbe na radiu navaja Chignell (2009): glasbe ne izbere poslušalec, temveč glasbeni urednik; radijski program poteka v živo in daje poslušalcu občutek prisotnosti z radijskimi ustvarjalci in drugimi poslušalci; glasbi na radiu so dodani govorni vložki voditeljev, ki predvajano glasbo uokvirijo ter ji dodajo smisel in pomen.

Glasba je ena najpomembnejših tem v adolescenci; sodeluje pri oblikovanju posameznikove identitete, osamosvajanju od družine in pri oblikovanju vezi z vrstniki (Krause in North 2014; Boer in Abubakar 2014). Radio je svoj primat najljubšega medija za poslušanje glasbe med mladimi začel drastično izgubljati sočasno s pojavom spletnega pretakanja glasbe (Miller 2017), kar kažejo tudi raziskave. Med kolumbijskimi mladimi (10–24 let) je poslušanje glasbe vezano pretežno na digitalne zaslonske naprave, čeprav jo v znatnem deležu poslušajo tudi prek radijskih sprejemnikov in avtoradijev (Barrios-Rubio 2021). Že desetletje prej so katalonski mladi (14–24 let) kot pomemben vir poslušanja glasbe navajali MP3 predvajalnike in mobilni telefon (Martí in dr. 2010). Izbire mladih zrcalijo njihovo pomembno značilnost, da dajejo prednost interaktivnim in personaliziranim digitalnim platformam. Hkrati se v načinu poslušanja glasbe kaže njena funkcija kot sredstva individualizacije. Po podatkih Pedrero-Esteban in dr. (2019) gre namreč za pretežno individualno in avtonomno početje: mladi (13–19 let)

iz Španije, Mehike in Kolumbije glasbo najpogosteje poslušajo sami in prek slušalk, skoraj polovica manj jih jo posluša z družino ali prijatelji. Še vedno pa je glasba tista, ki jo – kadar ga poslušajo – mladi na radiu izbirajo prednostno. Daleč za njo se uvrščajo informacije, šport, zabava, umetnost, kultura in politika (Barrios-Rubio 2021; Pedrero-Esteban in dr. 2019; Starkey in dr. 2014; Balsebre in dr. 2011; Martí in dr. 2010).

Ob postopnem umikanju radia kot primarnega vira za dnevno poslušanje glasbe so radijske lestvice uspešnic in sezname predvajanj na glasbenih radijskih programih ter informacije na spletnih platformah dlje ohranjale vlogo vira nove glasbe. Pred dobrim desetletjem je glasbeni radio katalonskim mladim (10–24 let) še krojil glasbene okuse (Martí in dr. 2010). Nekaj let kasneje so Starkey in dr. (2014) pri študentski populaciji iz štirih evropskih držav ugotavljali, da je bil radio kot glasbeni vir umeščen na drugo mesto takoj za iskanjem po spletu; nedavna raziskava na vzorcu kolumbijskih mladih (10–24 let) pa je pokazala, da pri izbiranju glasbe tretjina še navaja vpliv radia, a so višje uvrstili osebni izbor in pretočne platforme (Barrios-Rubio 2021).

Podobne funkcije kot glasba naj bi opravljali podkasti: v obeh primerih gre za dejavnost, s katero posameznik zadovoljuje osebne potrebe in aspiracije. Na to kaže tudi podatek, da jih kolumbijski mladi (10–24 let) večinoma poslušajo individualno, bodisi s slušalkami ali brez njih (Barrios-Rubio 2019). Podkasti niso več razumljeni kot digitalna ali mobilna razširitev radia na zahtevo, saj jih poslušalci uporabljajo na drugačne načine (Chan-Olmsted in Wang 2020; Berry 2016). Kljub vedno večji divergenci pa imajo z radijem precej stičnih točk. Najbolj očitna je, da del podkastov še vedno nastaja v domeni radijev. Na drugem polu so posamezniki, ki z radijem nimajo nikakršnih izkušenj niti ne želijo, da bi njihovi podkasti zveneli radijsko. Vendar pa njihove vsebine pogosto temeljijo na prvoosebnih pripovedih, opazanjih, anekdotah, pogovorih – zanimanje za osebne zgodbe in običajne glasove pa je nekaj, kar jih družijo s konvencionalnim radijem (Edmond 2014).

Kljub temu podatki raziskav ne kažejo na obsežnejše vključevanje podkastov v medijske repertoarje mladih. V Starkey in dr. (2014) so jih le mladi v Veliki Britaniji poslušali v zaznavnem deležu, medtem ko jih portugalski, grški in ciprski vrstniki niso; kolumbijski mladi jih v dveh tretjinah sploh ne poslušajo (Barrios-Rubio 2019); tudi španski, mehiški in kolumbijski najstniki jih ne vključujejo obsežneje v svojo medijsko potrošnjo (Pedrero-Esteban in dr. 2019). Trenutni tipični uporabniki podkastov denimo v ZDA sicer niso najstniki, temveč posamezniki, ki so polno zaposleni (51 %), stari med 18 in 34 let (39 %) ter imajo visoko izobrazbo (28 %) (Li in dr. 2020).

3 Radio v vsakdanu mladih: kvalitativna študija na vzorcu šolajoče se mladine

3.1 Raziskovalni načrt, metode in vzorec

Da bi spoznali prisotnost ter raznolike pomene radia in drugih avdio praks mladih, smo skladno z raziskovalnim načrtom omenjenega projekta izvedli kvalitativno raziskavo na priložnostnem vzorcu 67 učencev osnovnih in srednjih šol, starih od 12 do 19 let.³ Glede na pregled predhodnih raziskav o medijskih repertoarjih mladih (gl. Oblak in dr. v tej številki) smo kot metodo zbiranja podatkov med mladostniki izbrali skupinske intervjuje oz. fokusne skupine v obliki dvojic in/ali trojic, ki pa smo jih spričo epidemioloških omejitev v celoti izvedli na daljavo. Pred terenskim zbiranjem podatkov smo zasnovali obširen vprašalnik, ki je vseboval več sklopov: kratkemu uvodu je sledil sklop o medijskih praksah, družbenih omrežjih in tehnoloških preferencah, temu sklop o opremljenosti doma, dostopu in mikroregulaciji tehnologij v družinskih okoljih, nato pa še sklop o normah in navadah glede tehnologij med vrstniki in v šolah. Tukajšnja razprava fokus omejuje na odgovore v sklopih, ki sta natančneje naslovila pomen in rabe radia ter pomen glasbe in podkastov. Konkretno gre za naslednja vprašanja:

1. *Kaj pa radio, ga sploh poslušate ali samo sledite kakšnemu radiu? Katere vsebine pa poslušate na radiu? Spremljate morda podkaste, in če ja, kaj točno poslušate?*
2. *Kaj pa bi rekli glede glasbe, kaj običajno poslušate, na katerih napravah in kdaj običajno?*

Poleg tega smo pregledali tudi odgovore iz uvodnega sklopa, in sicer konkretno na vprašanja:

3. *Če rečemo mediji, na kaj najprej pomislite?*
4. *Ali se spominjate svojih prvih izkušenj z nekim medijem še iz otroštva, kaj ste najraje gledali, poslušali ali brali kot otroci in na katerih napravah (npr. prvič v kinu, prva uporaba tablice, prvi mobilni telefon, prve risanke na TV in podobno)?*

Na podlagi pridobljenih transkriptov, ločenih glede na podvzorec učencev – osnovna šola, srednja šola in gimnazija – smo izvedli vsebinsko analizo odgovorov, vanje pa vključili še druge navedbe, najdene z iskanjem po ključnih besedah oziroma delih besed (radi*, radij*, glasb* itd.). Oprto kodiranje odgovorov na

3. Dostop do učencev so urejale izbrane šole oz. njihovi predstavniki s pridobivanjem informiranih soglasij staršev za sodelovanje v raziskavi, ki jih hranimo v arhivu projekta. O podrobnostih raziskovalnega načrta, izbranih metod, vzorčenja in dejanske izvedbe terena gl. uvodni članek v tematski številki (Oblak in dr.).

celotnem vzorcu intervjuvancev je potekalo v dveh korakih: najprej smo v vsakem podvzorcu učencev identificirali pojavnost radia in načine rab, predvsem glede na prisotnost radia kot naprave (doma ali kje drugje) in način spremljanja radia znotraj družin (ali sploh spremljajo in s kom). Enako smo iskali pojavitve o glasbi in pretočnih vsebinah, v smislu kje jo/jih spremljajo in na kakšen način (bolj sami ali z drugimi). Tako smo za vsakega udeleženca v raziskavi identificirali, kakšen je kot radijski in glasbeni poslušalec, ter ugotavljali, s katerimi prostori in rutinami se avdio vsebine sploh povezujejo. Tako smo pridobili vpogled v specifične avdio repertoarje na celotnem vzorcu in podskupinah, da smo lahko zarisali ključne ravni radijskih rab ter prevladujoče oblike prisotnosti radia in avdio vsebin v vsakdanu mladostnikov. Šele v drugi fazi smo odgovore preverjali glede na starost, predvsem v smislu potencialnih primerjav med osnovnošolci in dijaki.⁴ Rezultati analize so zato najprej predstavljeni v obliki grobih sintetičnih informacij o prevladujočih praksah in rabah na celotnem vzorcu glede na izbrane kategorije, v drugem delu pa so podrobneje kvalitativno ilustrirani z neposrednimi izseki iz transkriptov.⁵ Temu sledi še poglobljena diskusija in razmislek o nadaljnjem raziskovanju.

3.2 Rezultati: radio kot ozadje, glasba kot nuja in podkasti za izbrance

Že na ravni celotnega vzorca mladostnikov se je pokazalo nekaj pomembnih ugotovitev. Prvič, da je radio kot medij najbolj prisoten v avtomobilih, kar kot izkušnja prevladuje med gimnazijci in osnovnošolci, sledi pa radio v sferi doma, kar potrjuje največ osnovnošolcev. V obeh primerih je radio zunaj nadzora mladostnikov, saj ga prvenstveno izbirajo starši oz. drugi sorodniki. To potrjuje tudi podatek, da v celotnem vzorcu le dva dijaka in štiri gimnazijci radio poslušajo sami, kar pa ne velja za glasbo. Glasbo večina vprašanih posluša samih: to počnejo praktično vsi dijaki srednjih poklicnih šol, dve tretjini osnovnošolcev in enak delež gimnazijcev. Podkasti so med mladimi redkost, pozna jih le tretjina vzorca, od tega največ gimnazijcev in le dva osnovnošolca. Kako in kje se s prevladujočimi avdio praksami srečujejo, zakaj jih izbirajo in v povezavi s kakšnimi

4. Pridobljeni in urejeni podatki omogočajo vrsto dodatnih analiz in iskanje še drugih razlik znotraj vzorca, denimo po spolu, regiji, izobrazbi staršev ipd., saj smo k vsaki fokusni skupini dodali spletno anketo, s katero smo zajeli informacije o sociodemografskih podatkih udeležencev. Ker pa je pridobljeni priložnostni vzorec socialno in kulturno razmeroma homogen, smo tovrstne analize izpustili in izpostavili le nekatere ključne specifične glede na tip šolanja.

5. Vsakemu navedku sledi vzdevek, ki si ga je ob pogovoru izbrala intervjuvanka oziroma intervjuvanec, s čimer smo zagotovili anonimizacijo udeležencev v raziskavi.

vsakdanjimi rutinami uporabljajo radio in druge naprave, pa podrobneje opisujemo v nadaljevanju.

1. Radio na poti in doma: prevladujoči prostori poslušanja radia. Daleč najpogostejši odgovor intervjuvancev je bil, da radio poslušajo v avtu, torej podaljšku zasebne sfere domačega okolja: *V avtu, ko se peljemo do šole. Drgač pa ne (Lama). Mislim, da je radio, vsaj zame, neka stvar, k je pač v avtu, ne (JM).* Ker sami – razen nekaj najstarejših sogovornikov – še niso vozniki, je odločitev za poslušanje v domeni odraslih, ki izbirajo tudi vsebine oziroma programe: *Odkvisno je, v katerem avtu sem. Oči ima najraje Radio 1, tako da zjutraj samo to poslušam. Pri mami je Val 202, tako da sta tako dve različni (Ana).* Redkeje je izbira prepuščena njim: *Vedno ko se peljemo v avtu, mora bit radio, da se kaka dobra glasba posluša ... Prou nauču sem se, kako hitr šaltat med Anteno, Hitom pa Radio Centrom, tam ko so ponavad vedno glasba, kr te novice na radiu me glih ne zanimajo (Trixxay).* Da poslušanje radia v avtu ni njihova izbira, včasih izrecno poudarijo: *Js edin, če se vozim s kakšnim družinskim članom v avtu. Frendi poslušamo musko, če se vozmo (Moje ime).*

2. Soprisotnost: radio kot del vsakodnevnih rutin. Poleg avta so intervjuvanci kot stalnico omenjali radio kot zvočno ozadje in del dnevne rutine. Oboje je značilno za spremljanje radia kot tradicionalnega medija, ki mu lahko namenjamo pozornost v zelo velikem razponu: od tega, da ga zgolj slušno zaznavamo, prek prisluškovanja do dejanskega poslušanja (Crisell 1994). Odgovori mladih nakazujejo, da je radio zlasti zvočno ozadje za vsakodnevno družinsko življenje in dejavnosti, v katere so povezani s starši in starimi starši: *Ampak, recimo, če pomagam kuhat, si moji doma velikokrat radio nažgejo, sploh če je kakšna tak dolga seja kuhanja, da pač mamu velik za skuhat (S.A).* Karkol z očetom delava, *kokr neki lažjega pa to, mava zmeri radio vžgan. Tut na primer v vinogradu, ma en star radio (smeh), poslušava na tistem (Hello world).* Včasih poslušam, ko sem pri babici, ko igramo karte, se pač sliši muzika zraven (Sova). Nekateri so te družinske prakse tudi ponotranjili: *Jst radia ne poslušam, razen če kej delam doma, drugač radio mi sploh ni zanimiv (MV).*

Poleg prostorov, v katerih se radio v njihovih domovih tipično posluša, intervjuvanci omenjajo tudi dnevne rutine, ki jih radio spremlja oziroma okvirja. Študije v povezavi s tem omenjajo soprisotnost (angl. co-presence) – poslušalci se skupaj z radijskim programom premikajo skozi dnevne rutine, njihovo življenje je v istem časovnem razmerju do radia kot življenje drugih poslušalcev; z radijem si delijo intimo (prebujanja, jutranje toalete ...) ob istem času kot mnogo drugih (Chignell 2009). Radio in poslušalci imajo v tem smislu usklajene časovne ritme: *Ali pa zjutraj, ko se zbudimo, imata starša vedno radio v kuhinji prižgan (Sofija).* *Pa pol, ko jem zajtrk, recimo poslušamo radio (Sončnica).* Če gremo h kosilu k

stari mami, ona posluša osmrtnice *al neki* (Lubenica). Drgač pa, *zlo pomemben je radio takrat, ko so čestitke na Prvem programu, takrat je vedno* (Hello world).

3. Radio kot skupna izkušnja. Individualnega poslušanja radia, ki bi bilo pogojeno z lastnimi motivacijami oziroma zanimanji, je med intervjuvanimi mladimi zelo malo. Kadar ga izbirajo samostojno, je to zaradi priljubljenega radijskega programa ali specifičnega interesa, npr. po informiranju ali izobraževanju: *Jaz občasno poslušam Rock radio (Amber). No, jaz na primer, ko zjutraj vstanem, pred šolo se zrihtam, pojem zajtrk, potem poslušam radio, če se kaj novega zgodi (Skala). Zlo redko doma recimo prižgemo radio, ampak pač ga tut, recimo prižgemo večkrat kakšen italijanski radio al pa francoski radio, k se mau francoščino učim (Kuža).* Dva intervjuvanca poslušanje radia še danes uporabljata za pomiritev ali uspavanje, kar so v pogovorih sicer bolj povezovali z otroštvom: *Jst ga tak, že od otroštva ga še poslušam do zdej. Ker mi pač pomaga, če, ker preveč razmišljam (Božiček).*

V intervjujih so se pojavljale tudi vsebinsko ravno nasprotne pozicije, namreč izključevanje možnosti individualnega poslušanja: *Da bi pa sama radio poslušala, pa ne več. Ne pride mi na pamet, da bi sama radio poslušala in ga prižgala. Se nekak ne spomnim (Ana).* Zato ne preseneča, da znaten delež intervjuvancev poslušanje radia pripisuje le odraslim družinskim članom, sami se iz njega izvzemajo: *Prva stvar, ki mi je padla na pamet, ko si rekla radio, je blo, ko sem na morju z babi in ... Ona si lepo tam radio naštima, ko kuha kosilo (Roža). Ja, mama kr uživa v radiu, tako da se po navadi predvaja v spodnjem nadstropju (Rožica M).*

4. Pretočnost namesto radia? Nekaj mladih je povedalo, da radia nikoli ne poslušajo. Kaj vse jih pri radiu moti in zakaj je radio že za v muzej (Kost), najbolje povzema naslednji odgovor: *Vsi oglasi so tut, majo neke šale, k delajo smešne glasove, pa pač men je to tok že zastarelo. Jst se ne smejim temu. Pa te umazane šale se mi zdijo že prevečkrat povedane in ... se mi samo ne da tega poslušat. Pa še eno težavo mam, ves čas vrtijo ene in iste pesmi, pač js se jih naveličam in ja, zarad tega ne posegam sama od sebe po radiih (Svetlana).* Trije so izrecno povedali, da radia doma oziroma v družini nimajo; pri nadaljnjih štirih je bilo to mogoče sklepati iz drugih odgovorov. To se sklada z navedbami iz McIntyre (2016), da imajo pripadniki mlajših generacij starše, ki so že sami dovolj mladi, da se odločajo za druge možnosti poslušanja avdio vsebin: *V bistvu ga imamo pri očiju, pa kdaj poslušamo pri kosilu ... kaj takega. Drugače pa tukaj pri očimu pa pri mami ima pa očim zvočnik pa daje glasbo (Čarli). Velikokrat poslušamo, skor zmeri, k, recimo, če se kej kuha, [...] da smo dalj časa skupej, si naštimamo glasbo in pol na YouTubu damo in se vrti kr po vrst (KT).*

Tudi v avtomobilu radio ni edina avdio izbira odraslih. Možnosti so v avtu sicer tehnološko pogojene – novejša kot je vozilo, manj je avdio sistem omejen

na radio, ki je pri nekaterih družinah zgolj ena od možnosti: *Ko smo v avtu recimo al pa recimo signala ni, neki ne dela, recimo za telefon, za YouTube, pol pa pač poslušamo radio (Rožica).* Nekateri družine pa ga tudi v avtu sploh ne poslušajo več: *Ne, v avtu bolj muska na USB ključku (Metulj).* Moja starša sta v bistvu naredila ta, *subscription na Apple Music sta kupla. Zato ker smo glih, pač neki, kar se lahko z avtom povežeš (Jaka).* Pr atiju pa mam v bistvu tk, da ma on naret več različnih playlistov pa jih pol vrtimo v avtu (Jagoda).

5. Brez glasbe ne gre: ozadje, opora, upor in ... kot radio. Glasba mlade od avdia pričakovano spremlja največji del časa: *Jaz poslušam vedno, tudi zdajle imam odzadaj muziko. Večinoma na telefonu, če se kje premikam – če kam grem. Če sem pa v sobi, imam pa tako pokvarjeno televizijo, ki jo uporabljam samo za to, da imam USB noter in se muzika vrti cel dan (Sofija).* Več al manj musko poslušam, to pa kr ... *Ko grem v šolo, ko grem iz šole, ko delam kaj drugga – skos musko poslušam (Amber).* Najpogosteje so glasbo omenjali kot zvočno ozadje za stvari, ki jih dnevno počnejo bodisi doma (npr. učenje, hišna opravila in rutine) ali drugod – *glasba torej sega tudi v prostore izven zasebnosti in doma (najpogosteje k športu in druženju): Drugač musko tut dost poslušam, tko, igramo basket, poslušamo musko, ko gremo v fitness, poslušamo musko. Tut kdaj, če se učim, če res ni tko pretežno, da ne rabim bit tko ful skoncentriran (Moje ime).*

Redkeje glasbo poslušajo intenzivno oziroma pozorno, jim pa veliko pomeni: *Js zlo rad musko poslušam, čez dan velik časa preživim tko, da musko poslušam ... Ne vem, sam to mi tko ful pomaga, ne vem, sam lažji mi je (S.A).* Nekateri so nakazali, da jim daje emocionalno oziroma kognitivno oporo: *V bistvu muziko imam čez cel dan, ker ful težko funkcioniram brez tega, ker, ne vem, mi daje kot nek comfort (Kali).* Pri likovni dobimo neko nalogo al neki za risanje in si dam glasbo – *lažje razmišljam, kaj bi naredil (Skala).* Glasba se je ponekod potrdila tudi kot dejavnik osamosvajanja od družine oziroma sredstvo za nasprotovanje starejšim družinskim članom: *Tko zdej mami ma ful bedno postajo naštimano in pol po navad, če sm dol v kuhinji, pač tm, k je radio, je to pržgan, pol po navad grem tja do radia in ga ugasnem in si dam na telefon musko (smeh) (Solata).*

Med napravami, na katerih poslušajo glasbo, so omenjali pametni telefon, računalnik, televizijo, zvočnik, pogosto pa tudi USB ključek, ki ga lahko vključijo v različne naprave doma in v avtomobilu. Nekateri – in sicer izključno dijaki, pa še ti redko – uporabljajo tradicionalne naprave (CD predvajalnik, gramofon, radio): *Drugače pa imam tudi gramofon doma, tako da včasih, ko mi sede, si dam kakšno ploščo (Pikapolonica).* Pa na CD predvajalniku poslušam (Roža). Zelo pomemben dejavnik pri izbiri je stopnja nadzora nad tem, kar poslušajo, in raznolikost; oblikovanje lastnih seznamov predvajanja (angl. *playlist*) ali

poslušanje ponujenih so omenjali intervjuvanci v obeh starostnih skupinah: *Ja, v bistvu na Spotifyu si naredim svoje playliste oziroma mam par svojih in po navadi tiste poslušam glede na to, kar mi ta trenutek paše oziroma posluša (Pizza). Jst glasbo najdem na YouTubu, mi predlaga, al pa na TikToku v kakšnem videu, pol pa si jo downloadam pa jo mam kr na telefonu (JM).*

Glasba je skorajda edina vsebina, ki so jo mladi omenjali v zvezi z radiem: *Vedno ko se peljemo v avtu, mora bit radio, da se kaka dobra glasba posluša (Trixxay). Da radio povezujejo z glasbo, je mogoče sklepati tudi iz odgovorov, v katerih ga postavljajo nasproti lastnemu glasbenemu izboru: Zdej, večinoma je pa tko, da zdaj, da bi radio vžgou pa ga poslušu, je bolj redko, ker mam jst velik pesmi na telefonu al pa računalniku al pa na ključku (S.A). Tudi iz nabora radijskih postaj, ki so jih navajali kot največkrat poslušane, je mogoče sklepati, da jih izbirajo zaradi glasbe: Jaz ga nikoli ne poslušam. V avtu, ampak še to je tako, po navadi Rock radio, ki je samo glasba (Buraz). Ja ... drugač pa kakšn na primer Salomon al pa kej tazga, k so v bistvu kakšni hiti najnovejši al pa kej tko, kar mladina posluša (Gargamel).*

Le dva sta omenila še informativne vsebine: *Pač, večinoma glasbo v radiu poslušamo, včasih pa tut kakšne, tko, novice al pa poročila al pa to (Van Gogh). Da na radiu prisluhnejo še čemu drugemu, nakazujejo sicer redki odgovori, v katerih so intervjuvanci navajali radijske programe, ki bi jih težko označili kot izrazito glasbene: Drugač od postaj bi pa izpostavu Radio Gorenc, Radio 94 ... pa Radio Sraka. Te tri ta glavne so ... Pa Prvi program ... Drugač pa v avtu pa večinoma Val 202 (Hello world). Nihče od intervjuvancev radia ni omenil kot vira nove glasbe.*

6. (Ne)rabe podkastov. Po podkastih jih redko, občasno ali redno posega 20, kar je slaba tretjina vseh intervjuvancev. Najmanj je omemb med osnovnošolci (niti desetina), pri dijakih srednjih šol je uporabnikov podkastov slaba tretjina in vsi so fantje, pri gimnazijcih pa jih je dobra polovica. Dva udeleženca sta pokazala pomanjkanje medijskih izkušenj, v enem primeru pa intervjuvanka podkaste enači z radijskimi oddajami. Ključen za podkaste je po Chan-Olmsted in Wang (2020) način, kako jih občinstva uporabljajo, saj naj bi jih ravno to bistveno razlikovalo od radia: po raziskavi, ki jo omenjata, okoli 70 % uporabnikov poroča, da ob podkastih ne počnejo ničesar drugega (ne vozijo, se ne gibljejo, temveč vso pozornost posvečajo vsebini). To pomeni tudi drugačen pristop k mediju: za radijskega poslušalca je za radijsko izkušnjo dovolj, da vključi napravo, prek katere posluša radijski program – linearnost oddajanja pomeni, da lahko vanj vstopi na katerikoli točki. Zahtevnost podkastov je v tem smislu veliko večja, saj morajo uporabniki sprejeti vrsto odločitev: o tem, česa si v podkastu želijo, pa tudi kje in kdaj (Berry 2016). Predvidena visoka proaktivnost, ki lahko vključuje

tudi čustveno vpletenost, se je potrdila v odgovorih nekaterih intervjuvancev, ki podkastov ne uporabljajo: *Jst osebno ne ... Mi glih ni do tega, mislm ... Tut sam se nisem tok poglobil v to, ne vem, ni me, me še ne zanima tok ... Lahko da me bo kasnej (S.A).* Pomenljivo je tudi vzporejanje podkastov s pisnimi mediji in knjigami, ki oboji zahtevajo pozornost in zbranost: *Ja, prek Spotifya so podkasti pa ... sam ljubš mi je knjige brat (Lama). Ne, ker sem bolj viden tip in mi je boljše brat članke kot poslušat (Rožica Ž).*

Tiste, ki podkaste uporabljajo, pa je – ne glede na starost oz. tip šole – mogoče razvrstiti v tri (delno prekrivajoče se) skupine. V prvi so uporabniki z izrazito utilitarnimi motivacijami – v iskanje podkastov jih vodi specifičen interes: *Ne vem, ful mi je zanimivo poslušat o serijskih morilcih, kriminalistiki ... In pol grem na YouTube pa kej tazga poslušam (Roža). Zadnje čase ... ne da se zanimam za politiko, ampak za splošno dogajanje, kar se dogaja po svetu. [...] Na primer zjutraj, preden grem v šolo, mogoče poslušam kakšen podkast. [...] Poslušam britanska poročila, zdaj na podkastih, avstrijsko včasih. Poskušam kaj razumet, učim se nemščino (Kost).* V drugi skupini so intervjuvanci, ki podkaste izbirajo pretežno zaradi razvedrila: *Tega, k sem nazadnje, sam poslušal od Fejmiči, od Gašperja Berganta pa Žana Papiča ... K mi je dost zanimiv, ker so, pač zveš kakšno stvar, pa če mata kake goste in pol glih sprašujeta stvari in pol so kakšne stvari in pač smešno je na vsake tolk časa mau komičnosti pa to (Jerry).* Tudi podkaste je mogoče uporabljati, medtem ko počnemo druge stvari, saj vključujejo voditelje, glasbo, zgodbe in teme, ki pritegnejo različne tipe poslušalcev (Berry 2016). V tretji skupini so tako intervjuvanci, ki podkaste uporabljajo podobno medijsko večopravilno, kot se tipično posluša radio: *Kakšni podkasti pa medtem, ko se učim, so mi kakšni dobri. Ne izobraževalni, samo da je nek šum v ozadju. Nič posebnega (Sofija). Pol sem šel pa po pouku kuhat, velikokrat sem jaz za celo famijlo delal. Takrat sem pol podkaste poslušal (Gustaf).*

Premik od tradicionalnih medijev k podkastom spodbuja še ena značilnost: vedno pogosteje jih posredujejo platforme, ki niso bile ustvarjene za avdio, temveč za video. Še več – avdio razsežnost niti ni več nujna definicijska lastnost podkastov, saj tako ustvarjalci kot uporabniki vedno pogosteje uporabljajo YouTube ter govorijo o video podkastih in gledanju podkastov (Chan-Olmsted in Wang 2020). Osem intervjuvanih mladih je v povezavi s podkasti omenjalo YouTube, trije so izrecno povedali, da jih gledajo: *Tut, ja, sm že gledu en podkast, ne vem, o čem že, o teh drogah pa tej ... (Učenec 1). Jst radia ne poslušam glih velik, tut muzike ne poslušam, zato ker pač ni mi všeč. Podkaste gledam jih na YouTubu. Tak kot taki intervjuji s kakšnimi osebami, ko mi je zanimiv za njih (Climetra).*

4 Diskusija in sklep

Audio mediji so v življenju intervjuvanih mladih zaznavno prisotni. Najizraziteje njihov vsakdan zaznamuje glasba, ki jo prevladujoče poslušajo na telefonih in računalnikih. Glasba jih spremlja na poti v šolo, ob športu, domačih opravilih, nekatere tudi ob učenju in uspavanju. Ključno se jim zdi, da jo lahko izbirajo sami, kar počnejo prek aplikacij ali nekaterih družbenih omrežij ali pa to zanje stori algoritem glasbenih ponudnikov oz. platform. Radia – tudi zaradi nezmožnosti nadziranja radijskih vsebin – pretežno ne poslušajo na lastno pobudo, temveč to počnejo ob starših ali zaradi njih; najpogosteje v avtu. V nekaterih gospodinjstvih so radio sicer že izpodrinile druge naprave, a v mnogih je še vedno medij, ki starše spremlja v njihovih dnevnih ritmih ali je zvočno ozadje za domača opravila. Radio je kot sredstvo informiranja komajda omenjen. So pa za nekatere vir informacij podkasti; uporabljajo jih bodisi za aktivno poslušanje o zanje relevantnih temah bodisi za zabavo ali za zvočno ozadje, torej podobno kot uporabljajo glasbo oziroma kot njihovi (stari) starši uporabljajo radio. Opazno pa je, da podkaste bolj poznajo in uporabljajo starejši intervjuvanci, predvsem gimnazijci.

Tukajšnja analiza je tako prvo tezo v celoti potrdila: individualnega poslušanja radia je malo, saj je radio v življenju intervjuvanih mladih še najbolj prisoten zaradi medijskih praks staršev (in delno starih staršev). V družinskih okoljih, kjer radio kot medij ni prisoten, pa skupinsko poslušanje radia pogosto nadomesti poslušanje glasbe prek različnih naprav. Tudi druga teza se je z analizo skupinskih intervjujev v večji meri potrdila. Mladi glasbo večinoma povezujejo s poslušanjem na zahtevo in po lastni izbiri, in sicer prek digitalnih naprav. Delno jo sicer še vedno povezujejo z radijem, zlasti v kontekstu vožnje z avtomobilom, kjer pretežno poslušajo radijske programe, ki jih zaznamuje njim bližnja glasbena izbira. Tretja teza se je potrdila le delno. Podkasti dopolnjujejo audio medijski diapazon intervjuvanih mladih predvsem v starejši skupini (pri srednješolcih, izraziteje pri gimnazijcih). Pri skoraj polovici mladih, ki uporabljajo podkaste, pa gre za dopolnjevanje audio-video medijskega repertoarja. Podkaste je torej smiselno raziskovati še bolj osamosvojeno od radia kot doslej in v navezavi na druge vsakodneвне prakse. Na to kažejo denimo odgovori, ki izobraževalni tip podkastov povezujejo s knjigami in članki, torej z branjem.

Vzorec intervjuvanih je za posploševanje tukaj predstavljenih ugotovitev seveda premajhen, zato bo v nadaljevanju nujno sistematično preveriti, kaj glede poslušanja glasbe, radia in podkastov nakazuje anketa na večjem vzorcu osnovno- in srednješolcev. Tudi ob pregledu osebnih medijskih skic intervjuvancev, ki so dopolnjevali skupinske intervjuje v kvalitativnem delu raziskave, bi lahko zaključili, da je radio v medijskih repertoarjih mladih redkost. Med 67

intervjuvanimi je radio v skicah navedlo le pet mladih: dva sta ga izpostavila v kategoriji najpomembnejših medijev, eden kot medij vsakodnevnega informiranja ter po eden kot medij sproščanja in zabave ali kot medij za dokazovanje, izpopolnjevanje, ustvarjanje. Vendar bi bila taka ugotovitev preuranjena, saj je v času mnogih naprav, platform in možnosti izbire poslušanje radijskih vsebin vedno bolj fragmentirano; opredeljevanje, kaj konstituira radio, pa se širi na druge avdio in digitalne pojavnosti (Linfoot 2018). Poslušalci radio torej lahko dojemajo kot integralni del drugih medijev in tehnologij, zato tudi omembe telefona, televizije, računalnika ali katerih drugih naprav v osebnih skicah morda vključujejo delček radia. To nakazuje tudi naslednji odgovor: *Jst vem, da včasih, ko kej delam, bolj kot ne v nedeljo, si na televiziji naštimam pač radio, Aktual al pa kej, in pol tak poslušam* (Smrketa).

V intervjujih so bili mladi povprašani tudi o prvih asociacijah ob omembi besede mediji. V prispevku sicer nismo analizirali celotne palete odgovorov, a med tistimi, ki so pomislili na tradicionalne medije, je radio omenilo osem mladih, od tega kar sedem osnovnošolcev. Razlog za tako izrazit priklic radia med mlajšimi je morda v izbirnih vsebinah in predmetih, ki jih osnovnošolci obiskujejo. Čeprav gre za razmeroma mlade ljudi, pa se skozi odgovore kaže, kako pomembna je za njihove medijske repertoarje in prakse zgodnja izkušnja z mediji. Ob spominih na prve stike z njimi so nekateri navajali tudi radio in avdio v širšem smislu – zlasti pravljice na CD-jih ali pa neposredno na radijskem programu. Tudi tez o »muzejskosti radia« intervjuji ne potrjujejo povsem, se pa radio večinoma pojavlja neodvisno od njihove volje in v tipičnih (domačih) okoljih. Pokazalo se je tudi, da nekateri intervjuvanci radio bolj kot medij razumejo kot tehnologijo. V teh primerih je radio zgolj naprava, prek katere v avtu z USB ključka poslušajo lasten izbor glasbe ali na kateri predvajajo glasbo s CD-jev. Radio kot naprava se tudi umika iz otroških sob: da ga tam imata, sta navedla le dva intervjuvanca. Po drugi strani je nekaj mladih povedalo, da radia doma nimajo ali pa da radijske programe poslušajo prek televizije. Priljubljenost pretočnih vsebin ves čas narašča in na mesto radia vstopa vedno več naprav, ki se brezžično medsebojno povezujejo.

Na tovrstne transformacije se radijska produkcija nenehno prilagaja. BBC je skladno z zaznanimi premiki denimo ustvaril spletno mesto BBC Sounds (Berry 2020), ki združuje programe v živo z radiem na zahtevo, podkasti in glasbenimi izbori ter poskuša doseči občinstva, ki nimajo ali ne poslušajo tradicionalnega radia. Ta eksperimentira z vedno bolj kompleksnimi čezmedijskimi praksami: občinstva spodbuja k raziskovanju svojih različnih (ne)spletnih razširitev – od podpornih vizualij in videov do dodelanih interaktivnih spletnih mest in velikih dogodkov v živo; določen program ali zgodbo za doseganje boljšega doživetja razprši na več mest, občinstva pa spodbuja k bolj aktivnemu in intimnemu sodelovanju (Kramp 2017;

Edmond 2014). Zaradi tega postaja naracija o radiu vedno bolj kompleksna, saj je medij danes multiplatformen, izraziteje interaktiven in v smislu pojavnih oblik razpršen. Nekateri (npr. Cordeiro 2012) zato raje kot o radiu govorijo o r@diu. Po drugi strani pa Tacchi (2000) ugotavlja, da čeprav mu lahko pripišemo določene brezčasne lastnosti, radio ostaja to, kar zgodovina pove, da je (bil). Njegovo bistvo je namreč neulovljivo, saj je privzema in še privzema raznovrstne oblike. Radio je torej vedno znova to, kar se kaže v določenem trenutku, v danih okoliščinah rabe in glede na njegov trenutni pomen – tudi za mlade.

SUMMARY

This paper investigates where and when young people encounter radio today, the attitude they hold towards this medium and which radio practices, if any, they engage in. In a narrower sense, the paper focuses on: 1) the role or meaning that radio has in the context of their family life; 2) how it is positioned relative to music; and 3) which novelties in listening and the selection of audio content are practised by young people. We empirically rely on data from a recent qualitative research study carried out as part of the project Media repertoires among youth in spring 2021. The research included semi-structured focus groups with 67 school children aged between 12–19 years. The interviews covered several thematic sections on the role of the media and digital technologies in the everyday life of young people. The paper is limited to the analysis of questions directly related to the importance of radio and music in the lives of young people. The assessment thus includes information about young people's attitudes to radio, their encounters with it and their radio practices at home, about their music preferences and new music platforms, and their use of podcasts. The analysis also considers the identification of differences by age or type of schooling, where possible distinctions between elementary school and high school students were identified. First, in each subsample of students we identified the incidence of radio and the ways it is used, especially in terms of the presence of radio as a device (at home or elsewhere), and the way radio is used within their families (whether they listen to it at all and with whom). Similarly, we looked for information about music and streaming contents in terms of where they follow it and in how (mostly alone or with others). In this way, we identified what type of radio and music listeners the participants are, and determined which spaces and routines they associate audio contents with. We thereby gained insight into the specifics of audio repertoires for the entire sample as well as for the subgroups, in turn allowing us to outline the main levels of radio use and the dominant ways in which radio and audio contents are present in the everyday lives of young people. In the second phase,

we checked the answers according to the age of the participants, particularly in terms of any comparisons between elementary and high school students. We found that audio media are perceptibly present in the lives of the young interviewees. Their everyday life is mostly marked by music, which they chiefly listen to on their mobile devices and computers. Music accompanies them on the way to school, while doing sports and homework, some even while studying or falling asleep. It is vital that they are able to choose it by themselves, which they do via apps or social networks, or the algorithm of the music platforms does it for them. They still partially associate music with radio, notably in the context of driving in the car where they mainly listen to radio musical formats. Radio – also due to these young people’s inability to control its content – is generally not listened to on their own initiative or individually, although they do listen to it with their parents or because of them; primarily in the car. In some households, the radio has already been replaced by other devices, yet in many others it is still a medium that accompanies the daily rhythm of their parents or provides them with a sound background. Radio is barely mentioned as a means of information for them. However, one source of information for some is podcasts, which they use either to actively listen to topics relevant to them, for entertainment or as background sound, i.e. similarly to how they use music or how their parents use radio. Podcasts thus complement the audio media repertoires of these young people, albeit almost exclusively in the older group (with high school students). It must also be noted that for almost half the participants who use podcasts it is more about supplementing their audio-video media repertoire. Podcasts were also related to books or articles by some participants. This means it makes sense to research them even more independently of radio than before and in connection with other everyday practices. The sample of interviewees is too small to allow generalisation of the findings and hence it will be necessary to systematically check what a survey of a larger sample of elementary and high school students indicates regarding their listening to music and radio or their podcast usage.

Literatura

- Albarran, Alan B., in dr. (2007): "What Happened to our Audience?" Radio and New Technology Uses and Gratifications among Young Adult Users. *Journal of Radio Studies*, 14 (2): 92–101.
- Balsebre, Armand, in dr. (2011): The Hidden Radio Audience in Spain: Study on Children’s Relationship with the Radio. *Journal of Radio & Audio Media*, 18 (2): 212–230.
- Barrios-Rubio, Andrés (2021): Radio, music and podcast in the consumption agenda of Colombian adolescents and youth in the digital sonosphere. *Communication & Society*, 34 (3): 31–46.

- Berry, Richard (2020): Radio, music, podcasts – BBC Sounds: Public service radio and podcasts in a platform world. *International Studies in Broadcast and Audio Media*, 18 (1): 63–78.
- Berry, Richard (2016): Podcasting: Considering the evolution of the medium and its association with the word 'radio'. *International Studies in Broadcast and Audio Media*, 14 (1): 7–22.
- Boer, Diana, in Abubakar, Amina (2014): Music listening in families and peer groups: benefits for young people's social cohesion and emotional well-being across four cultures. *Frontiers in Psychology*, 5. Dostopno prek: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2014.00392/full> (22. 7. 2022).
- Chan-Olmsted, Sylvia, in Wang, Rang (2020): Understanding podcast users: Consumption motives and behaviors. *New Media & Society*, 24 (3): 684–704.
- Chignell, Hugh (2009): *Key Concepts in Radio Studies*. London: Sage Publications.
- Cieciura, Craig, in dr. (2018): Survey of Media Device Ownership, Media Service Usage and Group Media Consumption in UK Households. AES 145th Convention. Dostopno prek: <https://openresearch.surrey.ac.uk/esploro/outputs/conferencePresentation/Survey-of-Media-Device-Ownership-Media/99514196502346> (22. 7. 2022).
- Cordeiro, Paula (2012): Radio becoming r@dio: Convergence, interactivity and broadcasting trends in perspective. *Journal of Audience & Reception Studies*, 9 (2): 492–510.
- Crisell, Andrew (1994): *Understanding Radio*. London: Routledge.
- EBU (2021): Audience Trends. Radio 2021. EBU Media Intelligence Service. Dostopno prek: <https://www.ebu.ch/resources?publicationType=research> (25. 4. 2022).
- EBU (2008): Public youth radio in Europe. Strategic Informations Service of EBU. Dostopno prek: <https://tech.ebu.ch/docs/strategy/strategy-pyr-08-ex.pdf> (25. 4. 2022).
- Edmond, Maura (2014): All platforms considered: Contemporary radio and transmedia engagement. *New Media & Society*, 17 (9): 1566–1582.
- Gazi, Angeliki, in Bonini, Tiziano (2018): "Haptically Mediated" Radio Listening and its Commodification: The Remediation of Radio. *Journal of Radio & Audio Media*, 25 (1): 109–125.
- Gutiérrez, Maria (2016): Researching the young radio audience. V L. Kramp in dr. (ur.): *Politics, Civil Society and Participation: Media and Communications in a Transforming Environment*: 287–297. Bremen: Edition Lumière.
- Hasebrink, Uwe, in Domeyer, Hanna (2012): Media Repertoires as Patterns of Behaviour and as Meaningful Practices: A Multimethod Approach to Media Use in Converging Media Environments. *Participations, Journal of Audience & Reception Studies*, 9 (2): 757–779.
- Jeong, Se-Hoon, in Fishbein, Martin (2007): Predictors of Multitasking with Media: Media Factors and Audience Factors. *Media Psychology*, 10 (3): 364–384.
- Kramp, Leif (2017): "We Need to Keep Moving": Strategies of News Media to Attract Young Audiences in Germany. V S. Tosoni in dr. (ur.): *Present Scenarios of Media Production and Engagement*: 107–122. Bremen: Edition Lumière.

- Krause, Amanda E. (2020): The Role and Impact of Radio Listening Practices in Older Adults' Everyday Lives. *Frontiers in Psychology*, 11. Dostopno prek: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2020.603446/full> (22. 7. 2022).
- Krause, Amanda E., in North, Adrian C. (2014): Music listening in everyday life: Devices, selection methods, and digital technology. *Psychology of Music*, 44 (1): 129–147.
- Laor, Tal, in Galily, Yair (2022): Who's clicking on on-demand? media consumption patterns of generations Y & Z. *Technology in Society*, 70. Dostopno prek: <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2022.102016> (22. 7. 2022).
- Li, Ang, in dr. (2020): Do podcasts and music compete with one another? Understanding users' audio streaming habits. *International World Wide Web Conference*. Dostopno prek: <https://doi.org/10.1145/3366423.3380260> (22. 7. 2022).
- Linfoot, Matthew (2018): Sounding Out: A Rapid Analysis of Young People & Radio in the UK. Dostopno prek: <http://music.britishcouncil.org/sites/default/files/UoW-MusicTank-Sounding-Out-Radio-Research-British-Council.pdf> (25. 4. 2022).
- Lissitsa, Sabina, in Laor, Tal (2021): Baby Boomers, Generation X and Generation Y: Identifying generational differences in effects of personality traits in on-demand radio use. *Technology in Society*, 64. Dostopno prek: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160791X21000014> (22. 7. 2022).
- Luthar, Breda, in Oblak Črnič, Tanja (2015): Medijski repertoarji in diskurzivne skupnosti. *Teorija in praksa*, 53 (1–2): 7–30.
- Martí, Josep Maria, in dr. (2010): The crisis in youth radio consumption in Catalonia. *Quaderns del CAC* 34, 8 (1): 67–77.
- McClung, Steven, in dr. (2007): The Functions of Radio for Teens: Where Radio Fits Among Youth Media Choices. *Atlantic Journal of Communication*, 15 (2): 103–119.
- McIntyre, Hugh (2016): Millennials Aren't Very Interested In Traditional Radio Any More. *Forbes*, 12 7. 2016. Dostopno prek: <https://www.forbes.com/sites/hughmcintyre/2016/07/12/millennials-arent-very-interested-in-traditional-radio-any-more/?sh=1caeae9c37c4> (25. 4. 2022).
- Michelsen, Morten, in Krogh, Mads (2016): Music, radio and mediatization. *Media, Culture & Society*, 39 (4): 520–535.
- Miller, Larry S. (2017): Paradigm Shift: Why Radio Must Adapt To The Rise Of Digital. *Musonomics*. Dostopno prek: https://musonomics.com/musonomics_report_paradigm_shift_why_radio_must_adapt_to_the_rise_of_digital_08.29.2017.pdf (22. 7. 2022).
- Nemcova Tejkalova, Alice, in dr. (2021): Children and the Radio: Who Should Listen to Whom? *Journalism Practice*. Dostopno prek: <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.2011377> (22. 7. 2022).
- Nicholas, Arlene J. (2019): Preferred Learning Methods of Generation Z. *Faculty and Staff - Articles & Papers*, 74. Dostopno prek: https://digitalcommons.salve.edu/fac_staff_pub/74/?utm_source=digitalcommons.salve.edu%2Ffac_staff_pub%2F74&utm_medium=PDF&utm_campaign=PDFCoverPages (22. 7. 2022).

- Pew Research Center (2018): State of the News Media. Audio and Podcasting Fact Sheet. Dostopno prek: https://www.pewresearch.org/journalism/wp-content/uploads/sites/8/2019/06/Pew-Research-Center_State-of-the-News-Media-2018_06-25-2019-2.pdf (25. 4. 2022).
- Pedrero-Esteban, Luis Miguel, in dr. (2019): Teenagers, smartphones and digital audio consumption in the age of Spotify. *Comunicar: Media Education Research Journal*, 27 (60): 103–112.
- Roberts, Donald F., in Foehr, Ulla G. (2008): Trends in Media Use. *The Future of Children*, 18 (1): 11–37.
- Ruohomaa, Erja (1997): Radio as a (Domestic) Medium. Towards New Concepts of the Radio Medium. Dostopno prek: <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1534568/FULLTEXT01.pdf> (22. 7. 2022).
- Schwarzenegger, Christian (2019): Personal epistemologies of the media: Selective criticality, pragmatic trust, and competence–confidence in navigating media repertoires in the digital age. *New Media & Society*, 22 (2): 361–377.
- Starkey, Guy, Gazi, Angeliki, Dimitrakopoulou, Dimitra, in Cordeiro, Paula (2014): »Generation C« and audio media: a cross-cultural analysis of differences in media consumption in four European countries. *Participations: Journal of Audience and Reception Studies*, 11 (2): 239–257.
- Tacchi, Jo (2000): The need for radio theory in the digital age. *International Journal of Cultural Studies*, 3 (2): 289–298.
- Winocur, Rosalía (2005): Radio and Everyday Life. Uses and Meanings in the Domestic Sphere. *Television & New Media*, 6 (3): 319–332.

Podatki o avtoricah

doc. dr. **Tina Lengar Verovnik**

Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede
Kardeljeva pl. 5, 1000 Ljubljana, Slovenija in
ZRC SAZU, Inštitut za slovenski jezik Frana Ramovša
Novi trg 2, 1000 Ljubljana, Slovenija
E-mail: tina.verovnik@fdv.uni-lj.si

prof. dr. **Tanja Oblak Črnič**

Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede
Kardeljeva pl. 5, 1000 Ljubljana, Slovenija
E-mail: tanja.oblak@fdv.uni-lj.si

Peter Stanković, Robert Bobnič

OBČINSTVA SODOBNE SLOVENSKE NARODNOZABAVNE GLASBE V KULTUROLOŠKI PERSPEKTIVI

IZVLEČEK

Slovenska narodnozabavna glasba je kljub svoji priljubljenosti eden najmanj raziskanih glasbenih žanrov v Sloveniji. V pričujoči razpravi nas je tako zanimalo, kdo to glasbo v resnici posluša. Analiza odgovorov v raziskavi Slovensko javno mnenje je pokazala, da narodnozabavno glasbo poslušajo zlasti manj izobraženi, starejši, verni in politično na desno nagnjeni posamezniki s podeželja, da pa je to zgolj tendenca. To glasbeno zvrst namreč poslušajo tudi drugi segmenti populacije, le da v manjšem obsegu, pri čemer rezultati raziskave niso pokazali statistično značilne povezave poslušanja s spolom in ekonomskim slojem. Iz povedanega sklepamo, da je slovenska družba v različne kulturne formacije razčlenjena bolj po kriterijih izobrazbe, vernosti, politične pripadnosti in kraja bivanja kot po ekonomskih kriterijih.

KLJUČNE BESEDE: slovenska narodnozabavna glasba, občinstva, demografija, okus, razred

Audiences of Slovenian folk-pop music: A cultural-studies perspective

ABSTRACT

Slovenian folk pop is one of the most under-researched music genres in Slovenia. To learn more about it, we conducted research about the demographics of those who listen to it. The results show that this genre is popular principally among older, less-educated, religious, politically right-leaning people in the countryside, while it is also listened to by other segments of society, albeit to a smaller degree.

We also found that there is no significant correlation between listening to folk pop and economic class and gender. This suggests that Slovenian society is stratified into various cultural formations, primarily with respect to education, religiosity, age, political affiliations and place of residence rather than economic class.

KEY WORDS: Slovenian folk pop, audiences, demography, taste, class

1 Uvod

Slovenska narodnozabavna glasba je eden najbolj priljubljenih glasbenih žanrov v Sloveniji.¹ V skladu s tem bi bilo mogoče domnevati, da ta glasbena zvrst močno zaznamuje tako slovenski vsakdan kot tudi različne simbolne registre, s pomočjo katerih prebivalci te države interpretirajo svet okoli sebe, a ji do tega trenutka ni bilo posvečene veliko raziskovalne pozornosti (glej Stanković 2014). Zdi se, da je eden glavnih razlogov za to prepričanje, da gre za tako estetsko kot tudi idejno nazadnjaški žanr, o katerem vemo že vse, toda stvari niso nujno tako preproste. Za kulturne tekste je namreč značilna izrazita polisemičnost (nosijo veliko različnih pomenov), predvsem pa se tudi tako tradicionalistično obarvan glasbeni žanr, kot je slovenska narodnozabavna glasba, razvija in spreminja. Vsaj načelno je tako mogoče, da so vsebinske in slogovne prvine sodobne narodnozabavne glasbe že precej oddaljene od tistih, ki so jih pred desetletji uveljavili klasiki² tega žanra (Ansambel bratov Avsenik, Ansambel Lojzeta Slaka ipd.), nekaj podobnega pa velja tudi za občinstvo. V slovenski popularni imaginaciji na primer velja, da narodnozabavno glasbo poslušajo zlasti starejše generacije na podeželju, toda: ali to še vedno drži? Oziroma natančneje: je to sploh kadarkoli držalo?

O slednjem na tem mestu ne bomo razpravljali, saj o poslušalcih narodnozabavne glasbe v preteklosti ni bila izpeljana nobena sistematična raziskava, tako da podatkov, ki bi pomagali bolje razumeti to populacijo, preprosto ni na voljo. V pričujoči razpravi nas bodo torej zanimala sodobna občinstva narodnozabavne glasbe. Da bi identificirali vsaj najbolj osnovne značilnosti te populacije, smo zasnovali empirično raziskavo na reprezentativnem vzorcu prebivalcev in prebivalk Slovenije, s katero smo poskušali razbrati razmerja med poslušanjem narodnozabavne glasbe ter nacionalno pripadnostjo, slojem, krajem bivanja,

1. Članek je nastal v okviru temeljnega raziskovalnega projekta št. J6-2682 »Slovenska narodnozabavna glasba kot politika: percepcije, recepcije, identitete«, ki ga je financirala Agencija za raziskovalno dejavnost Republike Slovenije (ARRS).
2. Splošni izrazi, uporabljeni v moški spolni slovnični obliki, so mišljeni kot nevtralni za moške in ženske.

izobrazbo, poklicnim razredom, starostjo, spolom, političnimi preferencami, vernostjo in poslušanjem drugih glasbenih zvrsti.

Vse to so seveda razmeroma uveljavljene kategorije, ki pa vendarle niso nepomembne, saj nam omogočajo prepoznavanje ključnih značilnosti populacije poslušalcev slovenske narodnozabavne glasbe oziroma njeno umestitev v različne družbene kontekste. Ker smo pred kratkim izpeljali raziskavo simbolnega imaginarija sodobne slovenske narodnozabavne glasbe, ki je pokazala na celo vrsto vsebinskih in formalnih značilnosti tega žanra (glej Stanković 2021), bomo na osnovi rezultatov pričujoče analize poskusili prepoznati tudi morebitne povezave med enim in drugim, skratka med populacijo in njenimi prevladujočimi estetskimi izbirami.

2 Slovenska narodnozabavna glasba

Slovenska narodnozabavna glasba izhaja iz slovenske ljudske glasbe. Pri tej so imeli posebno vlogo ljudski godci: amaterski glasbeniki, ki so igrali različne inštrumente (najpogostejše violino), s katerimi so ob različnih posebnih priložnostih (plesih, praznovanjih ipd.) zabavali občinstvo (Wikipedia, geslo Godec). Pomemben premik se je zgodil konec 19. stoletja, ko se je na področju današnje Slovenije pojavila harmonika oziroma, natančneje, diatonična harmonika (po domače: frajtonarica). Gre namreč za ekspresiven in hkrati zelo praktičen inštrument, ki je omogočal, da so se začeli glasbeno udeleževati tudi posamezniki brez posebnih glasbenih predznanj. Pomembna je tudi podrobnost, da je harmonika razmeroma glasen inštrument, tako da je lahko godec z njo nadomestil cele ansamble ljudskih godcev z drugimi glasbili (Bibič 2014).

Za prehod iz ljudske glasbe v to, kar danes imenujemo slovenska narodnozabavna glasba, sta najbolj zaslužna brata Slavko in Vilko Avsenik, ki sta na začetku petdesetih let 20. stoletja lokalni glasbeni idiom posodobila z novo kombinacijo inštrumentov in udarnejšim polka ritmom. Avtor večine njunih skladb je bil Slavko, glasbeni samouk iz Begunj na Gorenjskem, ki je leta 1953 začel nastopati v redni tedenski oddaji Četrtek večer, namenjeni domači glasbi. Najprej je igral harmoniko kot solist, potem pa sta z bratom Vilkom, ki je bil zadolžen za aranžmaje, ustanovila Gorenjski kvartet. Leta 1955 se je zasedbi pridružil še kitarist Lev Ponikvar. Gorenjski kvintet je v tujini nastopal pod imenom Oberkrainer Quintett (podatki povzeti po Jercog 2017; Wikipedia, geslo Ansambel bratov Avsenik; Slavko Avsenik v Zorman 2013).

Skladbe, ki jih je kvintet najprej predstavljal kar v živo na Radiu Ljubljana, so med poslušalci zbudile veliko navdušenja. Ansambel je požel veliko uspeha tudi v tujini, zlasti v Avstriji in Nemčiji. Izjemen uspeh bratov Avsenik je vsekakor

spodbudil nastanek številnih drugih podobnih zasedb. Med najpomembnejšimi so bile Ansambel Lojzeta Slaka, Beneški fantje, Štirje kovači, Veseli planšarji in Ansambel Franca Miheliča. Narodnozabavna glasba je vse od takrat ostala ena od najbolj prepoznavnih značilnosti slovenske glasbene krajine, čeprav je res, da se je bolj izobražen in urban del populacije začel od nje kmalu distancirati. Razlog za to je bila verjetno zlasti poudarjeno rustikalna estetika, ki so jo gojili narodnozabavni ansambli, zaradi česar je ta zvrst glasbe postopoma postala sinonim za vase zagledan tradicionalizem in kulturno nazadnjaštvo.

Je pa treba biti pri omenjanju tradicionalizma slovenske narodnozabavne glasbe natančen. Gre za pomembno podrobnost, da slovenska narodnozabavna glasba ne uprizarja slovenske tradicije kar počez. Tradicija, okoli katere se vrtijo različni glasbeni, vizualni in besedilni elementi tega žanra, je namreč tradicija bolj ali manj ene same slovenske regije: Gorenjske. Glasbeniki tako ne glede na to, od kod prihajajo, preigravajo pretežno glasbene konvencije, ki sta jih iz gorenjske ljudske glasbe razvila Slavko in Vilko Avsenik, oblečeni so v gorenjske narodne noše, opevajo lepote slovenske pokrajine, kot jih predstavljajo idilične podobe Gorenjske, in podobno (primerjaj Galič 2012; Knific 2005).

V povezavi z vprašanjem uprizarjanja tradicije v slovenski narodnozabavni glasbi pa je treba poudariti še nekaj. Gre za dejstvo, da slovenska narodnozabavna glasba kljub temu, da črpa iz tradicije in jo danes v veliki meri tudi predstavlja, v resnici ni tradicionalna (ljudska) glasba – vsaj ne v smislu uveljavljenih definicij, po katerih je ljudska glasba značilna za manjše ruralne skupnosti, se prenaša ustno in je praviloma povezana z drugimi dejavnostmi (praznovanja, delo in podobno) (glej Britannica). Razlogi za to so širje. Prvi je povsem načelen in se nanaša na dejstvo, da je ta glasbena zvrst nastala že globoko v obdobju modernizacije (petdeseta leta 20. stoletja), tako da lahko v praksi pomeni zgolj uprizarjanje (iznajdbo!) (primerjaj Ronström 2010: 324) tradicije, in ne tradicijo samo. Drugi je povezan s podrobnostjo, da sta brata Avsenik s svojimi inovacijami slovensko oziroma, natančneje, gorenjsko ljudsko glasbo močno posodobila oziroma predelala (sodobni aranžmaji z dodano kitaro, tresenje harmonike, udarnejši ritem, hkratnost vokalnih in inštrumentalnih delov – slovenska ljudska glasba je pogosto gradila na dialogu (izmenjavi) enih in drugih), tako da narodnozabavne glasbe tudi v tem pogledu ne moremo razumeti drugače kot zgolj neke vrste interpretacijo tradicije. Tretjič, slovenska narodnozabavna glasba je nastala v tesni povezavi z izrazito modernimi (in ne tradicionalnimi) oblikami glasbene produkcije in distribucije (nastopi na Radiu Ljubljana, snemanje plošč v sodobnih studiih, predvajanje posnete glasbe na radiih, mednarodne turnee, koncerti na velikih odrih z električnim ojačanjem inštrumentov ipd.). In četrtič, slovenska narodnozabavna glasba tradicijo močno

idealizira. Hočemo reči: življenje v preteklosti oziroma na podeželju nikoli ni bilo neokrnjena idila, kar lahko vidimo tudi v podrobnosti, da so slovenske ljudske skladbe pogosto otožne. Ker slovenska narodnozabavna glasba ta vidik pretežno spregleduje in preteklost oziroma podeželje idealizira, jo torej tudi iz tega razloga težko razumemo kot tradicionalno glasbo in jo posledično raje opredeljujemo kot značilno nostalgичen obrat k tradiciji v obdobju socialistične (in kasneje postsocialistične) modernizacije, ko je ta tradicija v resnici že začela izginjati (mimogrede: slovenska narodnozabavna glasba v tem pogledu izkazuje precejšnjo sorodnost z drugimi podobnimi posodobljenimi ljudskimi glasbenimi žanri iz prostorov bivše Jugoslavije, v prvi vrsti s srbsko *novokomponovano* glasbo (prim. Vidić Rasmussen 1995: 243; Čvoro 2014: 41)).

V povezavi s prisvajanjem tradicij velja poudariti, da so bili glasbeni žanri, ki so na ta način nastali v Jugoslaviji (vključno s slovensko narodnozabavno glasbo), izrazito apolitični oziroma da so – kot že omenjeno – kmalu postali tudi uveljavljeni označevalci kulturnega nazadnjaštva. To omenjamo, ker sta bila za podobna oživljanja tradicionalnih glasbenih slogov (*revival*) v ZDA in številnih državah zahodne Evrope³ značilna ravno nasprotno poudarjena politična angažiranost (glasbeniki so se k ljudski glasbi obrnili, ker jim je predstavljala edino resno alternativo komercialnim žanrom) in svetovnonazorska progresivnost (glej Fabbri 2015; Kaminsky 2012; Cohen in Donaldson 2014).

Do prvih večjih slogovnih sprememb v slovenski narodnozabavni glasbi je prišlo v prvih letih po osamosvojitvi Slovenije. Pri tem so še posebej pomembno vlogo odigrale zasebne televizijske in radijske postaje, ki so se začele pojavljati v razmerah porajajočega se prostega trga. Če je namreč vladajoča kulturna politika v obdobju socializma na radiu in televiziji narodnozabavno glasbo v skladu s svojimi razsvetlenskimi ambicijami držala vsaj nekoliko ob strani, so se novonastale zasebne radijske in televizijske postaje v boju za občinstvo začele obračati tudi ali celo predvsem k tej glasbeni zvrsti. Njihova predpostavka je očitno bila, da je za narodnozabavno glasbo v Sloveniji kljub njenemu razmeroma nizkemu kulturnemu statusu veliko zanimanja. Praksa je pokazala, da takšno razmišljanje ni bilo napačno, pri čemer pa ne smemo spregledati, da so omenjene zasebne radijske in televizijske postaje tovrstno zanimanje vsaj do neke mere šele proizvedle: najprej z bogato ponudbo cele vrste narodnozabavnih skladb, potem pa tudi s tem, da so glasbenikom prvič v zgodovini te glasbene zvrsti ponudile dostopno platformo za naslavljanje razmeroma širokega kroga potencialnih poslušalcev. Od radijskih postaj te vrste je brez dvoma najpomembnejši

3. Od Woodyja Guthrieja in The Weavers preko folk gibanja v šestdesetih (Bob Dylan, Joan Baez) do kasnejših apropiacij t. i. folk rock glasbe v različnih kulturnih okoljih.

Radio Veseljak, ki je začel oddajati leta 1996. Med televizijskimi lahko omenimo specializirane glasbene kanale TV Golica, TV Petelin in TV Veseljak, pri čemer ni nepomembno, da so narodnozabavno glasbo začele v svoj program umeščati tudi mnoge lokalne televizijske postaje (RTS Maribor, TV Celje, VTV in druge), od leta 2007 naprej pa precej odločno tudi slovenska nacionalna televizija.

Ne glede na povečano prisotnost slovenske narodnozabavne glasbe v različnih medijih vse od slovenske osamosvojitve naprej pa do izrazitejših slogovnih premikov v tem glasbenem žanru vsaj nekaj časa še ni prišlo. Izjemi sta bili zgolj postopno vključevanje sodobnejših inštrumentov (na primer ritem naprav) in povečana pozornost, ki so jo začeli glasbeniki zaradi videospotov posvečati videzu. V devetdesetih letih 20. stoletja so se tako začele uveljavljati narodnozabavne zasedbe, ki so nastopale v bolj sproščenih, če že ne izrazito »seksi« različicah narodnih noš oziroma glasbenih uniform. Glasba nekaterih skupin se je začela približevati različnim značilnostim mainstream popa, kar je brez dvoma eden od dejavnikov, ki so prispevali k ponovni popularizaciji slovenske narodnozabavne glasbe tudi med tistimi deli občinstva, ki so se pred tem od tega žanra izrazito distancirali (na primer med mladimi; glej Stanković 2015: 650).

Prvo res izrazito slogovno transformacijo je slovenska narodnozabavna glasba doživela šele nekoliko kasneje, sredi prvega desetletja 21. stoletja, ko se je pojavil slovenski turbo folk. Ključni predstavniki tega žanra so bili Atomik Harmonik, ki so slovensko narodnozabavno glasbo pod očitnim vplivom srbskega turbo folka povezali z nekaterimi značilnostmi EDM-a;⁴ pri tem je šlo v prvi vrsti za uporabo ritem naprav in poudarjenega *four on the floor* ritma (*dance beata*). Prvi večji uspeh so Atomik Harmonik zabeležili na festivalu Melodije morja in sonca leta 2004, kjer je njihova skladba *Brizgalna brizga* zasedla prvo mesto. Priljubljenim Atomik Harmonik so kmalu sledile še druge podobne in prav tako uspešne zasedbe (med najpomembnejšimi sta bili Turbo Angels in Skater). Glede na veliko odmevnost domačih turbo folk skupin lahko zaključimo, da je ta žanr slovensko narodnozabavno glasbo v veliki meri revitaliziral oziroma poskrbel, da se je začela vsaj do neke mere prijemati tudi med deli prej do tega žanra zelo zadržane urbane populacije.

Po nekaj letih je slovenski turbo folk izzvenel. Med razlogi za to je bila verjetno tudi odsotnost kontinuitete velikih hitov, vendar pa to izzvenevanje ni pomenilo enoznačnega vračanja narodnozabavne glasbene kulture v objem starejših slogovnih konvencij. Nekaj bolj sodobnih elementov je ostalo (med najbolj izrazitimi so posodobljene oblačilne konvencije: od turbo folka naprej so med narodnozabavnimi glasbeniki običajne tudi kavbojke, superge, sončna očala, kratka krila

4. *Electronic dance music.*

in podobno), predvsem pa se je glasba številnih ansamblov začela še odločnejše spogledovati z različnimi prvinami sodobnega popa. Ključni predstavnik te nove struje je že razmeroma dolgo skupina Modrijani, ki se na različne elemente popa sklicuje tako na glasbeni kot tudi na ikonografski ravni. Nekateri avtorji opozarjajo, da je ena od posledic prevzemanja elementov zahodnega popa (in včasih tudi rocka) tudi izginevanje tradicionalnega slovenskega melosa iz narodnozabavne glasbe. Za slovensko ljudsko glasbo, iz katere sta izhajala tudi Slavko in Vilko Avsenik, je bila namreč značilna poudarjeno durovska melodika z velikimi skoki med toni (na primer iz prime na seksto in podobno). To je bila izrazita posebnost slovenske oziroma, natančneje, kranjske ali celo alpske glasbene kulture, danes pa pod vplivom popa prevladujejo preprostejše, bolj linearne in navsezadnje tudi pevsko manj zahtevne melodije z ostrimi ritmi (intervju Ožbalt 2020).

Glede na povedano bi bilo mogoče zaključiti, da se je sodobna slovenska narodnozabavna glasba v zadnjem desetletju ali dveh precej oddaljila od slogovnih prvin narodnozabavne glasbe, kot sta jih postavila brata Avsenik oziroma kakršne so prevladovale v večjem delu druge polovice 20. stoletja. Ampak kdo sploh posluša sodobno slovensko narodnozabavno glasbo?

3 Preučevanje glasbenih občinstev

Preučevanje popularne glasbe se v veliki meri vrti okoli preučevanja njenih občinstev. Ta analitični poudarek je posledica dejstva, da so prve raziskovalce te glasbene zvrsti zanimali zlasti njeni domnevno problematični učinki na posameznike in družbo. Skrb teh avtorjev se je vrtela okoli dveh osnovnih vidikov. Uveljavljeni literarni in glasbeni kritiki (najbolj znani med temi so bili angleški leavisovci) so bili na svoji strani prepričani, da bo popularna glasba s svojimi preprostimi strukturami, poudarjenimi ritmi in transgresivno motiviko vodila k razpadu ali vsaj degeneraciji družbe. Alan Bloom je na primer rock opredelil kot »komercialno zapakirano non-stop masturbacijsko fantazijo, ki je kriva za razkroj teles in umov sodobne mladine« (Bloom v Shuker 1997: 22). Raziskovalci, ki so izhajali (in še vedno izhajajo) iz marksistične oziroma kritične epistemologije, so na drugi strani trdili, da popularna glasba družbeni red ravno nasprotno utrjuje. Med najbolj znanimi avtorji, ki so razmišljali na ta način, je bil Theodor W. Adorno, ki je v svojem verjetno najpomembnejšem delu na to temo, *On Popular Music*, postavil tezo, da popularna glasba v osnovi proizvaja zgolj dva tipa poslušalcev, ritmično-poslušnega in emocionalnega, pri čemer je za oba značilno sprejemanje družbenega reda (Adorno 1996: 312).

Takšna bolj ali manj linearna obsojanja popularne glasbe kot zavajajoče oziroma destruktivne so kmalu naletela na številne kritike. Med najpomembnejšimi je bil očitek implicitnega behaviorizma: predpostavke, da se formalne in vsebinske značilnosti popularne glasbe (kakršne koli že so) neposredno »vpi-sujejo« v posameznike. Poslušanje popularne glasbe namreč v resnici poteka v zelo različnih družbenih kontekstih (Shuker 1997: 123), kar v praksi pomeni, da jo ljudje tudi sprejemamo in navsezadnje uporabljamo na različne – pogosto tudi zelo ustvarjalne – načine (Goodwyn in Frith 1996: 2). To so potrdile tudi številne empirične raziskave (glej na primer Riesman 1996; Horton 1996), pri čemer so avtorji med najbolj nazornimi primeri ustvarjalnih rab popularne glasbe navajali zlasti fenomen mladinskih subkultur.

Analize mladinskih subkultur so bile pomembne, toda kmalu so se pojavili raziskovalci, ki so jim očitali neupravičeno romantiziranje predmeta preučevanja (glej na primer McRobbie 1996; Negus 2009: 20–25; Thornton 1995), tako da se je v osemdesetih in devetdesetih letih 20. stoletja preučevanje občinstev popularne glasbe premaknilo zlasti k preučevanju t. i. tihe večine: običajnim posameznikom, ki svoje življenje vsaj v kakšnem delu napolnjujejo s popularno glasbo. Tudi tu se je pokazalo, da stvari niso povsem preproste, saj nekatere raziskave sugerirajo, da poslušanje popularne glasbe bolj ali manj ne spodbuja kakršnekoli kritične refleksije,⁵ medtem ko spet druge kažejo na različne aktivne razsežnosti poslušanja te glasbene zvrsti. Sara Cohen je denimo opozorila na spodbujanje komunikacije: iz številnih intervjujev, ki jih je naredila, je razbrala, da je popularna glasba integralni del raznovrstnih družabnih srečanj ter da med družinskimi člani in prijatelji krepi povezanost (Negus 2009: 29–30). Susan D. Crafts, Daniel Cavicchi in Charles Keil pa so ugotovili, da večina ljudi glasbo uporablja zlasti za spodbujanje razpoloženj (Negus 2009: 30). Nekateri avtorji še opozarjajo, da se morebitna aktivnost poslušalcev ne prevaja avtomatično v družbeno moč oziroma opolnomočenje (Negus 2009: 35).

Po drugi strani pa vsaj od Pierra Bourdieuja (1994) glasbene preference – vključno z drugimi praksami in objekti kulturne potrošnje – in na njih oblikovana glasbena občinstva veljajo za integralen izraz družbenih ali, natančneje, razrednih diferenciacij. Bourdieu je svojo obsežno empirično raziskavo, objavljeno konec 70. let prejšnjega stoletja, utemeljeval na homologiji strukture družbenih razredov in estetskih preferenc (Coulangeon in Lemel 2009), pri čemer pripadniki višjega družbenega razreda preferirajo elitno (klasično) glasbo, pripadniki nižjih

5. Celia von Feilitzen in Keith Roe sta na primer ugotovila, da večinski del (75–90 %) poslušanja glasbe poteka znotraj obstoječih konvencij in rutin (in ne nasproti njim) (Negus 2009: 28).

družbenih razredov pa popularno glasbo. Vendar je tradicija kvantitativnega raziskovanja kulturnih okusov kmalu pokazala, da se je odnos družbenega razreda ter glasbenega (in širše kulturnega) okusa v zadnjih desetletjih temeljito transformiral. Na tej sledi paradigmatški prelom predstavljajo raziskave Richarda Petersona (glej npr. Peterson 1992), ki pokažejo, da se diferenciacije in hierarhije glede na glasbene in nasploh kulturne preference odvijajo na podlagi distinkcije med omnivorno in univorno kulturno potrošnjo, kar pomeni, da je za sodobno elito in vzpostavljanje družbenih distinkcij na podlagi glasbene in kulturne potrošnje značilna zlasti kulturna omnivornost – široko in neobremenjeno spremljanje zelo različnih kulturnih zvrsti in žanrov – pri čemer pa so se kot izjemno pomembni dejavniki oblikovanja glasbenih preferenc izkazali predvsem starost, spol, etničnost ter tudi druge demografske in družbeno-kulturne pozicije in identitete. V središču razprav in raziskav glasbenih in kulturnih okusov v sodobnih družbah so posledično v ospredju različni mehanizmi in strategije pozicioniranja – pri tem ima ključno vlogo razvoj globalne kulturne in medijske industrije – ki temeljijo na inkluzivnosti glasbene potrošnje in občinstev ter vrednotenjski distinkciji znotraj popularne glasbe ali celo znotraj žanra; vzporedno pa tudi kritike (glej Atkinson 2011) in relativizacije obsega omnivornosti (Bennett in dr. 2009: 5. poglavje) sodobnih elitnih glasbenih občinstev, ki so značilne predvsem za srednji razred. Kot epistemološko pomembna se izpostavlja tudi problematičnost žanra kot temeljne kategorije konceptualizacije glasbenega okusa (glej Vlegels in Lievens 2017) in detajlirano raziskovanje, kako potekata konzumacija in praktična raba glasbe. V zadnjem desetletju pa je v ospredju (glej npr. Webster 2019) predvsem medijsko in tehnološko okolje – internet in *streaming* platforme – vključno z operacionalizacijo računalniških in velikopodatkovnih analiz (glej Manovich 2020).

4 Metoda

Vprašanja o praktičnih rabah in navsezadnje tudi širših družbenih implikacijah popularne glasbe so pomembna, toda v primeru slovenske narodnozabavne glasbe do tega trenutka ne vemo niti, kdo jo posluša. Da bi razpravo o širšem vplivu in pomenu slovenske narodnozabavne glasbe sploh lahko odprli, smo na podlagi empirične raziskave o poslušanosti glasbe v Sloveniji najprej poskusili identificirati osnovne značilnosti občinstev sodobne slovenske narodnozabavne glasbe. Analiza je posledično temeljila na uporabi metod deskriptivne statistike glede na osnovne demografske značilnosti in svetovnonazorske usmeritve populacije poslušalcev te glasbene zvrsti, pri čemer smo v razpravi to populacijo poskusili vsaj okvirno umestiti v širši slovenski družbeni in kulturni kontekst. Natančneje, ker nas je v raziskavi zanimala zlasti distribucija različnih kategorij

v odnosu do poslušanja narodnozabavne glasbe, smo empirični del analize zasnovali na podlagi osnovnih parametrov frekvenčne porazdelitve poslušnosti narodnozabavne glasbe ter na podlagi preverjanja statistične odvisnosti med poslušanjem narodnozabavne glasbe in posamičnimi spremenljivkami, ki glede na naše predpostavke omogočajo identifikacijo občinstva sodobne slovenske narodnozabavne glasbe. Pri tem smo izhajali iz statistične analize Pearsonovega hi-kvadrata in testiranja neodvisnosti spremenljivk s kalkulacijo verjetnosti (vrednost p), pri čemer lahko o statistično značilni povezanosti dveh spremenljivk govorimo v primeru, ko je p manjši ali enak 0,05. Na tej podlagi smo nato oblikovali razpravo o družbenih in kulturnih značilnostih občinstev slovenske narodnozabavne glasbe, ki nas primarno zanimajo. V osnovi smo tako izhajali iz raziskovalnega vprašanja, kakšne so sociodemografske in svetovnonazorske značilnosti občinstev slovenske narodnozabavne glasbe, analizo natančnejših razmerij med spremenljivkami pa smo pustili za prihodnje, na različne vsebinske poudarke osredotočene analize.

Na vprašanje o značilnostih občinstev sodobne slovenske narodnozabavne glasbe smo poskusili odgovoriti s pomočjo baterije vprašanj v okviru vprašalnika, ki so ga za raziskavo Slovensko javno mnenje pripravili na Centru za raziskovanje javnega mnenja na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani. Anketiranje je potekalo od 17. marca do 1. junija 2021. Pristop in izvedba raziskave sta sledila utečeni metodologiji, ki se uporablja pri izvajanju nacionalnih javnomnenjskih raziskav s pomočjo verjetnostnega vzorčenja (Hafner - Fink in dr. 2021: 2).

Vzorčni načrt je bil zasnovan za anketo s spletnim samoizpolnjevanjem. Populacijo so sestavljali vsi prebivalci Republike Slovenije, stari 18 let ali več. Zgornja starostna meja ni bila postavljena, izbor oseb, ki so bile vključene v vzorec, pa je bil izveden na podlagi Centralnega registra prebivalcev Slovenije kot izhodiščnega vzorčnega seznama. Anketiranci so bili izbrani z naključnim sistematičnim postopkom izbora oseb, pri čemer je imela vsaka oseba iz populacije enako verjetnost, da bo vključena v vzorec. Za sistematičen izbor oseb se je upoštevala tudi predhodna stratifikacija glede na 12 statističnih regij in 6 tipov naselij. Na podlagi vzorčnega načrta je bil določena velikost vzorca $n = 2500$ oseb (Hafner - Fink in dr. 2021: 3).

Do konca raziskave je bilo zbranih 1022 izpolnjenih anket, kar je po izračunu stopnje odzivnosti 40,9 % izkoriščenosti vzorca oziroma 43 %, če upoštevamo povprečni delež *ineligible* enot v raziskavah s podobnim vzorčnim dizajnom (približno 4 %) (za več podrobnosti o metodi in izvedbi raziskave glej Hafner - Fink in dr. 2021). Avtorji raziskave so za namen analiz v podatkovno bazo vključili tudi poststratifikacijsko utež, ki izravnava možna odstopanja osnovnih

populacijskih deležev na raven deležev, ki izhajajo iz statističnih virov (vzorčnega okvira). Utež temelji na kombinaciji spremenljivk: Spol x Starost (2 x 4) in Regija x Tip naselja (12 x 6) (ibid.: 4).

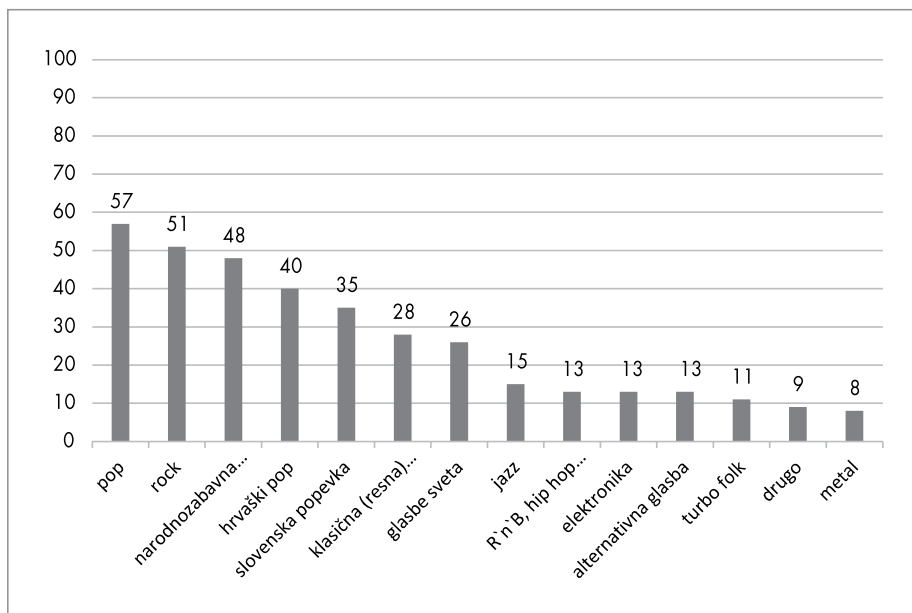
Sklop o poslušanju sodobne slovenske narodnozabavne glasbe je vključeval vprašanja o priljubljenosti različnih glasbenih žanrov med respondenti (te smo povabili, naj izberejo glasbene žanre, ki jih poslušajo; izbrati je bilo mogoče več žanrov, na voljo pa so bile naslednje kategorije: pop rock; narodnozabavna glasba; hrvaški pop; turbo folk; R'n'B, hip hop ali trap; elektronika; slovenska popevka; jazz; metal; alternativna glasba; glasbe sveta; drugo), stopnji aktivnosti in pogostosti poslušanja, medijih in situacijah, v katerih respondenti poslušajo glasbo, najbolj priljubljenih izvajalcih ter o stališčih glede možnosti uporabe slovenske narodnozabavne glasbe pri turistični promociji države. V pričujoči razpravi se bomo osredotočili zlasti na analizo demografskih značilnosti in nekaterih osnovnih svetovnonazorskih stališč poslušalcev slovenske narodnozabavne glasbe (tiste populacije respondentov, ki so pri vprašanju o poslušanosti glasbenih žanrov izbrali (tudi) slovensko narodnozabavno glasbo), večji del drugih vidikov pa bomo analizirali drugje. Deleže bomo zaokrožali na polna števila, saj so natančnejše številke zaradi možnosti statistične napake nesmiselne, če že ne zavajajoče.

5 Analiza

Prvi podatek, ki je za nas zanimiv, je delež populacije, ki posluša narodnozabavno glasbo. Rezultati raziskave so pokazali, da ta glasbeni žanr posluša nekaj manj kot polovica vseh prebivalcev Slovenije, 48 %, kar je razmeroma veliko: od narodnozabavne glasbe sta po podatkih iz naše raziskave bolj priljubljena zgolj pop (57 %) in rock (51 %), vsi drugi žanri pa so manj poslušani, pri čemer je treba poudariti, da so njihovi deleži tudi praviloma krepko manjši. Podrobneje je priljubljenost različnih glasbenih žanrov v Sloveniji podana v Grafu 1.

Ker so raziskovalci slovenskega javnega mnenja poslušanje narodnozabavne glasbe preverjali že leta 1992, lahko naše podatke primerjamo s takratnimi ugotovitvami. Ugotavljamo, da se je v skoraj tridesetih letih delež poslušalcev tega žanra opazno zmanjšal. Leta 1992 je bil namreč delež anketirancev, ki so izjavili, da poslušajo narodnozabavno glasbo, 63 % (glej Toš in dr. 1992).

Graf 1: Odstotek izbranih odgovorov na vprašanje:
»Katere od naštetih glasbenih zvrsti poslušate?« (n = 1018).



Vir: Hafner - Fink in dr. (2021).

V povezavi s poslušalci sodobne slovenske narodnozabavne glasbe nas je v nadaljevanju najprej zanimala njihova demografska struktura, začenši z narodnostjo. Rezultati ankete so pokazali, da to glasbeno zvrst posluša 52 % Slovencev in 16 % pripadnikov drugih narodnosti v Sloveniji (Tabela 1).

Tabela 1: Delež poslušalcev slovenske NZG glede na kategorije narodnosti, spola, starosti in dosežene izobrazbe.

		poslušam NZG
narodnost (n = 1007)	Slovenec (n = 886)	52 %
	drugo (n = 121)	16 %
spol (n = 1016)	moški (n = 520)	50 %
	ženske (n = 496)	46 %

starost (n = 1018)	do 30 let (n = 171)	36 %
	31 - 45 let (n=268)	34 %
	46 - 60 let (n = 265)	42 %
	61 let in več (n = 314)	71 %
izobrazba (n = 1007)	osnovna ali manj (n = 86)	69 %
	poklicna (n = 168)	66 %
	srednja (n = 359)	48 %
	višja ali visoka (n = 394)	35 %

Vir: Hafner - Fink in dr. (2021).

Prvo je verjetno v okviru pričakovanj, je pa delež pripadnikov drugih narodnosti morda celo presenetljivo visok, saj gre za žanr, ki je močno vezan na zelo specifično slovensko nacionalno mitologijo oziroma, morda natančneje, fantazmagorijo. Slednja se, kot že omenjeno, vrti zlasti okoli idealiziranja življenja na podeželju, rezultati raziskave pa kažejo, da se z njo očitno identificira tudi vsaj del pripadnikov drugih narodnosti v Sloveniji oziroma – to je druga možnost – da vsaj nekatere pripadnike drugih narodnosti v Sloveniji ta glasbena zvrst preprosto pritegne kot glasba in se z njeno njim vsaj nekoliko tujo ikonografijo niti ne obremenjujejo.

Tretja spremenljivka je bila spol poslušalcev. Tu so rezultati pokazali, da omembe vrednih razlik med spoloma pri poslušanju narodnozabavne glasbe ni; to glasbeno zvrst je izbralo 50 % respondentov moškega spola in 46 % ženskega.

Da povezava med poslušanjem narodnozabavne glasbe in spolom statistično ni značilna, potrjuje tudi vrednost $p = 0,245$ (statistično značilna so razmerja, kjer je p manjši ali enak 0,05). Pri analizi rezultatov smo preverili še razmerje med poslušanjem narodnozabavne glasbe po spolu glede na tip naselja, starost in izobrazbo. Tu se je pokazalo, da tip naselja in starost na spol poslušalcev ne vplivata (vrednost p je v prvem primeru 0,954, v drugem pa 0,089), da pa obstaja povezava med izobrazbo in spolom ($p = 0,050$). Konkretno prihaja do razlike zlasti v podrobnosti, da v kategoriji posameznikov s končano osnovno šolo ali manj, ki poslušajo narodnozabavno glasbo, prevladujejo ženske (63 %).

Bolj so bili razgibani rezultati pri starosti. Glede na to, da se slovenska narodnozabavna glasba vrti zlasti okoli tradicije in nostalgичnih motivov, verjetno ne preseneča, da je precej razširjena med starejšo populacijo (71 % posameznikov, starejših od 61 let, je odgovorilo, da to glasbeno zvrst posluša).

Ti deleži potem za vsako naslednjo generacijo padajo, le pri najmlajši generaciji (posamezniki, stari do 30 let) se zanimanje za to glasbeno zvrst spet nekoliko dvigne. O tem smo pred časom že pisali (glej Stanković 2015), pri čemer je naša teza, da je narodnozabavna glasba zlasti v sedemdesetih in osemdesetih letih 20. stoletja pridobila izrazito negativne konotacije zaostale, kmečke ali celo »goveje« glasbe, kar v praksi pomeni, da imajo pripadniki generacij, ki so odrasčali v tistem času, do nje izrazito distanco, mlajši, ki jim te asociacije niso več tako zelo blizu, pa ne več nujno. Danes tako na primer ni nič nenavadnega, če se ta glasbena zvrst pojavi tudi na kakšni študentski prireditvi ali kaj podobnega. Da med poslušanjem narodnozabavne glasbe in starostjo obstaja zelo močna zveza, potrjuje tudi vrednost $p = 0,000$.

Še bolj linearne so razlike pri izobrazbi. Kot je videti v tabeli, je poslušanje narodnozabavne glasbe v zelo močni ($p = 0,000$) statistični odvisnosti od stopnje izobrazbe: medtem ko to glasbeno zvrst posluša približno tretjina posameznikov z zaključeno osnovno šolo ali manj (69 %) in poklicno šolo (66 %), je ta delež pri višje izobraženih precej manjši. Narodnozabavno glasbo tako posluša 48 % respondentov s srednjo šolo in 35 % tistih z višjo šolo ali več.

Glede na rezultate raziskave se zdi, da pripadnost določenemu družbenemu sloju pri poslušanju narodnozabavne glasbe ni zelo pomemben dejavnik, o čemer priča tudi vrednost $p = 0,091$. Ob tem je sicer treba poudariti, da so bili v raziskavi družbeni sloji oblikovani po načelu samoopredelitev; respondenti so bili pozvani, da se glede na lastno presojo sami uvrstijo na lestvico od 1 (dno družbe) do 10 (vrh družbe). To omenjamo, ker takšno opredeljevanje ni nujno zelo točno, najprej načelno, ker smo ljudje pri teh ocenah praviloma vsaj nekoliko subjektivni, potem pa tudi konkretno v povezavi z dejstvom, da smo posamezniki nagnjeni k temu, da se umeščamo proti sredini. O tem pričajo tudi rezultati raziskave, kjer se je na sredino (med četrto in sedmo mesto) postavilo kar 69 % respondentov (ob tem, da je 10 % respondentov izbralo »ne vem«, kar v praksi pomeni, da se je za pripadnike višjega ali nižjega sloja skupaj opredelilo zgolj 20 % respondentov). Iz tega sledijo tudi nekoliko nediferencirane povezave s poslušanjem narodnozabavne glasbe: iz pridobljenih podatkov sledi, da od samoopredeljenih pripadnikov nižjega sloja narodnozabavno glasbo posluša 47 % respondentov, srednjega 50 % in zgornjega 42 % (Tabela 2).

Tabela 2: Delež poslušalcev slovenske NZG glede na samoopredeljeni družbeni sloj⁶ in poklicne razrede.

		poslušam NZG
sloj (n = 1017)	spodnji (n = 156)	47 %
	srednji (n = 470)	50 %
	zgornji (n = 272)	41,5 %
	ne vem, b. o. (n = 119)	52 %
poklicni razredi (n = 1018)	veliki zaposlovalci, višji menedžerji in profesionalci (n = 136)	38 %
	nižji menedžerji in profesionalci, višji nadzorniki in tehniki (n = 215)	45 %
	vmesni poklici (n = 73)	40 %
	manjši zaposlovalci in samozaposleni (ne na področju kmetijstva) (n = 80)	56 %
	nižji nadzorniki in tehniki (n = 118)	55 %
	nižji prodajalci in delavci v sektorji uslug (service) (n = 90)	39 %
	nižji tehnični delavci (n = 45)	58 %
	rutinski poklici (n = 111)	50,5 %
	študentje (n = 63)	27 %
	trajno brezposelni (n = 31)	48 %
	b. o. (n = 56)	61 %

Vir: Hafner - Fink in dr. (2021).

6. Samoopredelitev družbenega sloja smo v anketnem vprašalniku merili z vprašanjem: »V naši družbi so skupine ljudi, ki so blizu vrha, ter skupine, ki so bolj na dnu. Spodaj je lestvica, ki sega od vrha do dna. Kam bi vi uvrstili samega sebe na tej lestvici?«

Iz povedanega sklepamo, da poslušanje narodnozabavne glasbe glede na slojevsko samoopredelitev praktično ni diferencirano in da je v za spoznanje manjšem obsegu očitno prisotno zgolj med respondenti, ki so se opredelili kot pripadniki višjega družbenega sloja.

Ker pa je kriterij samoopredeljevanja, kot rečeno, vsaj nekoliko problematičen, smo poslušanje narodnozabavne glasbe preverili tudi v razmerju do poklicnih razredov.⁷ Tu se je pokazala nekoliko bolj niansirana podoba; izstopajo zlasti študentje kot populacija, pri kateri je poslušanje narodnozabavne glasbe najmanj prisotno (zgolj 27 %). Na nasprotni strani podatki kažejo bolj izrazito priljubljenost tega žanra med nižjimi tehničnimi delavci (58 %) ter nižjimi nadzorniki in tehniki (55 %), čeprav po drugi strani kljub temu in kljub vrednosti $p = 0,008$, ki priča o statistični povezanosti spremenljivk, tudi pri kriteriju poklicnih razredov najbolj bode v oči mera nediferenciranosti rezultatov: z izjemo študentske populacije narodnozabavno glasbo posluša približno polovica populacije ne glede na vrsto poklica.

Povezavo med poslušanjem narodnozabavne glasbe in krajem bivanja smo preverjali na dva načina. Prvi je bil povezan s samoopredelitvijo respondentov, pri kateri so posamezniki izbirali med naslednjimi možnostmi: veliko mesto, obrobje velikega mesta, manjše mesto, podeželski kraj oziroma vas in osamljena kmetija. Rezultati so pokazali visoko stopnjo statistične odvisnosti ($p = 0,000$) kraja bivanja in poslušanja narodnozabavne glasbe, in sicer v smislu, da bolj ko je kraj velik oziroma urban, manj bo ta glasbena zvrst razširjena. V Tabeli 3 tako na primer vidimo, da narodnozabavno glasbo še najraje poslušajo na osamljenih kmetijah (70 % respondentov) in v podeželskih krajih oziroma na vaseh (59 %), medtem ko je v manjših mestih ta delež 44 %, na obrobju velikih mest 37 % in v velikih mestih 27 %.

7. Razredi so bili oblikovani v skladu s parametri uveljavljene klasifikacije ESeC (European Socio-economic Classification).

Tabela 3: Delež poslušalcev slovenske NZG glede na kraj bivanja in tip naselja.

		poslušam NZG
kraj bivanja (n = 1013)	veliko mesto (n = 182)	27 %
	obrobje velikega mesta (n = 81)	37 %
	manjše mesto (n = 265)	44 %
	podeželski kraj oz. vas (n = 461)	59 %
	osamljena kmetija (n = 24)	70 %
tip naselja (n = 1018)	nekmečko naselje z manj kot 2000 prebivalci (n = 296)	54 %
	kmečko naselje z manj kot 2000 prebivalci (n = 237)	61 %
	naselje z 2000-10.000 prebivalci (n = 174)	48 %
	naselja z več kot 10.000 prebivalci (n = 131)	41 %
	Maribor (n = 46)	39 %
	Ljubljana (n = 134)	20 %

Vir: Hafner - Fink in dr. (2021).

Da bi ugotovili, ali je razporejenost poslušanja po tipih naselij povezana z drugimi spremenljivkami, smo preverili tudi te relacije, vendar statistično značilnih povezav nismo našli.

Drugi način preverjanja razmerja med krajem bivanja in poslušanjem narodnozabavne glasbe je bila analiza odvisnosti poslušanja te glasbene zvrsti glede na dejanske lokacije. Slednje so bile uporabljene pri vzorčenju, za nas pa so pomembne ne le ker gre za objektivne (in ne subjektivne) pripadnosti, temveč tudi ker so te kategorije nekoliko drugačne od zgornjih in nam torej omogočajo, da povezave med krajem in poslušanjem razumemo še z dodatnega zornega kota. Konkretno so bile tu kategorije naslednje: kmečko naselje z manj kot 2000 prebivalci, nekmečko naselje z manj kot 2000 prebivalci, naselje z med 2000 in 10.000 prebivalci, naselje z več kot 10.000 prebivalci, Maribor in Ljubljana. Po pričakovanih rezultati (Tabela 3) spet kažejo na močno odvisnost ($p = 0,000$)

med krajem bivanja in poslušanjem narodnozabavne glasbe v smislu, da manjši kot je kraj, bolj bo poslušanje tega žanra razširjeno.

Vseeno pa lahko tu razberemo še dve novi in hkrati zelo povedni podrobnosti. Prva zadeva ugotovitev, da v naseljih z do 2000 prebivalci narodnozabavno glasbo poslušajo bolj v kmečkih (61 % respondentov) kot nekmečkih naseljih (54 %), iz česar lahko sklepamo, da gre za glasbeno zvrst, ki ne le da se vrti okoli izrazito rustikalnega simbolnega imaginarija, temveč da tudi najbolj nago-varja populacijo iz tega okolja. Druga podrobnost pa je povezana z dejstvom, da poslušanje narodnozabavne glasbe z velikostjo naselij postopoma pada, pri čemer pa je ta padec resnično odločen šele povsem na koncu (glej Tabela 3), se pravi pri Ljubljani: medtem ko v Mariboru narodnozabavno glasbo posluša 39 % respondentov, kar je zgolj za malenkost manj kot v kategoriji naselij z več kot 10.000 prebivalci (41 %), je v Ljubljani poslušalcev te glasbene zvrsti le še 20 % respondentov. Če bi torej glede na rezultate in simbolni imaginarij narodnozabavne glasbe (glej Stanković 2021) tvegali trditev, da gre za glasbeno zvrst, ki v Sloveniji velja za enega najbolj izrazitih označevalcev tradicije in podeželja, bi lahko glede na številke sklepali, da imamo v tej državi zgolj eno vsaj približno resno mesto v smislu bolj razvite in prevladujoče urbane kulture, in sicer njeno prestolnico. Vsa druga so namreč vsaj glede na kulturne dispozi-cije od podeželja očitno precej nediferencirana, čeprav je po drugi strani prav tako res, da tudi tistih 20 % v Ljubljani ni povsem zanemarljivih (pri čemer velja poudariti, da gre tu za izrazito starejšo populacijo: več kot polovica (54 %) korespondentov, ki živijo v Ljubljani in poslušajo narodnozabavno glasbo, je starejših od 61 let, delež mlajših od 30 let predstavlja le še 3,8 %).

Naslednja spremenljivka, ki smo jo analizirali v odnosu do poslušanja narodnozabavne glasbe, je bila vernost. Anketirance smo pozvali, naj se opredelijo za eno od treh kategorij: veren, neveren ali prepričan ateist, pri čemer so rezultati (Tabela 4) pokazali, da je narodnozabavna glasba najbolj priljubljena med tistimi, ki se opredeljujejo za verne (posluša jo 57 % respondentov), medtem ko so bili deleži pri nevernih (40 %) in prepričanih ateistih (26 %) precej manjši. Tudi v skladu s tem lahko sklepamo, da je narodnozabavna glasba priljubljena zlasti – ne pa izključno – med populacijo, ki je kulturno bolj tradicionalistično naravnana, pri čemer pa je seveda treba biti previden: vernost sama po sebi ni nujni prediktor tradicionalizma.

Da gre med poslušanjem narodnozabavne glasbe in vernostjo za močno povezavo, priča tudi vrednost $p = 0,000$.

Tabela 4: Delež poslušalcev slovenske NZG glede na vernost.⁸

		Poslušam NZG
vernost (n = 1008)	verni (n = 615)	57 %
	neverni (n = 231)	40 %
	prepričan ateist (n = 162)	26 %
politična identifikacija (n = 1018)	levica (n = 250)	34 %
	sredina (n = 327)	47 %
	desnica (n = 163)	63 %
	ne vem, b. o. (n = 278)	52 %

Vir: Hafner - Fink in dr. (2021).

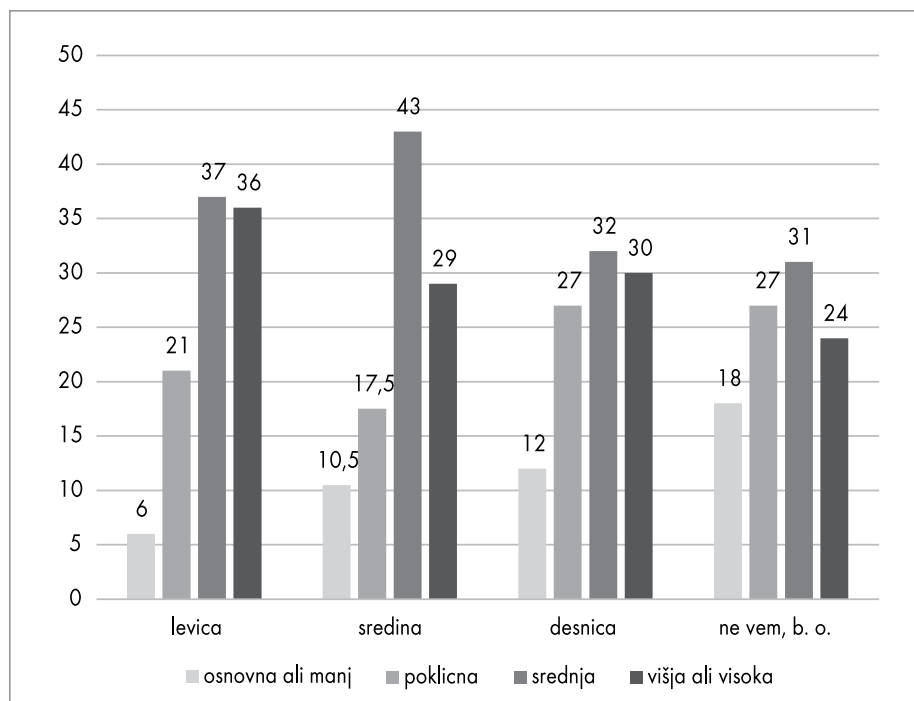
V raziskavi nas je nadalje zanimalo, v kakšnem odnosu je poslušanje narodnozabavne glasbe s političnimi identifikacijami. Anketirance smo tako pozvali, naj se označijo na lestvici od 0 do 10, kjer 0 pomeni skrajno levico in 10 skrajno desnico, potem pa smo te rezultate združili v tri skupine in jih križali s poslušanjem narodnozabavne glasbe. Skupine so bile: politična levica (anketiranci, ki so se na lestvici označili na pozicijah med 0 in 3), sredina (anketiranci, ki so se na lestvici označili na pozicijah med 4 in 6) ter desnica (anketiranci, ki so se na lestvici označili na pozicijah med 7 in 10). Rezultati (Tabela 4) so pokazali jasno ($p = 0,000$), vseeno pa tudi v tem primeru ne povsem določujočo povezavo med političnimi identifikacijami in poslušanjem narodnozabavne glasbe: medtem ko je 63 % respondentov, ki so se opredelili politično desno, odgovorilo, da posluša narodnozabavno glasbo, sta ta deleža na politični sredini (47 %) in levici (34 %) precej manjša.

Pri tem pa je pomembno vprašanje tudi sociodemografska struktura navedenih političnih kategorij poslušalcev narodnozabavne glasbe. Zato smo se v analizi osredotočili še na povezavo izobrazbe in starosti s političnimi identifikacijami pri poslušanju te glasbene zvrsti. Oba dejavnika sta se namreč izkazala kot pomembna

8. Vernost smo v anketnem vprašalniku merili z vprašanjem: »Ne glede na to, ali obiskujete verske obrede ali ne, ali bi zase rekli, da ste ...« Politične identifikacije smo merili z vprašanjem: »V politiki ljudje pogosto govorijo o levici in desnici. Kam bi vi uvrstili sami sebe na lestvici od 0 do 10, kjer pomeni 0 levico in 10 desnico?«

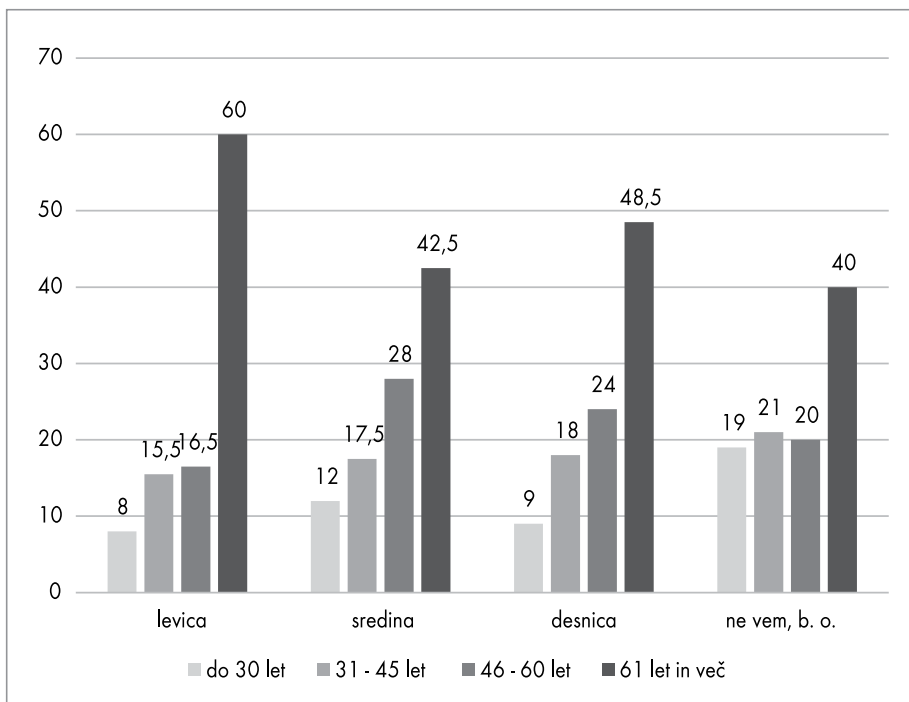
pri opredeljevanju osnovnih značilnosti poslušalcev narodnozabavne glasbe. Tako lahko opazimo (Graf 2), da so med poslušalci narodnozabavne glasbe, ki se identificirajo s politično desnico in politično sredino, nekoliko bolj prisotni slabše izobraženi posamezniki (v prvem primeru je delež poslušalcev z osnovno šolo ali manj 12 % in v drugem 10,5 %), medtem ko je takšnih posameznikov med poslušalci, ki se politično nagibajo na levo, za polovico manj (6 %). V vseh političnih kategorijah sicer največji delež predstavljajo poslušalci s srednješolsko izobrazbo (na levi 37 %, v sredini 43 %, na desnici 32 %), v levo usmerjeni skupini poslušalcev narodnozabavne glasbe pa lahko opazimo najvišji delež tistih z visoko izobrazbo (36 %). V navezavi na starostno strukturo posameznih političnih kategorij (Graf 3) med poslušalci narodnozabavne glasbe je pomembna ugotovitev, da med levo usmerjenimi poslušalci narodnozabavne glasbe prevladuje starejša populacija (60 % je starih 61 let ali več, medtem ko je delež takšnih na desnici 48,5 % in v sredini 42,5 %). Vendar pa je izračun povezav poslušanja narodnozabavne glasbe tako v odnosu med izobrazbo in političnimi opredelitvami kot v odnosu med starostjo in političnimi opredelitvami pokazal odsotnost statistično značilnih povezav.

Graf 2: Odstotek dosežene izobrazbe med poslušalci NZG glede na politično identifikacijo.



Vir: Hafner - Fink in dr. (2021).

Graf 3: Odstotek starostnih kategorij med poslušalci NZG glede na politično identifikacijo.



Vir: Hafner - Fink in dr. (2021).

Čisto na koncu nas je zanimal še odnos med poslušanjem narodnozabavne glasbe in drugih žanrov. Tu so rezultati raziskave pokazali, da poslušalci narodnozabavne glasbe poleg te glasbene zvrsti najpogosteje poslušajo še slovensko popevko (52 % poslušalcev narodnozabavne glasbe posluša tudi slovensko popevko), pop (50 %) in hrvaški pop (50 %). Nekoliko manjši delež jih posluša tudi rock (40 %), drugi žanri pa se pojavljajo redkeje; v tej smeri izstopata zlasti metal, ki ga posluša zgolj 5 % poslušalcev narodnozabavne glasbe, in alternativni rock (7 %).

Tabela 5: Delež poslušanja drugih glasbenih zvrsti med poslušalci NZG (n=486).

pop	50 %
rock	40 %
hrvaški pop	50 %
turbo folk	13 %
r'n'b, hip hop in/ali trap	10 %
elektronika	11,5 %
klasična (resna) glasba	28 %
slovenska popevka	52 %
jazz	12 %
metal	5 %
alternativna glasba	7 %
glasbe sveta	24 %
drugo	6 %

Vir: Hafner - Fink in dr. (2021).

Iz rezultatov sklepamo, da se poslušanje narodnozabavne glasbe prekriva zlasti s poslušanjem različnih konvencionalnih glasbenih žanrov, pri čemer ne moremo spregledati še posebej močne povezave s slovensko popevko, ki sugerira, da narodnozabavno glasbo posluša zlasti populacija poudarjeno tradicionalistične oziroma nostalgije kulturne orientacije, ki ji je pri glasbi najpomembnejše, da je domača (slovenska) oziroma da je strukturirana okoli dobro poznanih in razumljivih simbolnih registrov.

6 Konfiguracije robov: starost, izobrazba, lokacija in vrednote – ne pa tudi razred?

O slovenski narodnozabavni glasbi kroži veliko stereotipov. Med ključnimi je predstava, da je to »goveja« glasba, ki jo posluša zlasti manj izobražena in starejša populacija na podeželju. Ta predstava je veliko prispevala k izraziti nepriljubljenosti tega glasbenega žanra med mlajšo in bolj urbano populacijo v sedemdesetih in osemdesetih letih 20. stoletja, v devetdesetih letih pa se je začel proces različnih zvočnih in slogovnih posodabljanj narodnozabavne glasbe, ki je še vedno v teku in ki v praksi verjetno pomeni, da ta glasbena zvrst pridobiva svoje privrženke tudi izven socialnih krogov, s katerim jo povezujemo v omenjenih stereotipih. O tem pričajo številna poročila o študentskih in drugih podobnih mladinskih zabavah, na katerih naj bi se vrtela tudi narodnozabavna

glasba, vendar pa so to priložnostne in nesistemačne informacije, iz katerih je težko sklepati na širše procese. Da bi torej ugotovili bolj natančno, kakšna so v resnici aktualna občinstva slovenske narodnozabavne glasbe, smo zasnovali pričujočo raziskavo, ki je pokazala, da omenjene predstave o tem žanru kot glasbi za manj izobraženo in starejšo populacijo na podeželju v precejšnji meri držijo, da pa stvari vseeno niso povsem enoznačne. Glede na rezultate tako lahko zatrdimo, da narodnozabavno glasbo res poslušajo zlasti starejši posamezniki (71 % respondentov), da pa je blizu tudi številnim mladim poslušalcem (36 % respondentov; v praksi to pomeni, da narodnozabavno glasbo poslušča vsak tretji Slovenec, mlajši od 30 let, kar nikakor ni majhen delež). Podobno velja tudi za vse druge spremenljivke, tako da lahko ugotovimo, da to glasbeno zvrst poslušča starejša in manj izobražena, bolj verna in politično bolj na desno nagnjena populacija na podeželju, da pa je ne poslušajo vsi posamezniki iz teh krogov ter da je vsaj do neke mere prisotna tudi med mlajšo in bolj izobraženo populacijo ter v mestih (čeprav je slednje izrazito zlasti med starejšimi).

Ker je naša raziskava občinstev slovenske narodnozabavne glasbe prva te vrste, žal naših ugotovitev ne moremo primerjati s stanjem v prejšnjih desetletjih,⁹ na osnovi česar bi lahko sklepali tudi o širših trendih (na primer o upadanju ali povečevanju priljubljenosti narodnozabavne glasbe pri različnih segmentih populacije). Izjema je že omenjeni podatek iz leta 1992, iz katerega je mogoče sklepati, da se je poslušanje tega glasbenega žanra v Sloveniji v nezanemarljivem deležu zmanjšalo (s 63 % na 48 % populacije). Naše interpretacije rezultatov so posledično omejene na bolj ali manj sinhrono primerjavo posamičnih deležev, pri čemer nas je med drugim zanimala tudi intenzivnost vpliva posamičnih spremenljivk. Če smo tako pri analizi ugotavljali, da spol praktično nima vpliva na poslušanje narodnozabavne glasbe, za večino drugih spremenljivk velja, da sta na eni skrajnosti približno dve tretjini respondentov, na drugi pa ena. To vidimo na primer pri starosti (narodnozabavno glasbo poslušča 71 % respondentov, starih nad 61 let, in 36 % starih do 30 let), političnih identifikacijah (63 % desno opredeljenih respondentov in 34 % levih), vernosti (57 % vernih in 26 % prepričanih ateistov),

9. Poslušanje slovenske narodnozabavne glasbe je bilo obravnavano tudi v sklopu raziskave Medijska potrošnja, razred in kulturna stratifikacija (Luthar in dr. 2011; Luthar 2014), in sicer pri vprašanju »Spodaj je seznam različnih žanrov glasbe. Prosimo vas, da za vsakega od njih poveste, koliko vam je všeč na lestvici od 1 do 5, kjer 1 pomeni sploh mi ni všeč, 5 pa zelo mi je všeč«. Rezultati na vzorcu $n = 820$ so pokazali, da 19 % vprašanih slovenska NZG sploh ni všeč, 21 % pa je zelo všeč (možnost 2 je izbralo 16 %, možnost 3 21 % in možnost 4 22%). Vendar je bila raziskava osredotočena na urbani srednji razred, zato so bile v vzorec vključene polnoletne osebe, ki imajo stalno prebivališče v dveh največjih mestih v Sloveniji, Mestni občini Ljubljana in Mestni občini Maribor.

kraju bivanja (70 % respondentov z osamljenih kmetij in 26 % respondentov iz velikih mest) in izobrazbi (69 % respondentov z osnovno šolo ali manj in 35 % z visoko izobrazbo ali višjo). Pomembna izjema je zgolj družbeni sloj, pri katerem smo ugotovili manjše razlike med skrajnostmi (narodnozabavno glasbo poslušajo 47 % respondentov, ki se umeščajo v nižji sloj, in 42 % tistih, ki se umeščajo v višjega). To je zanimiva podrobnost, saj avtorji pri raziskavah okusov vsaj od Bourdieuja (1994) naprej ugotavljajo povezanost kulturnih praks in estetskih izbir zlasti z razredno pripadnostjo, v primeru narodnozabavne glasbe pa to očitno ne velja, saj je njeno poslušanje veliko bolj kot z mestom v razredni strukturi povezano s starostjo, vernostjo, krajem bivanja, izobrazbo in političnimi identifikacijami, kar se sklada s *postbourdiejevskimi* analizami, ki smo jih omenili zgoraj.

Kaj je razlog za to posebnost, lahko zgolj špekuliramo, in to v vsaj dveh smereh. Prva je povezana z razmeroma visoko stopnjo socialne nediferenciranosti Slovenije. Različne raziskave namreč kažejo (glej Luthar 2012: 17–19), da je Slovenija razredno ena izmed najmanj razslojenih držav v Evropi, saj je bila po podatkih Eurostata v letu 2020 (Eurostat 2022) najvišja povprečna plača zgolj 3,3-krat višja od najnižje (evropsko povprečje je že vrsto let okoli 5). Slovenija je po teh kazalnikih celo druga dohodkovno najbolj egalitarna država v Evropi, takoj za Slovaško, v praksi pa to pomeni, da zelo izrazitih in med seboj ločenih ekonomskih razredov pri nas očitno nimamo, tako da potem verjetno izostajajo tudi različne kulturne artikulacije, ki v bolj diferenciranih družbah meje med razredi utrjujejo oziroma poudarjajo.¹⁰ Zaradi relativnega ekonomskega egalitarizma procesi družbene diferenciacije potekajo predvsem na polju kulturnih distinkcij, ki pa niso enostavno odvisni od družbenoekonomskih položajev in razmerij (Luthar 2012: 19), temveč se vzpostavljajo na podlagi drugih demografskih in družbenih značilnosti. Med razlogi za razredno nediferenciranost Slovenije so zamudniški vzorci industrializacije in modernizacije, ki niso proizvedli izrazitega delavskega razreda (prav kakor tudi ne omembe vrednega razreda domačih industrialcev), izseljevanje, izgoni ter navsezadnje poboji nemškega, italijanskega in domačega meščanstva po obeh vojnah (predvsem drugi), zaradi katerih je v slovenski družbi skoraj popolnoma prevladala podeželska, malomestna in v večja mesta priseljena podeželska populacija, svoje pa je prispevalo tudi obdobje socializma, kjer si je oblast prizadevala razlike med sloji čim bolj zmanjšati.

10. Kot že rečeno, sta klasičen primer konzumiranje elitne umetnosti in izrazita distanca do različnih popularnih žanrov med višjimi razredi, ki jo je v svoji raziskavi prepoznal že omenjeni Pierre Bourdieu. Kot prav tako že omenjeno, vse od Petersonovega članka (1992) sicer prevladuje ocena, da je za sodobno elito značilna zlasti kulturna omnivornost: široko in neobremenjeno spremljanje zelo različnih kulturnih zvrsti in žanrov.

V povezavi s slednjim verjetno ni nepomembno, da imajo prebivalci Slovenije na obdobje socializma pretežno dobre spomine (glej Velikonja 2009: 545; 2008: 83–84), tako da slovenska družba tudi po koncu socialistične ureditve ni ostala zgolj razmeroma homogena, temveč jo vse do danes zaznamuje tudi močen vpliv socialističnih vrednot, na primer visoko vrednotenje egalitarnosti (primerjaj Luthar 2012: 18–19).

Druga možna smer razmišljanja o razmeroma majhnih razlikah med sloji pri poslušanju narodnozabavne glasbe izhaja iz predpostavke, da gre za žanr, ki uspešno nagovarja zelo različne segmente družbe. Glede na populistično naravnost te glasbe to ne bi bilo nemogoče, vendar pa smo videli, da rezultati raziskave na drugih točkah tega v glavnem ne potrjujejo, saj narodnozabavna glasba med številnimi segmenti populacije v resnici ni pretirano priljubljena (bolj izrazito med bolj izobraženo, mlajšo, ateistično, politično levo usmerjeno in urbano populacijo). V skladu s tem ocenjujemo, da je zgoraj omenjena interpretacija, ki odsotnost razlik pri poslušanju narodnozabavne glasbe po slojih pojasnjuje z odsotnostjo izrazitih ekonomskih razredov v Sloveniji, bolj verjetna, pri čemer pa je treba v tej povezavi poudariti, da tu ne gre zgolj za odsotnost samo, temveč tudi za dejstvo, da so slovenski ekonomski razredi razmeroma novi, saj jih pred padcem socializma iz razlogov, ki smo jih omenili zgoraj, praktično ni bilo oziroma so obstajali zgolj v zametkih. To omenjamo, ker je za različne kulturne artikulacije razrednih razlik značilno, da se formirajo razmeroma počasi, tako da je verjetno eden od razlogov za skoraj popolno odsotnost povezav med poslušanjem narodnozabavne glasbe in razredom tudi čas: dejstvo, da slovenski ekonomski razredi, kakršni koli so že, še niso formirali svojih habitusov.

Je pa pri tem treba biti previden. Pod splošnimi kategorijami se namreč lahko skrivajo tudi pomembne razlike. Na primer pri srednjem sloju, ob katerem običajno pomislimo na uradnike, učitelje, profesionalce srednjih ešalonov in podobno, v Sloveniji pa ga verjetno sestavljajo zelo različne skupine, od državnih uradnikov, za katere lahko poleg pripadnosti srednjemu dohodkovnemu razredu predvidevamo razmeroma visoko stopnjo izobrazbe, kulturnega kapitala, urbanosti in podobno, do primestnih obrtnikov, ki so ekonomsko prav tako tam nekje na sredini, vseeno pa po drugih značilnostih povsem drugačni od javnih uslužbencev: slabše izobraženi, z malo kulturnega kapitala, urbanosti in tako naprej. Hočemo reči: pod splošno kategorijo srednjega sloja, za katerega se je v raziskavi pokazalo, da narodnozabavno glasbo posluša vsak drugi respondent (50 % respondentov v vzorcu), se verjetno skrivajo zelo različne podskupine, ki so nemara močno formirane tudi na ravni habitusov (tako da lahko na primer pričakujemo, da je narodnozabavna glasba v skupini obrtnikov veliko bolj prisotna kot v skupini javnih uslužbencev), le da jih s splošno kategorijo »srednjega sloja« preprosto

ne ujamemo. To zagato smo poskusili vsaj do neke mere razrešiti s križanjem poslušanja narodnozabavne glasbe in poklicnih razredov, za katerega pa se je na koncu izkazalo, da ni veliko pomagalo, saj so bile kategorije poklicnih razredov zaradi mednarodne primerljivosti zasnovane po splošnejših evropskih modelih, ki posebnosti slovenske družbene strukture ne lovijo najbolje, tako da ob pregledovanju podatkov tudi tu nismo prepoznali zelo izrazitih razlik med posameznimi razredi.

Ker pa ti podatki in podatki o pripadnosti določenemu družbenemu sloju vseeno niso nepomembni ali neutemeljeni, ugotavljamo, da je poslušanje narodnozabavne glasbe v Sloveniji slojevsko precej neprofilirana praksa. Kot že omenjeno, lahko iz tega sklepamo tudi na mero neformiranosti razrednih habitusov v Sloveniji nasploh oziroma – to je zanimiva podrobnost – da je slovenska družba vsaj na ravni življenjskih slogov, okusov in podobno veliko bolj kot po razrednem razdeljena po kriterijih starosti, kraja bivanja, izobrazbe, političnih identifikacij in vernosti.

Vendar pa spet po tretji strani tudi ta diferenciacija, vsaj kolikor lahko sklepamo iz rezultatov analize poslušanja narodnozabavne glasbe, ni tako izrazita, kot bi nemara pričakovali. Spomnimo se: poslušanje narodnozabavne glasbe je pri večini omenjenih spremenljivk v razmerju približno dveh tretjin proti eni, kar v praksi pomeni, da so odvisnosti opazne, vseeno pa ne zelo izrazite. V skladu s tem bi bilo mogoče zaključiti, da je poslušanje narodnozabavne glasbe v Sloveniji bolj vezano na podeželje in starejšo, manj izobraženo, bolj verno in politično na desno nagnjeno populacijo, da pa je prisotno tudi v drugih kategorijah, tako da lahko (ne)poslušanje tega glasbenega žanra z razmeroma visoko stopnjo gotovosti napovemo zgolj na skrajnostih (neke vrste webrovskih idealnih tipih): da narodnozabavne glasbe ne poslušajo, lahko tako utemeljeno predpostavljamo zgolj za posameznike srednje in mlajše generacije, ki hkrati živijo v večjih mestih (idealno v Ljubljani), niso verni, so visoko izobraženi in so politično nagnjeni na levo. Da ta glasbeni žanr poslušajo, lahko nasprotno z veliko verjetnostjo napovemo zgolj za vse tiste posameznike, ki so starejši, živijo na podeželju, volijo politično desnico, so nižje izobraženi in so verni.

Na tej točki sicer lahko v razpravo pritegnemo še ugotovitve iz naše raziskave simbolnega imaginarija sodobne slovenske narodnozabavne glasbe (Stanković 2021). Tam se je namreč pokazalo, da je sodobna narodnozabavna glasba vsaj na ravni pomenov kljub nezanemarljivi modernizaciji njene ikonografije v resnici zelo stabilen žanr, saj se v skladbah pojavlja zgolj zelo omejen nabor motivov, lokacij, slogovnih prvin, družbenih skupin in podobno. Med najpomembnejšimi od teh so romantična ljubezen, pozitivna naravnost oziroma sklici na novodobno duhovnost, urejenost, majhna mesta, dobra volja,

uniformiranost, avtomobili kot označevalci posameznikove identitete, odsotnost kakršnih koli odstopanj od dominantnega kulturnega vzorca in vsesplošna nekonfliktnost (glej Stanković 2021). V naši razpravi smo iz tega izpeljali sklep, da je sodobna slovenska narodnozabavna glasba kljub različnim prvinam, ki jo na prvi pogled modernizirajo (v prvi vrsti gre tu za sodobno ikonografijo), v resnici žanr s poudarjeno tradicionalistično simbolno strukturo: preprosto, koherentno, enoznačno in harmonično. Vse to omenjamo, ker lahko te ugotovitve povežemo z ugotovitvami pričujoče raziskave, v prvi vrsti z dejstvom, da narodnozabavno glasbo posluša zlasti slabše izobražena, starejša, verna in politično na desno nagnjena populacija s podeželja. Eno z drugim namreč pomeni dvojje. Najprej gre za preprosto, a hkrati nikakor ne spodbudno dejstvo, da nezanemarljivo velik del slovenske populacije (48 % vseh respondentov) še vedno – tako rekoč sredi 21. stoletja – posluša glasbeni žanr, ki se vrti okoli izrazito tradicionalistične simbolne strukture. To je namreč lahko resen razvojni problem, saj tovrstne simbolne strukture močno omejujejo zmožnost družb, da se dovolj uspešno odzivajo na različne ekonomske, kulturne, socialne¹¹ in druge izzive modernosti oziroma postmodernosti. Navsezadnje je za sodobne razvite družbe značilna zelo visoka stopnja semantične kompleksnosti, bolj tradicionalne simbolne strukture pa so, ravno nasprotno, utemeljene na semantični enostavnosti in preglednosti, kar v praksi pomeni, da se s semantično kompleksnostjo težko spoprijemajo.

In drugič, dejstvo, da narodnozabavno glasbo poslušajo zlasti nizko izobraženi in starejši posamezniki s podeželja ipd., je težava tudi kot dejavnik povečevanja razrednih razlik v družbi. V mislih imamo podrobnost, da preprost simbolni imaginarij slovenske narodnozabavne glasbe, ki se tako ali drugače vrti okoli romantiziranega *gemeinschafta* in očitno naslavlja zlasti populacijo na družbenih robovih, prej ali slej pomeni, da se bodo z izzivi dinamične in semantično kompleksne ekonomije, v prvi vrsti vedno bolj pomembnih kvartarnega in kvintarnega sektorja, še posebej težko spopadali posamezniki, ki so že tako slabo prilagojeni na izzive postsocialistične tranzicije oz. neoliberalnega tržnega gospodarstva. To seveda ni dobro, tako da lahko zaključimo, da je sodobna narodnozabavna glasba očitno vsaj v kakšnem segmentu povezana s širšimi procesi ekonomskega in navsezadnje tudi kulturnega razslojevanja v postsocialistični Sloveniji in je hkrati moment utrjevanja te razslojenosti. V povezavi s prvim imamo v mislih dejstvo, da ta glasba s svojimi idealiziranimi podobami življenja v majhnih mestih ali na podeželju posameznike, ki v procesu tranzicije izgubljajo največ, tolaži, da v resnici živimo v zelo prijetnem in harmoničnem

11. Pri slednjem gre zlasti za pravice različnih skupin, ki so v tradicionalnih simbolnih redih običajno marginalizirane (ženske, homoseksualci, imigranti in druge družbene manjšine).

svetu, v povezavi z drugim pa, da ta glasba ljudi ne le tolaži, temveč jih tudi utrjuje v preprostem simbolnem imaginariju, s pomočjo katerega se bodo še toliko težje izkopal iz robnih družbenih razmer.

Pri tem moramo sicer nemudoma poudariti, da vse omenjeno ne pomeni, da je sodobna slovenska narodnozabavna glasba inherentno problematična: strogo gledano bi dovolj podrobna analiza njenih glasbenih in simbolnih konvencij v tem žanru verjetno identificirala tudi kakšne subverzivne ali emancipatorne elemente. Še ena omejitev pričujoče raziskave so – kot že omenjeno – morda ne najbolj posrečeno oblikovani družbeni in poklicni razredi v vprašalniku, ki smo ga uporabljali. Tudi tu moramo dopustiti, da bodo morebitne dodatne raziskave pokazale na vsaj nekoliko drugačne relacije, kot smo jih prepoznali sami. Zanimivo bi bilo še izvedeti, kaj natančno poslušalce pri narodnozabavni glasbi priteguje (oziroma nasprotno, kaj jih odbija): glasba, razpoloženje, besedila, ikonografija, kostumi? Tako da bo za vsaj približno dokončne odgovore na vprašanja, ki smo jih tu odprli, treba nadaljevati z analizami, ne glede na vse to pa se zdi, da je pri razmislekih o sodobni slovenski narodnozabavni glasbi različne vidike njene vpletenosti v procese reprodukcije širših družbenih relacij težko ne opaziti.

SUMMARY

Despite its popularity, Slovenian folk pop (*narodno-zabavna glasba*) is one of the most under-researched music genres in Slovenia. To learn more about its audience, we conducted research based on a sample of 1,022 randomly selected individuals. We were mainly interested in the demographics of respondents who indicated that they listen to Slovenian folk pop. The results show that this genre is popular principally among older, less-educated, religious, politically right-leaning people in the countryside, but also that these are only tendencies and that folk pop is listened to – albeit to a smaller degree – by other segments of society as well.

More precisely, the results suggest that the most of the variables follow an interesting pattern of thirds, with one-third of the respondents on one extreme and two-thirds on the other. This occurs with age (where 71% of respondents older than 61 years and 36% younger than 30 years listen to folk pop), political identifications (63% leaning to the political right and 34% to the political left), religiosity (57% religious and 27% atheists) and education (69% respondents who only completed primary school and 35% with a university degree). The results also reveal that there is no significant correlation between listening to folk pop

and economic class and gender. On the other hand, there is a strong correlation with place of residence since listening to Slovenian folk pop decreases sharply along with the size of settlements: while in isolated farms 70% of respondents report listening to folk pop, in bigger cities this proportion is only 26% (and even less in the capital, Ljubljana). All of these details suggest (as much as listening to folk pop can be seen as an indicator of wider cultural tastes) that Slovenian society is segmented into diverse cultural formations, chiefly in relation to education, religiosity, age, political affiliation and above all place of residence, while economic class and gender do not appear to have much influence.

The very weak influence of economic positions on listening to folk pop is interesting. If nothing else, it is contrary to the results of many studies conducted in other countries which show a strong link precisely between aesthetic preferences and class positions. Possible reasons for the apparent uniqueness of Slovenian folk pop in this sense are twofold. First, Slovenia is for various historical reasons an economically relatively undifferentiated country, which means that clear class boundaries between various economic strata probably even do not exist. Second, the notable lack of economic factors correlating to listening to folk pop might be also due to this genre's popular appeal. The problem with this explanation is that Slovenian folk pop is a strongly marked music genre in Slovenia, often even profoundly disliked by large segments of the urban, educated etc. Population. Given that its popular appeal then does not appear to be very probable, the first explanation seems to be more convincing.

The results of the research were also considered relative to a semiotic analysis of Slovenian folk pop lyrics and video spots conducted by Stanković (2021). This analysis shows that the symbolic universe of contemporary Slovenian folk pop is very coherent: with a set of values, stylistic conventions and cultural references that almost never departs from clearly defined normative frameworks. Slovenian folk pop appears here as a distinctively traditional cultural formation, meaning that at least to some extent it may be understood as a nostalgic reaction to the various processes of modernisation. This is an important detail in itself, but even more importantly it indicates – when combined with the results of the demographic analysis, which showed that it is listened to primarily by various socially marginalised groups (elderly, farmers, less educated etc.) – that in Slovenia it is effectively deepening various social divisions since it fixes lower social strata in the positions of narcissistic traditionalism.

Literatura

- Adorno, Theodor W. (1996): On popular music. V S. Frith. In A. Goodwin (ur.): On Record: Rock, Pop & the Written Word: 301–314. London: Routledge.
- Atkinson, Will (2011): The context and genesis of musical tastes: Omnivorousness debunked, Bourdieu buttressed. *Poetics*, 39: 169–186.
- Bennett, Tony, in dr. (2009): *Culture, Class, Distinction*. Milton Park, New York: Routledge.
- Bibič, Bratko (2014): *Harmonika za butalce*. Ljubljana: Beletrina
- Bourdieu, Pierre (1994): *Distinction. A Social Critique of the Judgement and Taste*. London: Routledge.
- Britannica. Dostopno prek: <https://www.britannica.com/art/folk-music> (4. 3. 2022).
- Cohen, Ronald D., in Donaldson, Rachel Clare (2014): *Roots of the Revival: American and British Folk Music in the 1950s*. Chicago: University of Illinois Press.
- Coulangeon, Philippe in Lemel, Yannick (2009): The Homology Thesis: Distinction revisited. V K. Robson in C. Sanders (ur.): *Quantifying Theory: Pierre Bourdieu*: 47–60. Dordrecht: Springer.
- Čvoro, Uroš (2014): *The People's Eastern Kitsch: Self-management, Modernisation and 'Newly Composed Folk Music' in Yugoslavia*. London: Routledge.
- Fabbri, Franco (2015): Five easy pieces 1964–2006: 40 years of music and politics in Italy, from B(ella ciao) to B(erlusconi). *Forum Italicum*, IXL (2): 638–649.
- Eurostat (2022). Dostopno prek: <https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tespm151/default/table?lang=en> (12. 8. 2022).
- Frith, Simon, in Goodwin, Andrew (1996): *Groundworks*. V S. Frith in A. Goodwin (ur.): On Record: Rock, Pop & the Written Word: 1–3. London: Routledge.
- Galič, Jože (2012): »Narodnozabavna glasba – je res ,goveja'« SIGIC, 9. 3. 2012. Dostopno prek: <http://www.sigic.si/narodnozabavna-glasba-je-res-goveja.html> (16. 4. 2019).
- Horton, David (1996): The Dialogue of courtship in popular song. V S. Frith in A. Goodwin (ur.). On Record: Rock, Pop & the Written Word: 14–26. London: Routledge.
- Jercog, Aleksi (2017): Slavko Avsenik: Življenje za glasbo. Ljubljana: Mladinska knjiga.
- Kaminsky, David (2012): Keeping Sweden Swedish: Folk Music, Right-Wing Nationalism, and the Immigration Debate. *Journal of Folklore Research*, IXL (1): 73–96.
- Knific, Bojan (2005) *Kostumiranje narodno-zabavnih ansamblov*. *Traditiones*, XXXIV (2): 155–177.
- Luthar, Breda, in dr. (2011): *Medijska potrošnja, razred in kulturna stratifikacija: končno poročilo s sumarnikom*. Ljubljana: FDV.
- Luthar, Breda (2012): *Popularna kultura in razredne distinkcije v Sloveniji: simbolne meje v egalitarni družbi*. *Družboslovne razprave*, XXVIII (71): 13–37.
- Luthar, Breda (ur.) (2014): *Kultura in razred*. Ljubljana: FDV.
- Manovich, Lev (2020): *Cultural Analytics*. Cambridge: MIT Press.

- McRobbie, Angela (1996): *Rock and Sexuality*. V S. Frith in A. Goodwin (ur.): *On Record: Rock, Pop & the Written Word*: 371–389. London: Routledge.
- Negus, Keith (2009): *Popular Music in Theory. An Introduction*. Cambridge in Oxford: Polity Press in Blackwell Publishing Ltd.
- Ožbalt, Andrej (2020): Intervju z učiteljem klavirja in korepetitorjem na Waldorfski šoli v Ljubljani. Intervju izvajal Peter Stanković, 14. 1. 2020.
- Peterson, Richard A. (1992): Understanding audience segmentation: From elite and mass to omnivore and univore. *Poetics*, IV (21): 243–258.
- Riesman, David (1996): Listening to popular music. V S. Frith in A. Goodwin (ur.): *On Record: Rock, Pop & the Written Word*: 5–13. London: Routledge.
- Ronström, Owe (2010): Revival Reconsidered. *The World of Music*, LII (1/3): 314–329.
- Shuker, Roy (1997): *Understanding Popular Music*. London: Routledge.
- Stanković, Peter (2014): When alternative ends up as mainstream: Slovene popular music as cultural heritage. *International Journal of Heritage Studies*, XX (3): 297–315.
- Stanković, Peter (2015): Rustic obsessions: the role of Slovenian folk pop in the Slovenian national imaginary. *International Journal of Cultural Studies*, XVIII (6): 645–660.
- Stanković, Peter (2021): *Simbolni imaginarij sodobne slovenske narodnozabavne glasbe*. Ljubljana: Založba FDV.
- Thornton, Sarah (1995): *Club Cultures. Music, Media and Subcultural Capital*. Cambridge: Polity Press.
- Velikonja, Mitja (2008): *Titostalgija. Študija nostalgije po Josipu Brozu*. Ljubljana: Mirovni inštitut.
- Velikonja, Mitja (2009): Lost in transition: Nostalgia for socialism in post-socialist countries. *East European Politics and Societies*, XXIII (4): 535–551.
- Vidić Rasmussen, Ljerka (1995): From source to commodity: newly-composed folk music of Yugoslavia. *Popular Music*, XIV (2): 241–256.
- Vlegels, Jef in Lievesn, John (2017): Music clasification, genres, and taste patterns: A ground-up network analysis on the clustering of artist preferences. *Poetics*, 60: 76–89.
- Webster, Jack (2019): Taste in the platform age: music streaming services and new forms of class distinction. *Information, Communication & Society*, 23 (13): 1909–1924.
- Wikipedia, geslo Godec. Dostopno prek: <https://sl.wikipedia.org/wiki/Godec> (16. 4. 2019).
- Wikipedia, geslo Ansambel bratov Avsenik. Dostopno prek: https://sl.wikipedia.org/wiki/Ansambel_bratov_Avsenik (5. 8. 2019).
- Zorman, Anže (2013): *Rojstvo narodnozabavne glasbe iz duha bratov Avsenik. Glasbeno drobovje*, 25. 12. 2013. Ljubljana: Radio študent. Dostopno prek: https://radiostudent.si/glasba/glasbeno-drobovje/rojstvo-narodnozabavne-glasbe-iz-duha-bratov-avsenik?fbclid=IwAR2B8MZBSdUPt_UFrNOzNHPxsP_JSfjyOyMF7X7ok-tN08B2ehW4V7IYd8Wo (31. 7. 2019).

Viri

Hafner - Fink, Mitja, Kurdija, Slavko, Malnar, Brina, Uhan, Samo, in Stanković, Peter (2021): Slovensko javno mnenje 2021/1 – Poročilo o izvedbi raziskave in sumarni pregled rezultatov. Ljubljana: Center za raziskovanje javnega mnenja in množičnih komunikacij, Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede.

Toš, Niko, in dr. (1992): Slovensko javno mnenje 1992. Ljubljana: CJMMK – Center za raziskovanje javnega mnenja in množičnih komunikacij, Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede. Dostopno prek: <https://www.adp.fdv.uni-lj.si/opisi/media92/> (25. 4. 2021).

Podatki o avtorjih

prof. dr. **Peter Stanković**

Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede

Kardeljeva pl. 5, 1000 Ljubljana, Slovenija

E-mail: peter.stankovic@fdv.uni-lj.si

asist. **Robert Bobnič**

Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede

Kardeljeva pl. 5, 1000 Ljubljana, Slovenija

E-mail: robert.bobnic@fdv.uni-lj.si



RECENZIJE KNJIG

BOOK REVIEWS



Jernej Kaluža

Deja Crnović: Politika kot medijski performans.

Ljubljana: ZRC SAZU, 2021.

304 strani (ISBN 9789610505167), 24 EUR

S slovensko politiko se – vsaj v Sloveniji – še preveč ukvarjamo. V poročanju medijev je denimo delež notranjepolitičnih tem po navadi nesorazmerno večji od poročanja o zunanji politiki. Še bolj se naša zavozlanost v vozle lokalne politike odraža na družbenih omrežjih: lokalna Twitter scena je že dolgo časa povsem potopljena v ostro politično polarizacijo, ki je – sicer v nekoliko manjši meri – prisotna tudi na Facebooku (manj pa na Instagramu). Tovrstna izjemna politizacija javnega diskurza, ki je najbrž do neke mere specifična za naš lokalni prostor, je posebej zaznamovala predvsem nedavno obdobje tretje Janševe vlade.

Zaradi vsega naštetega preseneča, da so strokovna in znanstvena dela, ki bi se sistematično posvečala določenim epoham ali osebnostim iz slovenske politike – in bi to analizo postavila v ustrezen teoretski okvir – sorazmerno redka. To pride še posebej do izraza, če se osredotočimo na obdobje zadnjih petnajstih let, v katerem je nekoliko poniknilo zanimanje za tranzicijsko postsocialistično slovensko politiko, ki je svoj vrhunec doseglo v času pridružitve Evropski uniji.

Delo Deje Crnović *Politika kot medijski performans* predstavlja eno izmed redkih (in zelo dobrodošli) izjem od opisanega pravila, saj gre za poglobljeno študijo, ki analizira, kako nekatere ključne osebe v slovenskem političnem prostoru – to so Borut Pahor, Danilo Türk, Lojze Peterle, Alenka Bratušek, Katarina Kresal in Ljudmila Novak – uprizarjajo spolne in razredne distinkcije. Empirična analiza medijske pojavnosti omenjenih politikov je postavljena v teoretski okvir Bourdiejeve sociološke teorije, študij spola in feministične teoretske tradicije. Delo posebej odlikuje poglobljeno in obširno poznavanje lokalne sociološke produkcije, pri čemer izstopa predvsem uporaba teoretskih izpeljav slovenskih avtoric, denimo Brede Luthar, Milice Antič Gaber, Danice Fink-Hafner, Mace Jogan, Tanje Rener, Eve Bahovec, Renate Salecl, Marte Verginelle in drugih.

Avtorica svojo analizo zasnuje na tezi, da se fokus političnega diskurza v obdobju med letoma 2007 in 2014 iz ideoloških bojev premešča na osebnostne lastnosti glavnih političnih osebnosti, zaradi česar prihaja do depolitizacije političnega polja. Namesto da bi se politični boj odvijal okrog vprašanj konkretnih politik, ki jih nekdo zagovarja, ideološka vprašanja nadomešča performans arhetipskih spolnih in razrednih pozicij. S tem performansom skušajo politični akterji doseči večjo priljubljenost pri določenih segmentih volilnega telesa. Tovrstna eventizacija in personalizacija politike prispeva k temu, da pomembna vsebinska politična vprašanja nadomeščajo lahkotnejše, tabloidne in površinske teme, pri katerih politične sfere ni več mogoče razločevati od (apolitične) sfere, kot jo najdemo v popkulturnem in tabloidnem diskurzu o slavnih.

Sledeč D. Crnović tako Danilo Türk reprezentira buržujsko-racionalistično moškost, za katero sta značilni čustvena zadržanost in tehnokratska racionalnost (že nekoliko

zastarele) dominantne moškosti 70. let prejšnjega stoletja. Lojze Peterle uprizarja domačijsko moškost, kar pride posebej do izraza s poudarjanjem njegovega igranja orglic in čebelarstva. Na drugi strani Katarina Kresal deloma stavi na uprizarjanje specifične ženskosti (»nedolžna, lepa in pametna«, kot jo označijo strankarski kolegi), kar pa se izkaže za problematično, saj njeno kariero zaznamujejo (v veliki meri neutemeljeni) očitki, ki so vsi po vrsti povezani z njenim spolom in osebnim življenjem (kot je bila denimo »afeta bulmastifi«).

D. Crnković tako ugotavlja, da med uprizarjanjem moškosti in uprizarjanjem ženskosti obstaja določena nesimetrija, saj so ženske v politiki pogostejše reducirane na lasten spol in njemu predvideno družbeno vlogo ter posledično podvržene višjim pričakovanjem in bolj ostrim sodbam. To pride do izraza tudi v primeru Alenke Bratušek, katere politično kariero – kljub temu da uspeva osebno življenje ločevati od svoje politične vloge – zaznamujejo tudi sodbe o videzu in oblačenju. Edina oseba ženskega spola, ki uspe svoj spol reprezentirati na sorazmerno neproblematičen način, je – sledeč D. Crnković – Ljudmila Novak, ki pretežno stavi na uprizarjanje tradicionalne vloge ženske, na domačijsko materinskost.

Glavni protagonist v obširni študiji je sicer vedno izmuzljivi Borut Pahor, ki naj bi v času svojega vodenja vlade in stranke SD utelešal podobo nove moškosti, ki do določene mere presega stereotipno podobo tradicionalnega moškega, medtem ko naj bi v času predsedniške kampanje leta 2012 uprizarjanje svojega spola povsem spremenil in se pomaknil k moškosti delavskega razreda. Z maskiranjem v mesarja, smetarja, tovarniškega delavca ali frizerja se je skušal približati ljudstvu (pa tudi tabloidnim in apolitičnim medijem, katerih vrata je tovrsten pristop na široko odpiral).

Prav empirična analiza lika Boruta Pahorja, čigar fotografija iz časa njegove manekenske kariere krasi tudi naslovnico knjige, nakazuje manjšo pomanjkljivost teoretskega okvira knjige. Težko bi se namreč strinjal, da njegova politika predstavlja sistematičen poskus približevanja nižjemu ali nižjemu srednjemu razredu. Prav tako se zdijo nekoliko preveč radikalne primerjave njegovega performiranja delavske moškosti s Putinovim poskusom utelešanja podobe tradicionalnega – redkobesednega, vzdržljivega in grobega – »mužika«. Nasprotno, Pahor je tudi v svojem poznejšem obdobju »Instagram predsednika« ohranil in celo potenciral poteze nove moškosti.

Gotovo je sicer, da Pahorjeva politična strategija najbolj ustreza teoretski zastavitvi knjige, saj striktno sledi imperativu depolitizacije političnega prostora, značilnemu za politike radikalnega centra, ki pristajajo na neoliberalni status quo in skušajo podporo množic doseči na način, da v sfero politike vnašajo popkulturna načela – vprašanja mode, življenjskega sloga in osebnega okusa – ter se izogibajo izrekanju o čemerkoli politično spornem ali polemičnem. Zdi se, da je tovrstna strategija prilagajanja generičnemu (za politiko ne preveč zainteresiranemu) državljanu blizu populizmu. Ta koncept se pojavi šele v zaključku knjige, za katerega se zdi, da je bil napisan kasneje od preostalega besedila. Vendar pa Pahor – kot opozarja D. Crnković – za razliko od stereotipnega populista ne stavi na antagonistični diskurz, logiko »mi proti njim« in na nasprotovanje določenim družbenim skupinam. Zdi se skratka, da njegova izmuzljiva politična strategija predstavlja izziv tudi za poskuse njenega teoretskega zaobjetja.

Naslednja nekoliko problematična poteza knjige je skoraj popolna odsotnost analize lika Janeza Janše, ključne osebnosti in verjetno v – tako desnih kot tudi levih – slovenskih medijih najpogostejše omenjanega politika v zadnjem desetletju. To odsotnost je mogoče deloma opravičiti z dejstvom, da se delo Deje Crnović osredotoča na obdobje okrog leta 2010 (2007–2014), torej na čas, v katerem je Janša gotovo igral pomembno, a morda ne povsem osrednje vloge (kot to velja pozneje). Politiko Janeza Janše bi tudi zelo težko opredelili kot politiko radikalnega centra, ki se skuša izogibati polarizirajočim političnim temam in ki v politiko vnaša tabloidne, apolitične in popkulturne vzorce. Še več, zdi se, da obdobje vlade Janeza Janše močno zaznamuje prav povratak k političnosti, v katerem »lahkotna« vprašanja o performiranju spola in razreda (ter personalizacijo, intimizacijo in individualizacijo postmoderne postpolitike) zamenjata agonistični politični spopad in kulturna vojna.

Skozi analizo v knjigi, ki opozarja na diskurz radikalnega (neo)liberalnega centra, ki stavi na tezo, da je delitev na levo in desno zastarela ter da ideološke teme v politiki nimajo več kaj iskati, se nam včasih lahko zazdi, da se politični diskurz v času janšizma (in antijanšizma) izboljšuje in da politično polje ponovno pridobiva na avtonomiji. Vendar pa nas po drugi strani izkušnja zadnje Janševe vlade (2020–2022) tudi uči, da v takih trenutkih nekateri komaj čakamo, kdaj bo v slovenski politiki spet zavladal apolitični dolčas, ko se bomo lahko vrnila k bolj lahkotnim in trivialnim (a)političnim temam.

Slovenskega političnega prostora zadnjih dvajsetih let torej morda ne zaznamuje samo ena skrajnost, temveč določena bipolarnost: na eni strani imamo obdobja apolitičnega miru, ko prevladujeta personalizacija in eventizacija politike, na drugi strani obdobja zaostrenega političnega in kulturnega boja. V tem kontekstu bi bilo gotovo zanimivo videti, kakšno bi bilo morebitno nadaljevanje knjige *Politika kot medijski performans*, ki bi skušalo iz istih teoretskih izhodišč vzeti v obzir naslednjo veliko epoko slovenske politike, obdobje med letoma 2014 in 2022, torej čas, ki bi ga lahko označili za obdobje boja med Janezom Janšo in novimi obrazi leve sredine. Morda bi se skozi analizo izkazalo, da za refleksijo tega obdobja (kar bo gotovo ena večjih nalog lokalnega družboslovja v naslednjih letih) potrebujemo drugačen teoretski okvir (in empirični pristop) od tega, ki ga v svoji knjigi uvede Deja Crnović. Vsekakor pa lahko sklenemo, da bo njen prispevek – zaradi njegove poglobljenosti, polemičnosti in dialektičnosti – predstavljal eno ključnih referenc tudi pri prihodnjih podobnih razmislekih o slovenskem političnem prostoru.

Karla Tepež

Gal Kirn: Partizanski protiarhiv: o umetniških in spominskih prelomih jugoslovanskega NOB. Ljubljana: Maska, 2022. 305 strani (ISBN: 978-961-6572-65-1), 25 EUR

Obravnavana knjiga je slovenski prevod dela *The Partisan Counter-Archive: Retra-acing the Ruptures of Art and Memory in the Yugoslav People's Liberation Struggle*, ki je leta 2020 izšla pri akademski založbi De Gruyter. Gal Kirn v slovensko izdajo prinese nekaj novosti, predvsem pa teoretsko razširi enega ključnih konceptov knjige, koncept protiarhiva. Pri partizanskem protiarhivu gre za selekcijo (umetniških) del, ki artikularitjo presežek, to je nekaj, kar mobilizira in odpira alternativne prihodnosti, posledično pa protiarhiv lahko beremo kot koncept in metodo raziskovanja partizanskega gibanja oziroma njegovih umetniških presežkov, ki so nastajali na presečišču revolucionarne umetnosti in politike. Avtor raziskuje emancipatorne fragmente »tradicije potlačenih«, ki je s strani dominantne ideologije bodisi pozabljena bodisi reducirana na zgodovino nasilja, pri tem pa se fokusira na tri (post)jugoslovanska obdobja, in sicer na obdobje narodnoosvobodilnega boja, zrelega samoupravljanja in postsocialističnega revizionizma. Gre torej za filozofsko intervencijo, ki naslavlja vprašanje, kako danes premišljati partizanski boj skozi momente srečanja politike, umetnosti in spomina, knjiga pa tako deluje v medprostorih filozofije, politologije, kulturologije, zgodovine, umetnostne zgodovine in književnosti.

Knjiga se začne s konceptualizacijo »primitivne akumulacije spomina«, s katero nas Kirn vpelje v kontekst postsocialistične tranzicije (tj. nacionalistične in neoliberalistične tranzicije) in postjugoslovanskega revizionizma. Če sta prevladujoča kritična pristopa k tranziciji medsebojno izključujoča, saj sta preokupirana bodisi z delovanjem kapitala (politično-ekonomska kritika) bodisi z nacionalizmom (ideološka kritika), pa Kirn z izhajanjem iz Marxove primitivne akumulacije kapitala in z njeno nadgradnjo ponudi alternativno izhodišče. Primitivna akumulacija spomina namreč temelji na »nasilni prenovi polja spomina in tradicije ter razlaga specifično ustvarjanje povezave med nacionalno državo in kapitalom« (str. 22–23), pri čemer gre za brisanje (antifašistične in socialistične) preteklosti in hkratne izgradnje novih držav na podlagi nacionalističnih imaginarijev. Revizionizem v (post)jugoslovanskem prostoru je interveniral v percepcijo druge svetovne vojne in partizanskega boja prav s takšno amnezijo: prevladal je diskurz »narodne sprave«, katere cilj sta bila moralna relativizacija ter enačenje partizanov in fašističnih kolaborantov oziroma antifašističnega boja s »totalitarnim nasiljem«.

Ideološke usmeritve postsocialističnega diskurzivnega prostora so tako izhodišče za aktualni poziv k partizanskemu protiarhivu, koncepcija in raziskovanje katerega sta jedro vseh štirih poglavij. V prvem poglavju gre tako za zgodovinsko-politični pregled obdobja druge svetovne vojne v Jugoslaviji s fokusom na partizanskem boju, ustvarjanju novih partizanskih subjektivitet in partizanski umetnosti. Na tem mestu avtor teoretsko vpelje koncept protiarhiva (in definira njegove kriterije), katerega emancipacijski

potencial naslovi skozi izbrane študije primerov v naslednjih poglavjih. Drugo poglavje se osredotoča na umetniško produkcijo med samim partizanskim bojem (med letoma 1941 in 1945), ki obsega vse od pesniškega in grafičnega ustvarjanja ter fotografij upornih gest in gledališča do partizanskega filma in hibridnih intermedijskih form. V tretjem poglavju partizanski protiarhiv sestavljajo fragmenti iz obdobja zrelega samoupravljanja v šestdesetih in sedemdesetih letih prejšnjega stoletja s fokusom na filmih črnega vala in poznomodernističnih spomenikih revoluciji, pri čemer avtorja zanimata nadaljevanje revolucije in kolektivna rekonstrukcija spomina od spodaj. Zadnje poglavje je namenjeno »propadanju partizanskega (proti)arhiva« z revizionistično kulturno politiko po razpadu Jugoslavije; v njem se s sprehodom med revizionističnimi spomeniki narodne sprave vrnemo k premisleku materializacije uvodne konceptualizacije »primitivne akumulacije spomina«. Vsa poglavja spremlja bogata slikovna dokumentacija, na koncu pa bralca poleg obširne bibliografije čakata še filmografija partizanskih filmov in pregleden seznam drugih pomembnih virov, kot so na primer spletne povezave do (proti)arhivov.

V Kirnovem pozivu k partizanskemu protiarhivu tako ne gre iskati zgolj kritike dominantnega (post)jugoslovanskega diskurzivnega prostora, temveč prej raziskovanje političnih oziroma emancipatornih fragmentov umetniških del, ki segajo onkraj prostorskih in časovnih omejitev. Pri partizanskem protiarhivu gre za konceptualno inovacijo, ki na eni strani deluje kot mapiranje oziroma spominsko beleženje »tradicije potlačenih« iz preteklosti in sedanjosti, medtem ko jo na drugi strani že organizira za emancipirano prihodnost. Kot zapiše Kirn, gre pri partizanskem protiarhivu za »tiste oblike umetniških del, ki so prispevale k ustvarjanju simbolnega imaginarija, ki je radikalno zarezal v sedanjost, in ki so izražale izjemno samorefleksijo in tesno časovno povezanost med spominom na partizanski prelom in prihodnjim drugačnim svetom« (str. 78). Pri tem je ključen prav potencial presežka, katerega namen je izražanje radikalnega nestrinjanja z uveljavljenim redom oziroma arhivom in prelamljanja z njim – radikalni presežek je želja po radikalni svobodi, »revolucionarni eksces in (pre)ostanek, ki ima – čeprav pripada enkratnemu preteklemu dogodku – še vedno posledice in ostaja odprti ali celo odpira vrata emancipacijski prihodnosti« (str. 244). Koncept protiarhiva nam torej nudi alternativno branje partizanskega boja (in drugih emancipacijskih bojev) skozi umetniška dela, ki ne le da nadaljujejo boj proti zatiranju, temveč tudi nosijo potencial novih prelomov v prihodnosti.

Na izbranih študijah primerov – od pregleda pesniškega ustvarjanja partizanskega boja, filmov črnega vala do revizionističnih spomenikov – Kirn analizira politične momente, sama umetniška dela ter alternativno spominjanje in njihove učinke. Če je v prvih dveh obdobjih fokus na partizanskem presežku in prelomu oziroma na nadaljevanju partizanskega boja z drugimi sredstvi, pa je v zadnjem, tj. v postsocialističnem obdobju fokus na uničevanju »partizanskega presežka«. Skozi študije izbranih umetniških del se razkriva kompleksno (celo protislovno) razmerje med prelomom in spominom, kjer prvi ne predstavlja le točke v času, temveč je tisto nekaj, kar ostaja odprto tudi za emancipacijsko prihodnost, slednji pa ni nespremenljiv, temveč zahteva kolektivno restrukturiranje od spodaj.

Nujnost premišljanja dinamičnih srečanj politike, umetnosti in spomina partizanskega boja pa avtor utemelji tudi v kontekstu evropskega revizionizma: »Prevladujoča ideologija dandanes namesto transnacionalizma in odprte družbe podpira antitotalitaristično ideologijo, ki prispeva k izpraznitvi antifašistične in socialistične preteklosti ter postopni (ponekod tudi hitri) relativizaciji in rehabilitaciji fašistične preteklosti« (str. 244). Uradna evropska spominska politika namreč nevarno izenačuje različne »totalitaristične režime«, pri čemer je sama nezmožna zgodovinske kontekstualizacije vzpona fašizma in zmage nad njim, nenazadnje pa molči tudi glede lastne zgodovine nasilja. Knjiga se konča z nujnim opozorilom pred tovrstnimi spominskimi politikami, protiarhiv pa postaja vse bolj relevanten boj za družbeno spremembo, saj deluje kot orožje za spomin na drugačno prihodnost. Kirnovo prizadevanje tako prispeva k oblikovanju širšega partizanskega protiarhiva, ki gre onkraj postjugoslovanskega konteksta, saj se z raziskovanjem alternativnih materialnih sledi preteklih bojev formira politični potencial, ki je nenehno v postajanju.

Knjiga *Partizanski protiarhiv* je pomembna filozofska intervencija, ki prinaša konceptualne in metodološke inovacije, pomembne za več raziskovalnih področij. Prvič, premišljevanje političnih potencialov umetniških del partizanskega boja prek konceptov partizanskega protiarhiva, presežka in preloma namreč omogoči drugačno vrnitev k partizanski dediščini, pri čemer je poudarek revolucionarne časovnosti še posebej relevanten za lociranje in nadaljnje raziskovanje emancipacijskih potencialov v bojih zatiranih. Kritika ideologije revizionizma in njenih materialnih učinkov v tem kontekstu pa nujnost takšnega vračanja k protiarhivom preteklih bojev le še potrdi. Drugič, dodana vrednost leži v uporniški metodologiji ustvarjanja partizanskih protiarhivov, ki pomembno odpira raziskovanje v smeri rekonstrukcije procesov ustvarjanja in razširjanja revolucionarnih »tradicij potlačenih« – tako v partizanskem kontekstu kot širše –, pri čemer mapiranje pozabljenih oziroma izbranih glasov v protiarhivu nadaljuje njihov prelom. Ne nazadnje pa ne gre prezreti obsežnega nabora virov, ki jih je avtor združil na enem mestu in ki služijo kot vstopna točka za nadaljnje raziskovanje partizanskih presežkov oziroma za izumljanje novih načinov predstavljanja političnih in estetskih prelomov praks zatiranih. Če se vrnemo k avtorjevim besedam: (partizanski) prelom si je treba predstavljati kot »revolucionaren proces, ki obsega vsa družbena polja in povzroči velike posledice, odmeve in vizije«, posledično pa »delo protiarhivskega spomina postane ena njegovih najpomembnejših posledic, ki v prihodnosti lahko sproži nove prelome« (str. 74).

Darja Zaviršek

**Nina Vodopivec: Tu se ne bo nikoli več šivalo:
doživljanje izgube dela in propada tovarne.
Ljubljana: Inštitut za novejšo zgodovino, 2021.
307 strani (ISBN: 978-961-7104-05-9), 25 EUR**

Kaj vemo o dogajanju med zaposlenimi v postsocialističnih tovarnah, ki so po letu 1991 začele ustavljati stroje in zapirati vrata? Kaj se je dogajalo z delavko in delavcem, kako zlovesče so bile napovedi sprememb in ustavitve proizvodnje v očeh tistih, ki so bili ekonomsko odvisni od delovnega mesta in nanj čustveno navezani? Ali so se delavke in delavci ob propadu tovarne, posledici globalnih in regijskih preoblikovanj ter odločitve tistih, ki so imeli moč (rentniško obnašanje domačih kapitalistov), počutili krive?

Knjiga Nine Vodopivec je zgodovinska in antropološka študija. Ukvarja se s spreminjajočim se družbenim pomenom industrijskega dela v življenju ljudi v zgodnjem postsocialističnem času in hkrati z občutenjskim svetom delavk in delavcev, ki so doživljali razosebljenje in socialni izbris. Čas postsocialistične deindustrializacije smo univerzalno doživljali kot bolj ali manj brutalno vstopanje v neoliberalne procese sistematičnega razvrednotenja in uničevanja delavske identitete. Malo pa je zabeleženih zgodb ljudi, ki so resnične posledice tedaj modnih krilatic – »maksimizacija profita«, »prestrukturiranje tovarne«, »industrijsko preoblikovanje« – doživljali na svoji koži. Avtorica knjige nas uvede v perspektivo delavk in delavcev, skozi katero uvidimo, da neoliberalne floskule niso bile nič drugega kot »pokrivajoče besede«, ki so kamuflirale odpuščanja in izbris pozitivne delavske identitete. Ljudje so iz delavk in delavcev čez noč postali »prejemniki socialnih pomoči«, »socialni problem«, ki se je po letu 1991 zgrnil na centre za socialno delo. Mnogi so npr. zaradi starosti ali poklicnih bolezni postali »težko zaposljivi«, od njih se je pričakovalo, da se s posledicami odpusta spopadajo sami. Avtorica zapiše: »Konkretno izkušnjo tovarniškega dela je zato pomembno obravnavati skozi utelešene vezi, občutja in čustva ljudi pa tudi kot kolektivne procese, povezane z družbenimi razmerami« (str. 249).

Nina Vodopivec se je z delavkami tovarne Mura pogovarjala skozi dolgo časovno obdobje, med letoma 2009, ko je opravila prve pogovore, in 2020, ko so se ljudje s že s časovnim zamikom ozirali na svoje delo in na boleče dogodke propada tovarne, na prevladujoče medijske diskurze, in ter na lastne strategije preživetja.

Knjiga je torej hkrati dokumentirano pričevanje o procesu propadanja ene najuspešnejših in uglednih jugoslovanskih tekstilnih tovarn in izris doživljanja deindustrializacije pri tistih, ki so bili najbolj prizadeti. Avtorica beleži občutke nemoči, jeze ter fizične in psihične izčrpanosti spričo sprememb in odpuščanj. Dokumentira različne vrste discipliniranja in nadzorovanja delavk in delavcev Mure, ko se je tovarna začela zapirati: tedanje vodstvo je na primer najelo podjetje, ki je po domovih preverjalo, ali so bili delavci na bolniški res doma. Nadrobno analizira nekatere spremembe, ki se

zdiyo na prvi pogled delavstvu koristne, v resnici pa so ga subtilno izničevale. Ena od takšnih je bila leta 2003 uvedena »kolektivna norma«, po kateri so bile vse delavke za strojem plačane enako, ne glede na opravljeno delo, kar je med njimi v resnici zmanjšalo občutke soodvisnosti in solidarnosti. Vse do konca 90. let je bilo delo v tovarnah normirano: plačo je vsakomur določala dosežena »norma«. Ta prisila je med delavkami ustvarjala solidarnost in soodgovornost, »ta pridne« so pomagale »drugim«, kar jih je povezovalo. »Kolektivna norma« pa je nasprotno med delavkami in delavci povečala konflikte in demotivirala bolj delovne, ki niso bili pripravljeni delati za »manj delovne«.

Proces množičnega odpuščanja ljudi je v tekstilni tovarni Mura vrh dosegel leta 2009, ko je bilo hkrati odpuščenih več kot 2600 delavk in delavcev; v letu 1991 je bilo zaposlenih okoli 6000 ljudi. Z razpadom Jugoslavije je tovarna izgubila jugoslovansko tržišče, kamor je pred tem prodajala 60 % celotne proizvodnje. Nastala situacija je nedvomno zahtevala strukturne spremembe, sposobno vodstvo in zavezo vodilnih, da se tovarna ohrani; žal nič od tega ni bilo na voljo. A ni šlo zgolj za izgube zaposlitev, temveč tudi za načine in posledice odpuščanja, ki je bilo netransparentno, večinoma je potekalo skrivaj, s sprenevedanji in lažnimi obljubami: »Nihče od vodilnih ni prišel povedat: «slabo je, začeli bomo odpuščati», kar koli. Praktično do zadnjega ne« (str. 58). Ker je bilo v tovarni več kot 80 % zaposlenih žensk, je problem za odpuščene zavzel še nove dimenzije. Odpuščene Murine delavke niso imele niti informacij niti denarja, ko so jih odpustili, so se le stežka prebijale iz meseca v mesec. Med njimi je bilo veliko žensk, ki so same skrbele za svoje otroke.

Zaradi spremenjenih gospodarskih in političnih okoliščin so se občutno zaostriili konflikti med delavkami in delavci ter delodajalci, med »proizvodnjo in režijo«. Vse očitnejša je postajala zastarana organizacija dela v proizvodnem procesu, poglobljalo se je nezaupanje med delavstvom in vodstvom tovarne, moč menedžerjev je postajala vse večja, pretok informacij se je prekinil, ljudje so imeli občutek, da je vodenje netransparentno in ljudem sovražno. Družbene spremembe, ki so povzročale kolektivno socialno trpljenje, niso bile prepoznane kot strukturni problem, temveč so se individualizirale: ženskam so sugerirali, da gre za njihov, torej »individualni« problem, da so problem one same. Tudi javni diskurz je odpuščanje Murinih delavk individualiziral; avtorica poudarja, da se na to niso odzvale nobene politike, ne socialno varstvo in ne javno zdravje: »Ljudje naj bi se pobrali in šli naprej!« (str. 75).

Ljudje, ki so bili brez izkušenj samoiniciativnega povezovanja v kolektive za socialno akcijo in samozagovorništvo, so ostali sami in nemi. Zato sta bila šok in travma ljudi še večja, pri mnogih posameznikah sta prerasla v dolgotrajne težave v duševnem zdravju. Te niso bile povezane toliko z dejstvom, da so izgubile delovno mesto, temveč z načinom, kako so čez noč, brez razlage in brez afirmacije svojega dolgoletnega prispevka k tovarni ostale brez vsega. Doživele so izkušnjo zavrženosti, nevrednosti, bile so kot »zadnja cunja« (str. 61). Pripadnost tovarni in kolektivu ni imela več nobene vrednosti, delovna usposobljenost ni več štela nič. V odnosu do delavk Mure se je dodobra razkrila potsocialistična mentaliteta menedžerjev, ki so v delavstvu videli zares nevredno navlako, ljudi brez obraza.

Ob tem velja spomniti, da tako v času socializma kot v zgodnjem postsocialističnem času v Sloveniji ni bilo prostora za »pričanje za drugega«, za »čuječe žalovanje« z drugim, za »dejavno podporo«. Socialistična identiteta, zgrajena na ideologiji dela (udarnišтва), je konstruirala šibke, torej vse tiste, ki se temu idealu niso mogli približati (na primer hendikepirani, brezposelni). Prostora za artikulacijo občutij ni bilo, saj ukvarjanje z občutki vedno prinese žalovanje, izraze ranljivosti, zavedanje izgube in tudi transformacijo. Žalovanje se ni razumelo kot del posttravmatske osebnostne rasti (*posttraumatic growth*), temveč kot zasebna neuravnovešenost. Zato je socialistična identiteta strukturirana enodimenzionalno in preprosto, za krepitev družbene kohezivnosti se spodbujajo predvsem »herojske zgodbe«; za samorefleksijo, ozaveščenost in opolnomočenje v večinskem kanonu ni prostora.

Morda je tudi to eden od razlogov, da družbeno pogojeno trpljenje, ki ga opisuje avtorica, ni bilo ne kolektivno artikulirano niti družbeno prepoznano. Prav tako ni bilo problematizirano, da so se odpuščene Murine delavke upirale položaju »sprejemalk socialne pomoči«, v katerega so bile potisnjene. Po propadu tovarne se je njihova viktimizacija nadaljevala. Najvišji predstavniki državne oblasti so jih pošiljali v institucije socialnega varstva, slabo usposobljeni zaposleni na zavodih za zaposlovanje, ki niso bili usposobljeni za vživljanje v položaj svojih strank, kaj šele za strokovno vodenje pogovora, so jih obravnavali še posebej slabo in imeli do njih nerazumna pričakovanja: da se na zavod pripeljejo ob določeni uri, čeprav v kraju ni bilo avtobusa; da svoje otroke ure in ure puščajo same ipd. Podobni procesi so potekali tudi po drugih tovarnah. Spomnimo le na vse menedžerske odkupe in prevzeme po letu 2000 ter na zmanjšanje moči sindikatov po letu 2004, ko se je tudi v Muri začela resnična kriza (str. 50).

Knjiga je nujno branje za vse, ki želijo z razbiranjem postsocialistične tranzicije in zmage neoliberalnega modela bolje razumeti današnjo družbo ter razloge za obstoječe socialno trpljenje, in ki se zavedajo nuje, da to znanje postane del javnega zavedanja in refleksij. Raziskovanje čustev in afekta je pri proučevanju družbenih dogajanj, kakršno je bilo postsocialistično »industrijsko prestrukturiranje«, izjemnega pomena, prav tako kot je družbeno pripoznavanje preteklega trpljenja pomembno za javno artikulacijo žalovanja za svetom, ki je bil uničen. Še posebej, ker v procesu postsocialistične deindustrializacije za vse to ni bilo prostora.

RDRDRDRDR

Slovensko sociološko društvo
Fakulteta za družbene vede Univerze v Ljubljani
Slovene Sociological Association
Faculty of Social Sciences, University of Ljubljana