

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 večopravnost. 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 izbir 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 paradigmatičnih 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 konstituirajo 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 Magaouda (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 Mannheim (1952) generacija torej ni le starostna kohorta in sociološka kategorija, temveč tudi družbena konstrukcija. Aboim in Vasconcelos (2014) v svoji poststrukturalistični 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 miljejih. 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 selfijev 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. Pojmovanje »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. Algoritična 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 skoz 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 pisat 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 samotni.

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 možnost slediti narativnemu zapletu ali daljši argumentativni sekvenci, skozi obliko romana gradi senzibilnost za moralne dileme in identitetne konflikte ter možnost empatične psihologizacije in afektivne senzibilnosti. Subjekt, ki se oblikuje skozi branje, nezavedno samodisciplinira telesno držo, osredotoča pozornost na korpus abstraktnih znakov ob oblikovanju možnosti kognitivnega in hkrati afektivnega dojetanja.

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 ‚sega 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 možnosti digitalnih/tiskanih knjig

Towheed (2010: 141) meni, da bo za novo generacijo e-bralcev, bolj seznanjenih s »skrolanjem« 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 reči, 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, Sneguljičica pa te pravljice 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 YouTubu – 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 »životost« (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 »životosti« 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 »životosti« 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. »Životost«, »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 samorepresentacije 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 udejanjali 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 Macmillian.
- 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 un 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