



Bralne prakse generacije Z v Sloveniji: med fizičnimi prostori in digitalnimi platformami

Reading Practices of Generation Z in Slovenia: Between Physical Spaces and Digital Platforms

Katarina Ferk

Oddano: 20. 6. 2025 – Sprejeto: 5. 9. 2025

1.01 Izvirni znanstveni članek
1.01 Original scientific article

UDK 028-053.6(497.4)

DOI <https://doi.org/10.55741/knj.69.2-3.2>

Izvleček

Namen: Namen prispevka je raziskati, kako se bralne prakse generacije Z v Sloveniji oblikujejo na presečišču fizičnih prostorov, kot so knjižnice in knjigarne, ter digitalnih platform, kot so družbena omrežja in bralne aplikacije. Prispevek analizira, kako ti različni prostori vplivajo na bralne izbire, navade ter oblikovanje bralne identitete mladih bralcev.

Metodologija/pristop: Raziskava temelji na spletni anketi, izvedeni med marcem in majem 2025, med študenti družboslovja in humanistike v Sloveniji, starimi od 18 do 25 let. Vprašalnik je vseboval zaprta in odprta vprašanja. Analiza se osredotoča na uporabo knjižnic in knjigarn ter vpliv digitalnih platform in družbenih omrežij na bralne izbire. Podatki so bili analizirani z deskriptivnimi statističnimi metodami.

Rezultati: Rezultati kažejo, da študenti družboslovnih in humanističnih smeri generacije Z knjižnice večinoma uporabljajo za študij, knjigarne pa obiskujejo zaradi estetske izkušnje in brskanja brez namena nakupa. Vpliv digitalnih platform in omrežij na bralne izbire je prisoten, vendar manjši od pričakovanj; odločilna so priporočila iz osebne kroga. Presenetljivo nizka je tudi uporaba specializiranih bralnih aplikacij.

Omejitve raziskave: Vzorec je omejen na študente določenih študijskih področij, brez vključitve širše mladinske populacije. Raziskava bo v nadaljevanju dopolnjena s polstrukturiranimi intervjuji.

Izvirnost/uporabnost raziskave: Članek osvetljuje vlogo knjižnic in knjigarn v digitalni dobi ter ponuja vpogled v bralne navade generacije Z, ki združuje tradicionalne in nove medije v oblikovanju lastne bralne identitete.

Glavne besede: generacija Z, knjižnice, knjigarne, BookTok, bralna identiteta

Podatkovni set: Vsi raziskovalni podatki, na katerih temeljijo rezultati, so na voljo kot del članka in niso arhivirani v nobenem drugem viru.

Abstract

Purpose: The aim of this paper is to explore how the reading practices of Generation Z in Slovenia are shaped at the intersection of physical spaces—such as libraries and bookstores—and digital platforms, including social media and reading applications. The paper analyzes how these diverse environments influence reading choices, habits, and the formation of reading identity among young readers.

Methodology/approach: The research is based on an online survey conducted between March and May 2025 among social sciences and humanities students in Slovenia, aged 18 to 25. The questionnaire included both closed and open-ended questions. The analysis focuses on the use of libraries and bookstores, as well as the influence of digital platforms and social media on reading choices. Data were analyzed using descriptive statistical methods.

Results: The results show that Generation Z students in the social sciences and humanities primarily use libraries for study purposes, while they visit bookstores for the aesthetic experience and browsing without the intention to purchase. The influence of digital platforms and social media on reading choices is present but smaller than expected; personal recommendations remain the key factor. The use of specialized reading apps is also surprisingly low.

Research limitation: The sample is limited to students in specific academic fields and does not represent the entire Generation Z population. Future research will include qualitative interviews.

Originality/practical implications: The article contributes to understanding how physical and digital spaces co-shape contemporary reading practices and identities among young adults in the context of cultural and technological change.

Keywords: Generation Z, libraries, bookstores, BookTok, reading identity

Data set: All research data underlying the results are available as part of the article and no additional source data are required.

1 Uvod

V zadnjih treh desetletjih so digitalne tehnologije temeljito preoblikovale bralne navade in izkušnje. Ob tradicionalnih oblikah, kot je tiskana knjiga, so se uveljavile e-knjige, zvočne knjige, spletne bralne platforme in specializirane

bralne aplikacije, kar pri mlajših generacijah ustvarja kompleksno, hibridno bralno okolje. Branje danes ne poteka le linearno in individualno, temveč je pogosto prepleteno z vizualnimi dražljaji, deljeno znotraj spletnih skupnosti ter pogojeno z digitalnimi algoritmi in družbenimi pričakovanji.

V središču tovrstnih sprememb je generacija Z, ki predstavlja prvo generacijo, ki je v celoti odraščala v digitalno posredovanem okolju. Zanj digitalni mediji niso dodatek, temveč primarni komunikacijski in informacijski prostor, v katerem se oblikujejo vsakodnevne navade, odnosi in tudi bralne preference. Generacija Z, ki zajema posameznike, rojene približno med letoma 1995 in 2010, je imenovana tudi digitalni domorodci, Net generacija ali iGeneracija¹ (Seemiller in Grace, 2018). Pripadniki te generacije pogosto združujejo analogne in digitalne prakse: knjižnice in knjigarne uporabljajo kot prostore koncentracije, estetskega doživetja in simbolne identifikacije, hkrati pa njihove bralne izbire vse bolj oblikujejo družbena omrežja, algoritmi, spletna priporočila in digitalna kultura.

Raziskovalno zanimanje je izhajalo iz opazk, da mladi spet pogosteje uporabljajo knjižnice in knjigarne, in sicer ne zgolj kot vire znanja, temveč kot specifične prostore bralne motivacije, socialne prisotnosti in kulturne pripadnosti. Obenem številne digitalne platforme, kot je Goodreads, in digitalne skupnosti na družbenih omrežjih, kot so BookTok, BookTube in Bookstagram, pomembno sooblikujejo sodobne bralne trende, preference in celo bralno identiteto (Berens in Noorda, 2023; Demopoulos, 2024), kar terja poglobljeno razumevanje sprememb v bralnih praksah generacije Z.

Namen prispevka je analizirati, kako se pri slovenskih študentih družboslovnih in humanističnih smeri iz generacije Z prepletata fizična ter digitalna dimenzija branja. V središču analize so trije sklopi raziskovalnih vprašanj: (1) pogostost in namen obiskovanja knjižnic ter knjigarn, (2) zaznava pomena fizičnega prostora za bralno izkušnjo ter (3) vpliv digitalnih platform in družbenih omrežij na bralne izbire ter oblikovanje bralne identitete. Namen raziskave je bil torej ne le zajeti navade in preference, temveč tudi osvetliti pomen prostora, tehnologije in medijske kulture v sodobni bralni izkušnji mladih.

¹ Seemiller in Grace (2018) generacijo Z v izvirniku imenujeta z izrazi *digital natives*, *Net Generation* in *iGeneration*.

2 Pregled teoretičnih izhodišč in raziskav

2.1 Generacija Z kot bralna skupina

Generacija Z običajno zajema posameznike, rojene med letoma 1995 in 2010. Predstavlja prvo generacijo, ki je odrasčala v povsem digitaliziranem okolju, kjer spletna povezanost, mobilne tehnologije in stalna izpostavljenost vizualnim vsebinam niso le dodatki, temveč osnovni elementi vsakdana (Seemiller in Grace, 2018; Berens in Noorda, 2023; Tazijan idr., 2023). To je skupina, ki jo je zaznamoval zgodnji dostop do interneta, digitalnih tehnologij in globalne povezanosti. Seemiller in Grace (2018) poudarjata, da so generacije analitična orodja za razumevanje družbenih sprememb, pri čemer običajno obsegajo obdobje od 14 do 20 let. Ob tem opozarjata, da med raziskovalci ni popolnega soglasja glede časovne opredelitve generacije Z – nekateri njen začetek postavljajo v leto 1995, drugi v 1996 ali 1997, njen konec pa med 2010 in 2012 ali pa sploh ne določijo natančnega zaključka. Kljub tem razlikam raziskave soglasno potrjujejo, da gre za generacijo z edinstvenimi tehnološkimi, kulturnimi in informacijskimi vzorci vedenja. V tem raziskovalnem prispevku zato upoštevamo definicijo generacije Z kot skupine posameznikov, rojenih med letoma 1995 in 2010 – kar je tudi najpogostejši razpon, uporabljen v relevantni znanstveni literaturi.

Digitalno okolje zanje ni le pripomoček, temveč temeljni medijski prostor in komunikacijski ekosistem, v katerem se oblikujejo njihove navade, odnosi ter identitete. Kot opozarja Oblak Črnič (2025), mladostniki digitalne medije uporabljajo neprekinjeno – ob prisotnosti in odsotnosti drugih, v vsakdanjih in zasebnih trenutkih. Pametne naprave jih spremljajo pri učenju, prehranjevanju, druženju, vožnji in celo med intimnimi opravili, kar potrjuje, da so digitalni mediji neločljivo vpeti v njihovo rutino. S tem spletna prisotnost ni le orodje za sporazumevanje ali pridobivanje informacij, temveč postaja osnovni okvir njihove družbene izkušnje in kulturne orientacije.

Njihov odnos do medijev in informacij se oblikuje skozi nenehno in simultano uporabo različnih digitalnih platform in vsebinskih žanrov, kar vpliva na percepcijo branja kot dejavnosti. Berens in Noorda (2023) izpostavljata, da mladi² prehajajo med tiskanimi ter digitalnimi viri z veliko mero prilagodljivosti, pri čemer branje pogosto integrirajo v širšo rabo družbenih omrežij in spletne izmenjave vsebin. Podobno ugotavljajo Tazijan idr. (2023), ki opisujejo pojav

² Berens in Noorda (2023) v raziskavi obravnavata dve starostni skupini – generacijo Z (13–25 let) in milenijce (26–40 let). Opažanja o prilagodljivem prehajanju med tiskanimi in digitalnimi viri ter povezovanju branja z rabo družbenih omrežij se torej nanašajo na ti dve generaciji, ne na vse mlade nasploh.

transmedijskega branja kot značilnost generacije Z – ti bralci povezujejo vsebine iz knjig, filmov, videoiger in spletnih platform v enoten medijski tok, ki presega klasične žanrske in medijske ločnice. White (2022) transmedijsko branje definira kot pripovedovanje ene zgodbe prek več platform.³ Raziskava Tazijan idr. (2023), ki temelji na analizi pogovorov z malezijskimi študenti generacije Z,⁴ razkriva raznoliko paleto interesov – od znanstvene fantastike in fantazije do sodobne literature – ter močno vpetost v spletne bralne skupnosti, kjer posamezniki delijo svoje bralne izkušnje. Mladi v Sloveniji, med 18. in 24. letom, pa pogosteje berejo izvirno slovensko prozo in poezijo ter manj žanrsko literaturo (Kovač, 2024). Branje zanje ni le individualno dejanje, temveč del širšega kulturnega in družbenega fenomena, ki poteka prek več formatov ter platform (Tazijan idr., 2023). Vidani (2024) dodatno poudarja vpliv kratkih video formatov (npr. Instagram Reels, TikTok in YouTube Shorts), ki so močno preoblikovali bralne navade mladih – vsebine, ki jih berejo ali poslušajo, pogosto dopolnjujejo z vizualno predstavitvijo ali delijo v spletnem okolju kot del osebne blagovne znamke. Poročilo *Knjiga in bralci VII* (Gerčar et al., 2024) potrjuje, da družbena omrežja, zlasti BookTok, pomembno vplivajo na knjigokupne navade generacije Z – več kot četrtnina anketirancev med 18. in 34. letom kupi več kot šest knjig letno, medtem ko ta delež pri starejših od 50 let znaša manj kot deset odstotkov. Prav tako je delež tistih, ki ne kupijo nobene knjige, najvišji v najstarejši skupini (54 %), pri mlajših pa bistveno nižji (39 %) (Gerčar, 2024). Primer dobre prakse, ki kaže na uspešno integracijo knjižnice v digitalno okolje, je TikTok profil Mestne knjižnice Ljubljana. Od začetka aktivnega delovanja oktobra 2021 do marca 2023 je profil prejel več kot 13.000 všečkov, pri čemer 72 % sledilcev pripada starostnim skupinam do 34 let. To kaže, da prisotnost knjižnic na družbenih omrežjih lahko dejansko prispeva k bralni promociji in vzpostavljanju stika z mlajšimi bralci (Šefman, 2023).

Vzporedno z uporabo družbenih omrežij se knjižnice vse bolj usmerjajo tudi v razvoj lastnih digitalnih orodij za nagovarjanje mladih bralcev. V digitalnem okolju, kjer so informacije hitro dostopne in bralna pozornost pogosto razpršena, postajajo personalizirane rešitve ključnega pomena. Fleimisch Bezljaj (2023) izpostavlja uporabo umetne inteligence za priporočanje knjižničnega gradiva kot enega od načinov, kako v množici vsebin uporabniku olajšati izbiro. Mobilna

³ White (2022) transmedijsko pripovedovanje opredeljuje kot obliko pripovedi, ki se razprostira prek različnih medijev – knjig, filmov, serij, stripov, videoiger in družbenih omrežij – pri čemer vsak medij prispeva svoj edinstveni vidik k celoti zgodbe. Takšna pripoved omogoča globlje potopitvene izkušnje in intenzivnejše vključevanje bralcev ali gledalcev.

⁴ Raziskava je bila izvedena na univerzi Teknologi MARA v Maleziji med 238 pripadniki generacije Z, rojenimi po letu 1997.

aplikacija Obotti,⁵ razvita za knjižnico Oodi v Helsinkih, tako mladim bralcem ponuja knjige glede na njihov profil in preference, pri čemer ohranja igrivost in nelinearno komunikacijo brez zbiranja osebnih podatkov (Hammais idr., 2019). Ključni izziv pri takšnih rešitvah pa ostaja varovanje zasebnosti in preprečevanje algoritemskih zaprtosti v filtrirne mehurčke, ki bi lahko omejevali raznolikost bralne izkušnje (Fleimisch Bezljaj, 2023). V tem pogledu bi bile lahko digitalne knjižnične storitve učinkovita dopolnitev vpliva družbenih omrežij, če bi temeljile na preglednosti, večkanalnosti in strokovni podpori knjižničarjev.

V kontekstu sodobnega branja je treba izpostaviti tudi ugotovitve Ljubljanskega bralnega manifesta (Schüller-Zwierlein et al., 2023; 2024), ki opozarja, da digitalno okolje spodbuja predvsem razpršeno, površno in krajše branje, kar ogroža bralne spretnosti na višji ravni. Branje daljših besedil, zlasti knjig, po mnenju avtorjev manifesta ostaja ključno za razvoj kognitivne potrpežljivosti, metakognicije, analitičnega mišljenja in sposobnosti kompleksnega razumevanja (Schüller-Zwierlein idr., 2024). Značilnost generacije Z ni zmanjšanje količine branja, temveč razpršenost pozornosti, fragmentacija virov in redefinicija motivacije za branje. Branje pogosto ni več omejeno na linearno sledenje vsebini, temveč je pogojeno z estetsko privlačnostjo, relevantnostjo za osebne interese ter možnostjo deljenja izkušnje z drugimi (Vidani, 2024). V tem okviru postaja bralna identiteta vse bolj odvisna od širših kulturnih dejavnikov – ni zgolj posledica bralnega vedenja, temveč se oblikuje v odnosu do medija, prostora in družbenih pričakovanj. Kot opozarja Mackey (2020), sodobne bralne prakse vse pogostejše potekajo v obliki fragmentiranega situiranega mimobežnega branja: posamezniki pogosto prebirajo kratke zapisane komunikacijske vsebine, ki nadomeščajo govorjeno besedo in so del vsakodnevne digitalne interakcije. K temu je treba dodati tudi opažanja Vidanija (2024), ki kažejo, da se bralne navade generacije Z vse bolj premikajo v smeri digitalnih formatov – ne zgolj zaradi tehnološke usposobljenosti, temveč predvsem zaradi priročnosti, hitrosti dostopa in širine informacij, ki jih te platforme omogočajo. Poročilo v *Knjigi in bralcih VII* (Gerčar et al., 2024) potrjuje ta trend z ugotovitvijo, da kar 38 % mladih v starostni skupini od 18 do 24 let bere tudi elektronske knjige ali posluša zvočne knjige – kar je najvišji delež med vsemi generacijami v Sloveniji. Kljub temu pa

⁵ Obotti je mobilna aplikacija, razvita v sodelovanju knjižnice Oodi in podjetja Headai, ki z uporabo umetne inteligence mladim bralcem priporoča knjižno gradivo glede na vnaprej oblikovane bralne profile. Aplikacija ne zahteva prijave uporabnika in ne zbira osebnih podatkov, omogoča pa iskanje po besedilu ali z glasovnimi ukazi v finščini, švedščini in angleščini. Vizualna in vsebinska zasnova vključuje več likov z različnimi interesnimi področji, t. i. bot karakterjev, med katerimi uporabnik izbira. Aplikacija vključuje tudi interaktivne funkcionalnosti, kot je t. i. gumb presenečenja, ki ponuja informacije o knjižnici Oodi ali lokalnih dogodkih.

tradicionalno, tiskano branje še vedno ohranja svojo vrednost, zlasti kadar gre za poglobljeno, nemoteno bralno izkušnjo.

Po poročilu *o generaciji Z in milenijcih* (Berens in Noorda, 2023) kar 42 % mladih, ki redno berejo, zase ne meni, da so bralci. Ta razkorak med vedenjem in samopodobo potrjuje, da bralna identiteta ni samoumevna, temveč se oblikuje v procesih prepoznavanja, primerjanja in umestitve v določene kulturne kontekste (Baron, 2021).

Izbira medija – ali gre za tiskano knjigo, zaslonsko besedilo ali zvočni format – vpliva tako na poglobljenost izkušnje kot tudi na način, kako posameznik sebe dojema kot bralca. Baron (2021) opozarja, da medijska forma ni nevtralna: digitalno branje pogosto spodbuja hitrejšo prebiranje in skeniranje informacij, medtem ko tiskano besedilo podpira počasnejše, reflektivno branje, kar ima vpliv na samopodobo in dolgoročno angažiranost bralca. Ta vpliv pa ni odvisen zgolj od individualnih preferenc, temveč tudi od sistemske ponudbe in dostopnosti različnih formatov. V Sloveniji se trg zvočnih knjig sicer razvija, vendar z zamikom – šele leta 2021 je svojo aplikacijo zagnala Mladinska knjiga, leta 2024 pa še Beletrina. Kljub temu slovenske založbe večino digitalne produkcije še vedno prepuščajo brezplačni knjižnični uporabi, medtem ko so se uporabniki že navadili na naročniški model pri drugih platformah, kot sta Spotify ali Netflix. Kovač (2024) opozarja tudi, da slovenski trg morda ne bo vzdržal vseh aplikacij za zvočne knjige hkrati, saj je verjetno, da bodo razmere v prihodnjih letih vodile v konsolidacijo ali opustitev nekaterih storitev. V nasprotju s skandinavskimi državami, kjer zvočne knjige že predstavljajo velik delež prihodkov knjižnega sektorja, ta segment v Sloveniji ostaja premalo razvit – kar pomeni tudi zamujeno priložnost za oblikovanje sodobnejših, večkanalnih bralnih navad (Kovač, 2024).

2.2 Vloga knjižnic in knjigarn

Ob razumevanju generacije Z kot transmedijsko in vizualno usmerjene bralne skupine je pomembno osvetliti tudi pomen fizičnih prostorov, ki mladim še vedno dajejo občutek stabilnosti, umika in pristnega stika z branjem. Čeprav so digitalna okolja postala vsakdanja, knjižnice in knjigarne ne izgubljajo pomena – nasprotno, vse pogostejše se pojavljajo kot prostori bralne socializacije, refleksije in identitetne opore (Berens in Noorda, 2023; Demopoulos, 2024; Kuzmičová idr., 2018).

Vloga knjižnic danes ni omejena zgolj na izposojajo gradiva – ki pa še vedno ostaja njihova temeljna in najpogostejša storitev – temveč se razširja tudi v

smeri ustvarjanja prostorov refleksije, učenja in osebnega razvoja. V kontekstu knjižnic in knjigarn se pogosto pojavlja koncept »tretjega prostora«, kot ga je definirala Oldenburg (1989): to naj bi bil prostor druženja, sproščenosti in pripadnosti – neke vrste javna dnevna soba. Vendar pa Vogrinčič Čepič (2017) opozarja, da je treba biti pri prenosu tega koncepta v knjižnično področje previden. Oldenburgova definicija namreč izhaja iz povojnega ameriškega konteksta ter se nanaša predvsem na komercialna srečevališča, kot so kavarne, frizerski saloni in knjigarne – torej prostori, ki ponujajo storitve v zameno za plačilo. Knjižnice pa po svoji naravi delujejo nekomercialno, kar postavlja pod vprašaj neposredno uporabo tega pojma. Zato avtorica meni, da je tretji prostor pogosto preozka ali konceptualno neustrezna oznaka za knjižnični prostor, če ga ne premislimo v širšem institucionalnem in družbenem okviru (Vogrinčič Čepič, 2017).

Kljub temu v sodobnih knjižnicah prepoznamo nekatere značilnosti tretjih prostorov: odprtost, dostopnost, sproščeno vzdušje ter prizadevanje, da uporabniki v prostoru začutijo domačnost in pripadnost. Toda druge ključne značilnosti – kot so redno srečevanje stalnih obiskovalcev, pogovor kot osrednja dejavnost in igrivo, zabavno okolje – so prisotne zgolj v določenih storitvah, denimo pri bralnih krožkih, drugih skupinskih dejavnostih ali celo v čitalnicah med izpitnim obdobjem, kjer se redno srečujejo isti študenti. Sicer pa knjižnice ostajajo tudi pomemben prostor umika, tišine in osredotočenega dela (Vogrinčič Čepič, 2017).

Številne visokošolske knjižnice se preobražajo v večnamenske prostore, ki združujejo individualno učenje, skupinsko delo in družabne dejavnosti. Seemiller in Grace (2019) ugotavljata, da knjižnice poleg dostopa do gradiva in digitalnih orodij ponujajo tudi laboratorije, računalniške učilnice, udobne koticke ter celo kavarne, s čimer študentom zagotavljajo občutek domačnosti in varnosti. Johnson in Kazmer (2011) dodajata, da sodobne visokošolske knjižnice vse bolj prevzemajo vlogo skupnostnih centrov, kjer se prepletajo različne dejavnosti – od raziskovanja do družabnih dogodkov. Takšna preobrazba fizičnega prostora potrjuje, da knjižnice ostajajo pomembni kraji družbene interakcije in kulturne pripadnosti.

Podoben vpogled ponuja raziskava Malatjija⁶ (2023), ki je na Univerzi za tehnologijo Tshwane preučeval uporabnost visokošolske knjižnice z vidika študentov.

⁶ V raziskavi je sodelovalo 468 študentov zaključnih letnikov na Tshwane University of Technology (148 s Fakultete za humanistiko, 189 s Fakultete za management, 74 s Fakultete za ekonomijo in finance ter 57 s Fakultete za informacijsko-komunikacijsko tehnologijo) ter pet knjižničnih delavcev knjižnice na kampusu Polokwane. Podatki so bili zbrani avgusta 2016, in sicer s kvantitativnimi vprašalniki za študente (23.–24. in 30. avgusta) ter s kvalitativnimi intervjuji s knjižničnim osebjem (25. avgusta).

Ugotovil je, da študenti knjižnico dojemajo kot uporabniku prijazen prostor, ki jim omogoča tako izposajo gradiva kot branje lastnih zapiskov, dostop do interneta in predvsem miren prostor za študij. Študenti so knjižnico opisovali kot okolje, ki jim zagotavlja občutek varnosti in funkcionalnosti, saj združuje različne dejavnosti – od učenja do uporabe digitalnih naprav. Raziskava opozarja, da prav percepcija uporabnosti vpliva na dejansko rabo knjižnice, zato Malatji priporoča, da knjižnice svoje storitve še bolj promovirajo in študentom približajo tudi manj znane dejavnosti, ki jih ponujajo (Malatji, 2023). Posebno nazoren primer predstavlja visokošolska knjižnica Union v sklopu Univerze Union v ZDA, ki jo Powell in Wessies (2021) opisujeta kot prostor, ki vse bolj prevzema funkcijo skupnostnega središča. Knjižnica združuje tihe čitalnice za individualno delo, odprte prostore in zasebne sobe za skupinsko učenje ter sodobno opremljene računalniške laboratorije. Poleg tega vključuje tudi manjšo kavarno in kotičke za sprostitev, kar študentom in obiskovalcem zagotavlja občutek domačnosti ter spodbuja daljše zadrževanje v knjižnici. Prav ta kombinacija učenja, raziskovanja in družabnosti omogoča, da knjižnica postane »vroča točka« študentskega življenja, hkrati pa varno in prijetno okolje za širšo študentsko skupnost (Powell in Wessies, 2021).

Pomemben inovativni poskus približevanja knjižnice študentom je bil projekt Lemontree, ki ga je v visokošolski knjižnici Univerze v Huddersfieldu analiziral Walsh (2014). Gre za platformo igrifikacije, ki prek elementov igre, kot so točkovanje, značke in lestvice uspešnosti, uvaja »igralno plast« nad klasične knjižnične dejavnosti. Namen sistema je bil povečati uporabo knjižničnih virov, od izposoje knjig do dostopa do elektronskih gradiv, hkrati pa ustvariti bolj sproščeno in igrivo uporabniško izkušnjo. Rezultati kažejo, da so študenti projekt sprejeli kot zabaven in motivacijski način spodbujanja k obisku knjižnice, pri čemer so poročali o pogostejšem prihajanju v knjižnico, širšem izboru izposojenih knjig in večji uporabi elektronskih virov. Čeprav kritiki opozarjajo na tveganje pretirane odvisnosti od zunanje motivacije, je bil projekt zasnovan tako, da podpira predvsem notranje spodbude za učenje, sodelovanje in raziskovanje (Walsh, 2014).

Posebno inovativno prakso predstavlja tudi Mestna knjižnica Köln, ki je v svojih prostorih uredila studio za ustvarjanje vsebin na družbenih omrežjih. Člani knjižnice, stari 16 let in več, lahko brezplačno uporabljajo profesionalno opremo, od 4K-kamer, mikrofонов in prilagojene osvetlitve do montažnih orodij, ter v varnem okolju posnamejo in uredijo video- ali avdioposnetke. Studio je zasnovan kot prostor, ki spodbuja kreativnost uporabnikov in jim omogoča, da knjižnico doživijo ne le kot prostor za izposajo gradiva, temveč kot sodobni laboratorij za ustvarjanje digitalnih vsebin. Poleg tehničnih možnosti knjižnica organizira tudi delavnice o snemanju in montaži ter medijske programe,

ki mlade učijo kritične in odgovorne rabe družbenih omrežij (Stadtbibliothek Köln, n. d.).

Primer dobre prakse iz Hrvaške dodatno ponazarja, kako lahko knjižnice aktivno sooblikujejo mladinske bralne skupnosti z razumevanjem interesov generacije Z. V javni knjižnici so na pobudo knjižničarjev organizirali anime klub za srednješolce,⁷ zasnovan po modelu bralnega krožka, ki je mladim ponudil varen prostor za kulturno izmenjavo, izražanje mnenj in krepitev pripadnosti. Srečanja so bila strukturirana v tri dele – diskusijo o izbrani anime vsebini, aktivnosti, ki so jih pripravili udeleženci sami, ter predloge za prihodnja srečanja. Zasnova je mladim omogočila aktivno soustvarjanje vsebin, kar je okrepilo njihovo motivacijo in občutek, da jim klub pripada. Zanimivo je, da so prav v tem okviru nekateri člani knjižnice začeli tudi obiskovati knjižni klub, ki je nastal kot nadaljevanje njihove angažiranosti v knjižnici. Takšne prakse potrjujejo potencial knjižnic kot prostorov identitetne opore in ustvarjalnega razvoja mladih (Žentil Barič, 2024).

Zanimiv primer transformacije vloge knjižnic ponuja Mestna knjižnica Ljubljana, ki je v svojem aktualnem strateškem načrtu (2022–2026) opredelila knjižnico kot prostor sproščenega druženja, ustvarjalnosti in vseživljenjskega učenja. Posebej poudarjajo, da je knjižnica najbolj omrežena kulturna ustanova v mestu, ki povezuje različne deležnike na področju bralne kulture na lokalni, nacionalni in mednarodni ravni. Vizija temelji na razumevanju knjižnice kot prostora za vse, fizičnega in digitalnega, ki zagotavlja prost dostop do informacij, spodbuja branje v vseh starostnih skupinah ter krepi ustvarjalnost z uporabo novih tehnologij. Zbiranje osebnih zgodb in spominov prebivalcev Ljubljane knjižnico umešča tudi v vlogo hraniteljice lokalnega spomina, medtem ko koncepti zele-nega načrtovanja, partnerstev ter digitalizacije storitev potrjujejo prizadevanja za trajnostno, odprto in skupnostno naravnano delovanje (Strateški načrt Mestne knjižnice Ljubljana za obdobje 2022–2026).

Tudi kvantitativni podatki kažejo na pomembno vlogo knjižnic pri oblikovanju bralnih praks mladih. Po podatkih raziskave *Knjiga in bralci VII* (Gerčar, 2024), je skoraj dve tretjini študentov, starih med 18 in 24 let, svojo zadnjo knjigo pridobilo prav iz knjižnice. Kovač dodatno poudarja pomembnost knjižničnega sistema v slovenskem kontekstu, saj v svojem prispevku ugotavlja, da je poraba

⁷ Anime klub za srednješolce je med oktobrom 2021 in julijem 2023 deloval kot program javne knjižnice na Hrvaškem. Prvo leto je potekalo 20 srečanj z 20 prijavljenimi mladimi, od katerih jih je osem redno sodelovalo; drugo leto je sledilo 21 srečanj s 23 prijavljenimi in desetimi rednimi člani. Dejavnosti kluba so potekale v različnih knjižničnih prostorih, tudi v času epidemioloških omejitev. Na njegovi osnovi je pozneje nastal tudi knjižni klub za dijake.

knjige v Sloveniji bolj odvisna od javne infrastrukture kot drugje v Evropi (Kovač, 2024).

Podobno vlogo vse bolj prevzemajo tudi knjigarne, ki presega svojo primarno komercialno funkcijo. V več prispevkih časnika *The Guardian* so knjigarne predstavljene kot estetski in emocionalno pomembni prostori, ki mlade pritegnejo z občutkom pristnosti, zadržanosti in lokalne kulturne vključenosti (Mac Donnell 2024; Manavis 2024). Po navedbah Fortune (2023) številne neodvisne knjigarne po pandemiji doživljajo razcvet, saj postajajo središča skupnostne dinamike, kulturne orientacije in alternativnega življenjskega sloga. Fizična knjiga in prostor zanjo tako pridobivata ponovno simbolno moč – ne kot nuja, temveč kot izbira.

Nguyen (2019) knjigarne, pogosto povezane s kavarnami, imenuje sodobni »tretji prostori« – oznaka, ki se sicer (kot smo omenili že prej) pogosto uporablja v diskurzu knjižnic in knjigarn, vendar je hkrati problematična. V teh prostorih obiskovalci ne le kupujejo knjige, temveč tudi berejo, študirajo in se družijo. Takšna okolja spodbujajo kulturno izmenjavo, krepijo občutek pripadnosti in služijo kot nevtralna mesta srečevanja različnih skupin ljudi. Poleg tega raziskave poudarjajo pomen knjigarn kot skupnostnih središč, ki prispevajo k ohranjanju lokalne kulture in spodbujajo bralno kulturo v skupnosti (DE MODE, 2024).

Tudi Friss (2024) izpostavlja, da so knjigarne skozi zgodovino igrale pomembno vlogo pri oblikovanju kulturnega prostora – ne zgolj kot prodajna mesta, temveč kot prostori družbene interakcije, intelektualne izmenjave in lokalnih skupnosti. Knjiga sicer ne predstavlja celovite zgodovine knjigotrštva, temveč – kot opazuje Menand (2024) – niz trinajstih portretov znamenitih knjigarn in njihovih ustanoviteljev. Friss se pri tem osredotoča manj na ekonomske vidike in bolj na atmosfero ter simbolni pomen teh prostorov.

Podoben razmislek ponuja Deutsch (2024), v katerem brani idejo, da je dobra knjigarna bistveno več kot prodajalna – je prostor miselne upočasnitve, konceptualizacije in kulturnega brskanja. Kot dolgoletni direktor knjigarne *Seminary Co-op* v Chicagu Deutsch trdi, da se vrednost knjigarne ne meri z donosnostjo, temveč z njeno sposobnostjo omogočati poglobljeno bralno izkušnjo, ki jo zagotavlja prav fizična prisotnost – tišina, nelinearna razporeditev polic in možnost nepričakovanih odkritij. Knjigarna je v njegovem pogledu javna dnevna soba in intelektualno zatočišče, kjer bralec ne išče nujno točno določenega naslova, temveč se odpira možnosti, da bo našel nekaj, česar ni pričakoval. Brskanje postane oblika refleksije, prostor pa ni namenjen kupcu, temveč človeku knjige – bralcu, ki se s knjigo in prostorom sreča v skupnem dejanju odkrivanja. V nasprotju s tem idealom Deutsch izpostavlja Amazonovo logiko spletne knjigarne,

kjer knjiga ni več kulturna dobrina, temveč sredstvo za privabljanje potrošnikov. Da je Bezos knjige spremenil v t. i. reklamne izdelke – torej izdelke, ki jih podjetje prodaja z izgubo, da bi privabilo kupce k drugim, bolj dobičkonosnim artiklom – se Deutschu zdi posebej odvratno. Še posebej, če pomislimo, da so poklicni knjigarnarji od nekdaj dajali prednost kulturnemu poslanstvu pred ekonomskim izplenom. V nasprotju z njihovo težnjo po kuraciji, refleksiji in izbiranju Amazonov model »trgovine z vsem« povsem zaobide knjigotrško delo kot kulturno prakso. V tem smislu Deutsch zagovarja prihodnost knjigarn kot kulturnih ustanov, ki temeljijo na modro neučinkoviti rabi časa, družbeni odprtosti in estetski funkciji prostora (Deutsch, 2024).

Poleg tega številni komentatorji opozarjajo na nedavno odločitev Amazona, da je leta 2023 zaprl spletno knjigarno Book Depository (ki jo je kupil leta 2011) – eno redkih platform, ki je omogočala cenovno dostopno naročanje knjig z brezplačno poštnino po vsem svetu. Zaprtje te knjigarne je bilo razumljeno kot poskus preusmerjanja potrošnikov na matično Amazonovo platformo, kjer so cene praviloma višje, možnosti dostave pa manj ugodne. Primer dodatno potrjuje Deutschevo tezo o instrumentalizaciji knjige znotraj tržne logike, ki jo narekuje učinkovitost, ne pa skrb za kulturno vrednost.

Popolno nasprotje Amazonovemu pristopu predstavlja Stara knjigarna⁸ v islandski vasici Flateyri – neodvisna knjigarna, ki že več kot stoletje deluje pod vodstvom iste družine. Tam knjiga ni tržno orodje, temveč vez med bralcem, krajem in skupnim spominom. Njeno delovanje uteleša prav tiste vrednote, ki jih zagovarja Deutsch: počasnost, kurirano izbiranje, prostorsko izkušnjo in spoštovanje kulturne kontinuitete. S simboličnim žigom na izbrani knjigi ter atmosfero, ki spodbuja refleksijo, Flateyri potrjuje, da knjigarna tudi v 21. stoletju ostaja kulturna ustanova v najžlahtnejšem pomenu besede (Cibulková, 2025).

Podobno, toda v povsem drugačnem geografskem in kulturnem kontekstu, deluje knjigarna Mi smo glas⁹ v Ciudadu de México – največja in najstarejša neodvisna LGBT+ knjigarna v Latinski Ameriki. Umeščena v srce četrti Zona Rosa, je več kot le prodajalna: v dvanajstih letih delovanja se je razvila v kulturni center, varno točko in prostor za javno razpravo o pravicah marginaliziranih skupin. Poleg bogatega knjižnega kataloga je tudi stičišče civilne družbe, umetnosti in aktivizma. Njeno delovanje potrjuje vlogo knjigarne kot prostora raznolikosti, vključevanja in demokratičnega dialoga (Oikión in Henson, 2021).

⁸ Stara knjigarna, v izvirniku imenovana *Old Bookstore*, ustanovljena leta 1914, še vedno deluje v isti zgradbi.

⁹ Knjigarna Mi smo glas je v izvirniku imenovana *Somos Voces*.

Podoben primer predstavlja tudi knjigarna Gato Caulle v čilskem mestu Valdivia, ki od leta 2017 deluje kot neodvisno literarno in skupnostno središče. Poudarek daje malim založbam, regionalnim avtorjem in poglobljenemu kulturnemu udejstvovanju, pri čemer posebno pozornost namenja delu z mladimi: v sodelovanju z učitelji in učenci organizira delavnice, izdaja zbornike z literarnimi prispevki osnovnošolcev ter spodbuja razmislek o družbenih temah, kot so človekove pravice. Knjigarna se je tako uveljavila kot kulturno središče, zavezano lokalnemu okolju, izobraževanju in literarnemu dialogu (Mirabella, 2022).

Primeri, kot so Flateyri, Somos Voces in Gato Caulle, potrjujejo, da sodobne knjigarne kljub globalnim tržnim pritiskom ohranjajo svojo moč kot prostori kulturne vzdržnosti, refleksije in skupnostne pripadnosti. Podobno tudi knjižnice – denimo visokošolska knjižnica Union, projekt gamifikacije Lemontree v knjižnici Univerze v Huddersfieldu, medijski studio Mestne knjižnice Köln ter strateška vizija Mestne knjižnice Ljubljana (2022–2026) – dokazujejo, da ostajajo ključna središča bralne kulture, družbene interakcije in identitetne opore. Čeprav delujejo v različnih družbenih in kulturnih kontekstih, knjižnice in knjigarne povezuje prizadevanje za ohranjanje knjige kot kulturne vrednote in oblikovanje prostorov, kjer literatura vzpostavlja vezi med posameznikom in skupnostjo. Temu pritrjuje tudi Menand (2024), ki poudarja, da je po pandemiji prišlo do nepričakovane rasti števila neodvisnih knjigarn, kar kaže, da fizični prostori branja – tako knjižnice kot knjigarne – še naprej nagovarjajo temeljne človeške potrebe po taktilnosti, osebnem stiku in občutku kulturne umeščenosti, ki jih digitalne platforme ne morejo nadomestiti.

2.3 Bralna identiteta in pomen prostora

Tiho branje ni zgolj kognitivna in umska dejavnost, pač pa praksa, ki je telesno in socialno umeščena ter jo pomembno oblikuje okolje. Prostorski dejavniki – kot so razsvetljava, razporeditev pohištva, prisotnost drugih bralcev in občutek tišine – oblikujejo občutek legitimnosti in osredičenosti bralne dejavnosti (Kuzmičová idr., 2018). Torej, lahko bi rekli, da branje v knjižnicah ali knjigarnah spodbuja drugačno vrsto zbranosti kot domače okolje.

Papež in Merčun Kariž (2024) na primeru Osrednje knjižnice Ajdovščina izpostavljata več dejavnikov, ki vplivajo na zaznano kakovost prostora – od prešibke in neenakomerne umetne razsvetljave, še posebej v času slabega vremena, do težav z vzdrževanjem primerne zračne vlage. Opozarjata tudi na pomanjkljivo dostopnost za gibalno ovirane uporabnike, ki nimajo zagotovljenega dostopa do primerno opremljenih prostorov. Takšne razmere pomembno vplivajo na to,

kako se posamezniki počutijo v knjižnici in ali jo dojemajo kot prostor, ki spodbuja ali ovira bralno dejavnost.

Poleg prostorskih in družbenih dejavnikov ima pri oblikovanju bralne identitete pomembno vlogo tudi izbrani medij. Baron (2021) ugotavlja, da fizične značilnosti tiskanih knjig – kot sta otip in vonj – pomembno prispevajo k doživljanju branja kot celostne, utelešene in »pristne« izkušnje. Način branja tako ni le tehnična izbira, temveč izraža tudi osebne preference, vrednote in doživljanje sebe kot bralca (Baron, 2021). Bralna identiteta se tako oblikuje v stiku z materialnim, socialnim in medijskim kontekstom ter ni nujno skladna z vedenjskim vidikom branja. V tem kontekstu presega zgolj samoidentifikacijo kot bralca. Vključuje tudi odnos do specifičnih žanrov, načina branja, kulturnih vrednot in občutka pripadnosti skupnosti (Baron, 2021; Berens in Noorda, 2023).

Po podatkih Berens in Noorde (2023), po katerih kar 42 % pripadnikov generacije Z, ki redno berejo – torej vsaj enkrat tedensko ali preberejo več knjig mesečno – ne verjame, da so »pravi bralci«. Ta razkorak med vedenjem in samopodobo kaže, da bralna identiteta ni samoumevna, temveč rezultat prepletanja kulturnih, družbenih in osebnih dejavnikov. Po drugi strani pa Vogrinčič Čepič in Kotrla Topić (2021) ugotavljata, da so se nekateri udeleženci njune raziskave kot zavzeti bralci opredelili že zgolj na podlagi dejstva, da v branju uživajo – ne glede na število prebranih knjig, ki se je pri njih gibalo med deset in petdeset na leto.

Povezava med branjem in prostorsko izkušnjo se dodatno razkriva v domačem okolju. Vogrinčič Čepič in Kotrla Topić (2021) poudarjata, da je branje mogoče razumeti kot telesno izkušnjo, ki je utelešena, umeščena v določeni prostor in posledično podvržena vplivom neposrednega okolja. Po njunih ugotovitvah domače okolje bralcu omogoča, da si razmere branja prilagodi glede na lastne potrebe, kar mu zagotavlja občutek nadzora, zasebnosti in sproščenosti – ti dejavniki pa prispevajo k oblikovanju bralne samopodobe. V zaključku avtorici opozarjata, da je branje še vedno tesno povezano z idejo doma kot čustvenega in simbolnega prostora. Pri tem povzemata definicijo doma kot »prostora, občutka, izkušnje, navade ali reprezentacije« (Giorgi idr., 2007, str. 147, povzeto po Vogrinčič Čepič in Kotrla Topić, 2021) ter dodajata, da bi lahko na podoben način razumeli tudi branje.

Vogrinčič Čepič je sicer že leta 2019 izpostavila, da nekateri bralci z branjem ustvarijo »mehurček zasebnosti« (Vogrinčič Čepič, 2019, str. 173), ki jim omogoča vzpostavitev telesnega in čustvenega udobja ter ponovni simbolni prevzem prostora. Takšne telesne in prostorske prakse predstavljajo obliko samoregulacije, pri kateri posameznik zavestno prilagaja svetlobo, tišino ali telesno držo

z namenom ustvarjanja optimalnih razmer za branje (Vogrinčič Čepič, 2019). Branje tako ni le sredstvo dostopa do vsebine, temveč tudi način ohranjanja notranjega ravnovesja in nadzora, kar ima lahko pomembno vlogo pri oblikovanju doživljanja sebe kot bralca.

2.4 Digitalne platforme kot nova orodja bralne socializacije

Platforme, kot so TikTok (znotraj skupnosti BookTok), YouTube (BookTube) in Instagram (Bookstagram), so postale pomembna bralna okolja, kjer knjige krožijo kot trend, čustvena izkušnja in izraz osebnega sloga. Po podatkih raziskave, ki sta jo leta 2022 v ZDA izvedli Berens in Noorda z Univerze Portland State, je kar 34 % pripadnikov generacije Z kupilo knjigo zaradi priporočila na TikToku (Berens in Noorda, 2023),¹⁰ 17 % mladih Poljakov v starostni skupini 15–24 let pa uporablja družbena omrežja za iskanje informacij o knjigah – pri čemer ženske občutno pogosteje sledijo tovrstnim priporočilom (Zasacka idr., 2024).¹¹

Kratke video vsebine, kot so Instagram Reels in TikTok, so postale osrednji vir vsakodnevne medijske konzumacije; po podatkih iz ameriškega konteksta jih kar 68 % pripadnikov generacije Z spremlja redno (Media Logic, 2024). Čeprav gre za drugačen kulturni prostor, kjer so medijski vzorci deloma specifični, tudi raziskave iz slovenskega okolja potrjujejo močno prisotnost teh platform v vsakdanjih rutinah mladih. Po podatkih projekta *Medijski repertoarji mladih*¹² kar 96 % osnovnošolcev in 98 % dijakov redno uporablja pametne telefone, najpogosteje za poslušanje glasbe, klepetanje in spremljanje družbenih omrežij, med katerimi izstopajo Instagram, YouTube, TikTok in Snapchat (Oblak Črnič idr., 2025). S tem se spreminjajo tudi bralna pričakovanja – od strukture in dolžine do intenzivnosti informacij. Generacija Z, kot ugotavlja Horowitz Research

¹⁰ Raziskavo sta izvedli dr. Kathi Inman Berens in dr. Rachel Noorda z Univerze Portland State (ZDA) v letu 2022, rezultati pa so bili objavljeni leta 2023 pod okriljem American Library Association (Ameriško knjižničarsko združenje). V anketi je sodelovalo 2075 oseb, starih med 13 in 40 let, ki pripadajo generacijama Z in milenijcev. Spolna identiteta udeležencev je bila del raziskave, čeprav poročilo ne navaja natančne porazdelitve po spolu.

¹¹ Poročilo Stanje bralne kulture na Poljskem v letu 2023 (v izvirniku: *Stan czytelnictwa książek w Polsce w 2023 roku*) so pripravili Zasacka, Chymkowski in Koryś (2024) za Nacionalno knjižnico Poljske. Raziskava je bila izvedena jeseni 2023 na reprezentativnem vzorcu 2012 oseb, starih 15 let ali več.

¹² Podatki kažejo, da 96 % osnovnošolcev (11–15 let) in 98 % dijakov (14–19 let) uporablja družbena omrežja in spletne aplikacije. Osnovnošolci jih najpogosteje uporabljajo za pogovore (73 %), poslušanje glasbe (70 %) in pošiljanje zasebnih sporočil (64 %); medtem ko srednješolci najpogosteje poslušajo glasbo (81 %), klepetajo (80 %) in si pošiljajo sporočila (79 %). Družbena omrežja so zanje tudi pomemben vir informiranja – dnevno to velja za tretjino, tedensko pa za dve tretjini mladih.

(2025), oblikuje kulturo v realnem času skozi kombinacijo drsenja, pretakanja in deljenja, kar zahteva od medijev in blagovnih znamk nove načine posredovanja vsebin. Vendar pa podatki iz slovenskega raziskovalnega konteksta kažejo tudi na pomembne razlike znotraj same mladostniške populacije: medtem ko nekatere skupine berejo le v šolskem okviru, obstajajo tudi skupine, ki branju posvečajo pomembno vlogo. Ti mladi pogosto berejo tiskane medije, imajo doma veliko knjig, svojo medijsko rabo pa usmerjajo predvsem v informiranje, ustvarjanje in učenje. Takšni podatki potrjujejo, da digitalizacija ni nujno v nasprotju z branjem – vendar pa to ni enakomerno razporejeno med vsemi mladimi, temveč se izraža skozi kompleksno mrežo preferenc, ki vključuje razlike v motivaciji (zabava, informiranje, učenje), v dostopu do naprav ter šolskih in družinskih okvirov, kar se kaže v razlikah med repertoarji (od selektivnih do razpršenih) ter v odnosu do branja (od branja zgolj za šolo do pogostega prostočasnega branja). Med osnovnošolci se intenzivni komunikatorji,¹³ ki so visokoodzivni v vrstniških stikih, opirajo predvsem na efemerne komunikacijske platforme (Snapchat, TikTok) in berejo večinoma zaradi šolskih obveznosti. Nasprotno pa youtubovski minimalisti¹⁴ izkazujejo selektivno in zmerno rabo platform, pri čemer berejo najpogosteje in živijo v okoljih z največ knjigami doma. Pri srednješolcih pa dijakinje minimalistke¹⁵ zmerno kombinirajo platforme, dosegajo visoko šolsko uspešnost in odraščajo v knjižno bogatih okoljih. Povsem drugače pa vizualni komunikatorji,¹⁶ ki so močno vezani na vizualne pretočne vsebine, odraščajo v domovih z najmanj knjigami in branje prakticirajo skoraj izključno zaradi šole. Te razlike ponazarjajo, da materialna raznovrstnost (računalniki, konzole, VR-očala, druge naprave) sama po sebi ne vodi v bogatejše prakse, saj se v mreži preferenc oblikujejo selektivne kombinacije platform in različnih načinov branja, od zgolj šolskega do pogostega prostočasnega branja (Oblak Črnič idr., 2025).

To spremenjeno medijsko okolje pa ne pomeni nujno oddaljevanja mladih od knjig, temveč odpira nove priložnosti za knjižnično delovanje na priljubljenih

¹³ Intenzivni komunikatorji so osnovnošolci, ki močno uporabljajo Snapchat in TikTok; družbeno so zelo odzivni, veliko klepetajo in delijo vsebine. Branje je pri njih večinoma omejeno na šolske obveznosti, sicer raje posegajo po kratkih in efemernih komunikacijskih oblikah.

¹⁴ Youtubovski minimalisti so osnovnošolci, ki uporabljajo predvsem YouTube, niso pa na Instagramu in drugih platformah. Imajo doma največ knjig, so najpogostejši bralci in pogosto berejo tudi revije in časopise. Povezujejo se z ucnim uspehom in z družinskimi okolji, ki podpirajo branje.

¹⁵ Minimalistke so večinoma gimnazijke, ki zmerno uporabljajo Instagram in TikTok. Njihova raba je intencionalna (informacije, učenje), šolsko so zelo uspešne, doma odraščajo v okoljih z največ knjigami. Berejo najraje in najpogosteje od vseh skupin.

¹⁶ Vizualni komunikatorji so dijaki, ki uporabljajo predvsem Instagram, TikTok in Snapchat. Močno jih zaznamuje vizualna popkultura, spremljajo pretočne TV-vsebine in serije. Odraščajo v domovih z najmanj knjigami in branje prakticirajo skoraj izključno zaradi šole.

platformah. Primer predstavlja TikTok profil Mestne knjižnice Ljubljana, ki je bil med letoma 2020 in 2022 predmet raziskave (Prica in Vilar, 2023). Analiza 88 objav je pokazala, da knjižnica največ interakcij doseže z zabavnimi in osebno obarvanimi vsebinami ter z vključevanjem v #booktok skupnost, medtem ko so promocijske in izobraževalne objave deležne manjšega odziva. TikTokova analitika (Šefman, 2024) dodatno potrjuje, da so med sledilci knjižnice pretežno mladi odrasli: 30 % v starosti od 18 do 24 let in 39 % v starosti od 25 do 34 let, skoraj tri četrtine sledilcev pa predstavljajo ženske (74 %). Ti podatki kažejo, da mladi med številnimi vsebinami na TikToku spremljajo tudi knjižnične vsebine. Vendar zgolj prisotnost knjižnice na platformi še ne pomeni samodejnega povečanja vključenosti mladih v knjižnično skupnost. Za potrditev tega bi bile potrebne dodatne analize – denimo spremembe v številu članov pred uvedbo TikToka in po njej, podatki o izposoji gradiva po starostnih skupinah ali vpogled v rabo gradiva, predstavljenega na profilu. Ker knjižnična statistika takšnih podatkov praviloma ne zbira, je knjižnično prisotnost na družbenih omrežjih smiselno razumeti predvsem kot obliko doseganja mladih in kot potencial za njihovo večjo vključenost, ne pa kot že dokazano dejstvo.

Kljub izrazitemu vplivu digitalnih kanalov pa fizična knjiga ohranja svojo prisotnost in simbolni pomen. Po podatkih raziskave, ki jo je na Poljskem leta 2023 izvedla Narodna knjižnica Poljske, 98 % mladih še vedno bere tiskane knjige, medtem ko zgolj digitalne izbira le 7 %. V starostni skupini 15–24 let je delež takih bralcev med moškimi 11 %, med ženskami pa še nižji – le 4 % žensk bere izključno digitalno (Zasacka idr., 2024). Podobno kažejo tudi slovenski podatki: med mladimi, starimi 18–24 let, jih 55 % bere izključno tiskane knjige, 31 % kombinira tiskane in elektronske ali zvočne knjige, medtem ko jih samo digitalni ali zvočni format izbere le 6 % (Gerčar et al., 2024).¹⁷ Da generacija Z še vedno močno preferira tiskane knjige, potrjuje tudi raziskava Nielsen BookData, ki kaže, da je kar 80 % vseh nakupov tiskanih knjig med letoma 2021 in 2022 opravila prav ta generacija (cit. po Mac Donnell, 2024). V raziskavi *Knjiga in bralci VII* (Gerčar et al., 2024) torej najdemo nekaj spodbudnih ugotovitev, ki vračajo vero v prihodnost tiskanega branja: prav najmlajša starostna skupina (18–24 let) v največjem deležu izkazuje preferenco do tiskanih knjig – in to kljub pogosto povzemanim stereotipom o digitalnih domorodcih, ki naj bi večinoma posegali po elektronskih formatih.

¹⁷ Podatki izvirajo iz raziskave *Knjiga in bralci VII* (Gerčar et al., 2024), ki jo je izvedla Javna agencija za knjigo Republike Slovenije. Za starostno skupino 18–24 let je bilo v letu 2024 analiziranih 74 anketirancev.

2.5 Kulturni kapital in knjiga kot statusni objekt

V digitalnih skupnostih, kot so BookTok, Bookstagram in BookTube, knjige vse pogostejše delujejo kot kulturni označevalci: mladi z njimi ne izražajo le svojega bralnega okusa, temveč tudi to, kdo so – ali želijo biti – znotraj svoje spletne in družbene skupnosti. Knjiga v tem kontekstu presega svojo vsebinsko funkcijo in postane sredstvo digitalne samoprezentacije, podobno kot izbira oblačil, glasbe ali političnih stališč. Tako npr. oznaka *#sapphicbooks* pomeni identifikacijo z LGBT+ skupnostjo, specifično z nišnim lezbičnim segmentom, zaznamovanim s tradicionalno »ženstveno« estetsko noto. Podobno oznaka *#darkacademia* označuje pripadnost estetizirani subkulturi, ki idealizira intelektualno resnost, melanholijske in vizualne elemente, kot so starinske knjižnice, deževna jesenska kulisa in klasična literatura. Berens in Noorda (2023) navajata primer uporabnice Ayman Chaudhary, ki je zaradi čustvene izkušnje posnela, kako je vrgla knjigo *The Song of Achilles* (slovenski prevod: *Ahilova pesem*) čez sobo – knjiga je v tem kontekstu simbol čustvene intenzivnosti, identifikacije in pripadnosti. Številni t. i. booktoki¹⁸ izpostavljajo tudi materialnost tiskanih knjig, približane kadre knjižnih kazal ali bralnih kazalk, dekoracij ali estetsko urejenih knjižnih kotičkov. Tudi prispevki na BookToku pogosto vizualno izpostavljajo materialnost knjige: npr. posnetki uporabnikov, ki berejo v prostorih newyorške knjižnice z ozadjem arhitekturne estetike, pogosto vključujejo približane kadre tiskanih knjig, kazal, kave in slušalk kot del t. i. *library aesthetic*.¹⁹ Uporabniki TikToka poudarjajo, da knjižnice niso le prostori učenja, ampak vizualno privlačna ozadja za ustvarjanje spletno gledljive študijske izkušnje (Demopoulos, 2024). O knjigarnah kot estetskih prostorih govorimo v kontekstu izkušenj generacije Z, ki obisk knjižarne pogosto dojema kot čustveno in senzorično bogato, romantizirano izkušnjo, ki je splet ne more ponoviti. Ena od sogovornic v članku Mac Donnell (2024) poudarja, da so knjižarne v njeni soseski lepe in pomirjujoče – obisk pa nekaj, česar prek spleta ne moreš poustvariti. Ta odnos do knjige kot kulturnega in estetskega predmeta bi lahko potrdili tudi podatki raziskave *Knjiga in bralci VII* (Gerčar, 2024), po katerih je v starostni skupini 18–24 let delež tistih, ki kupujejo knjige, narasel s 46 % v letu 2019 na 63 % v letu 2024. To predstavlja pomemben zasuk v vedenju mladih bralcev.

¹⁸ BookTok oz. booktoki označujejo skupnost in vsebine, objavljene na platformi TikTok pod oznako *#booktok* – gre za videe na temo knjig, branja in knjižne kulture, ki jih ustvarjajo uporabniki znotraj te bralno usmerjene skupnosti.

¹⁹ Pojem *library aesthetic* (dobesedno: »knjižnična estetika«) se na družbenih omrežjih nanaša na idealizirano, vizualno privlačno predstavo o knjižnici kot umirjenem, urejenem in kulturno bogatem prostoru. Vključuje elemente, kot so estetsko urejeni bralni kotički, posnetki knjižnih polic, stare knjige, okenska svetloba, tišina, vonj papirja in bralni dodatki (npr. kava, kazala, očala), ki skupaj ustvarjajo atmosfero intelektualne poglobljenosti in miru.

Vloga knjige kot statusnega objekta se na platformah, kot je BookTok, potrjuje tudi skozi avtoriteto t. i. bookfluencerjev – vplivnežev, katerih mnenja o knjigah pomembno oblikujejo bralne preference mlajših generacij. Kot poudarjata Hrehorowicz in Chmielewska (2024), ti vplivneži pogosto postanejo zanesljivi viri priporočil, njihovi izbori pa predstavljajo referenčne točke za bralno vedenje generacije Z, ki prek njih oblikuje tako svoj bralni okus kot tudi simbolno pripadnost določeni skupnosti. V povezavi s trendi, kot sta estetizacija branja in modna stilizacija knjig, pa Jordan Taylor-Jones, ustanovitelj knjigarne The West Kirby Bookshop, omenja pojav »gamifikacije branja« in »knjige kot modnega dodatka«, kjer knjige postajajo del identitete in modne prezentacije posameznika – vključno s pojavom t. i. knjižnih stilistov za slavne osebnosti, ki knjige umeščajo v okvir kulturno zaželenega²⁰ (Mac Donnell, 2024).

3 Raziskovalni problem in raziskovalna vprašanja

Kljub vse večji pozornosti, ki jo v zadnjih letih posvečamo vplivu digitalnih tehnologij na bralne navade, ostaja razumevanje nekaterih dimenzij branja pri generaciji Z nepopolno, še posebej v slovenskem kontekstu. Sem sodijo: pogostost in namen obiskovanja knjižnic, čitalnic in knjigarn; zaznavanje pomena fizičnega prostora za bralno izkušnjo; vpliv družbenih omrežij in digitalnih platform na bralne izbire. Čeprav številne študije (npr. Berens in Noorda, 2023; Baron, 2021; Gerčar idr., 2024) kažejo, da mladi ne berejo nujno manj, temveč drugače, ni dovolj jasno, kako se v njihovem vsakdanjem življenju prepletajo digitalne platforme, fizični prostori branja in oblikovanje bralne identitete. Primanjkuje empiričnih podatkov iz slovenskega prostora, ki bi pokazali, kako mladi konkretno uporabljajo knjižnice, knjigarne in digitalne platforme. Prav tako ostaja slabo raziskano, katere značilnosti bralnega prostora študenti zaznavajo kot pomembne in kako pogosto sledijo bralnim priporočilom z družbenih omrežij.

Cilj raziskave je bil zato pridobiti vpogled v izkušnje slovenskih študentov družboslovja in humanistike (18–25 let) z obiskovanjem knjižnic, čitalnic ter knjigarn – s poudarkom na samoocenjeni pogostosti obiskov, zaznanih motivacijah ter doživljanju teh prostorov. Dodatno je raziskava obravnavala tudi njihovo uporabo digitalnih platform (npr. BookTok, Bookstagram, aplikacije za e-branje) in dojemanje vpliva teh praks na oblikovanje njihove bralne identitete.

²⁰ V zadnjih letih se je med slavnimi osebnostmi pojavila praksa »knjižnega stiliziranja«, kjer znane osebnosti – kot denimo Kendall Jenner – postajajo simboli bralne estetike. Jenner je bila npr. leta 2019 fotografirana na jahti s knjigo *Tonight I'm Someone Else* (slovenski prevod: *Nocoj sem nekdo drug*) avtorice Chelsea Hodson, ki je bila polna označevalcev in listkov.

Raziskava, v kateri smo se osredotočili na bralne navade generacije Z v Sloveniji, temelji na kvantitativni metodi spletne ankete, ki je obsegala pet vsebinskih sklopov: (1) splošne bralne navade, (2) bralne navade v prostem času, (3) uporabo knjižnic, čitalnic in knjigarn, (4) uporabo digitalnih platform ter (5) spremembe v bralnih navadah po pandemiji COVID-19.²¹ Posebej smo se poglobili v rezultate tretjega in četrtega sklopa vprašanj, ki se nanašajo na:

- pogostost obiskovanja knjižnic, čitalnic in knjigarn,
- zaznavanje pomena fizičnega prostora za bralno izkušnjo,
- razloge za obisk knjigarn in načine nakupa knjig,
- uporabo digitalnih platform za branje ter vpliv družbenih omrežij na bralne odločitve.

Na tej osnovi smo oblikovali naslednja raziskovalna vprašanja:

1. Kako pogosto študenti generacije Z obiskujejo knjižnice in knjigarne ter za katere namene jih uporabljajo?
2. Kako študenti zaznavajo pomen fizičnega prostora (knjižnice, knjigarne) za svojo bralno izkušnjo?
3. V kolikšni meri družbena omrežja in digitalne platforme vplivajo na bralne izbire študentov?

3.1 Metodologija

Za potrebe raziskave smo uporabili anketno metodo, in sicer v obliki spletne ankete, namenjene študentom družboslovnih ter humanističnih smeri v Sloveniji. Takšna oblika je omogočila zbiranje strukturiranih numeričnih podatkov na večjem vzorcu anketirancev, kar je primerno za identifikacijo pogostosti

²¹ Struktura vprašalnika v raziskavi:

1. Splošne bralne navade – pomen branja, pogostost in čas, namenjen branju, motivacije (npr. sprostitve, izobraževanje), vrste besedil (leposlovje, stvarna, strokovna literatura, spletni članki, družbena omrežja), oblike in vmesniki branja (tisk, zaslon, zvočne knjige).
2. Bralne navade v prostem času – preferenčni žanri, pogostost branja v različnih okoljih (doma, knjižnica, javni prostori, narava), uporaba naprav (telefon, tablica, računalnik, e-bralnik), število prebranih knjig v zadnjem letu, bralni rituali in vpliv okolja na branje.
3. Uporaba knjižnic, čitalnic in knjigarn – pogostost obiskov, nameni uporabe (izposoja, čitalnica, dogodki), pomen knjižničnega okolja (tišina, udobje, dostop do gradiv), obiski knjigarn in motivacije (nakup, brskanje, darila), načini nakupa knjig (knjigarna, splet, sejmi).
4. Uporaba digitalnih platform – pogostost uporabe e-bralnih platform (npr. ELA, Beletrina Digital, Scribd, Wattpad), vpliv družbenih omrežij (#BookTok, Bookstagram, BookTube) na nakup knjig, pomen priporočil (prijatelji, vplivneži, knjižničarji).
5. Spremembe v bralnih navadah po pandemiji COVID-19 – spremembe v pogostosti branja fizičnih, digitalnih in zvočnih knjig, spremembe dostopnosti gradiv, vpliv pandemije na uporabo digitalnih vmesnikov in motnje pri branju (obvestila, utrujenost oči).

vedenjskih vzorcev, primerjave med spremenljivkami in preverjanje raziskovalnih vprašanj (Creswell in Creswell, 2018; Bryman, 2016). Kvantitativni pristop je v družboslovju še posebej uporaben, kadar želimo raziskati širše trende, izvesti teste povezanosti in vzpostaviti empirične temelje za nadaljnjo interpretacijo (Neuman, 2014; Babbie, 2021). Omogoča tudi večjo stopnjo objektivnosti, ponovljivost rezultatov ter statistično primerjavo med skupinami.

Raziskava temelji na kvantitativnem spletnem vprašalniku, ki je bil oblikovan posebej za potrebe doktorskega raziskovalnega projekta in je meril odnos slovenskih študentov generacije Z do branja, knjižnic, knjigarn in digitalnih platform. Glavni raziskovalni namen je bil ugotoviti, kako pogosto študenti obiskujejo fizične bralne prostore, katere funkcije jim ti prostori ponujajo ter v kolikšni meri na njihove bralne odločitve vplivajo digitalna orodja in družbena omrežja. Vsebina anketnega vprašalnika je bila razdeljena v pet tematskih sklopov, pri čemer se ta analiza osredotoča na sklop 3 (uporaba knjižnic, čitalnic in knjigarn) ter sklop 4 (uporaba digitalnih platform), saj sta neposredno povezana z raziskovalnim vprašanjem o vlogi fizičnega in digitalnega prostora pri oblikovanju bralne izkušnje ter bralne identitete.

Raziskava je temeljila na spletni anketi kot načinu zbiranja podatkov, pri čemer je bil kot raziskovalni instrument uporabljen spletni vprašalnik, oblikovan v orodju 1KA; zbiranje podatkov je potekalo med marcem in majem 2025. Anketa je bila distribuirana po elektronskih poštnih seznamih, študentskih forumih in družbenih omrežjih (npr. Instagram, Facebook, LinkedIn, Reddit), s čimer smo dosegli ciljno populacijo: študente družboslovnih in humanističnih smeri v Sloveniji, stare med 18 in 25 let.²² Vzorec je bil namenski, saj je raziskava osredotočena na generacijo Z. Vsi podatki so bili zbrani anonimno in obdelani v skladu z načeli raziskovalne etike.

Za analizo rezultatov smo uporabili deskriptivne statistične metode, kot so frekvenčna porazdelitev, izračun srednjih vrednosti in primerjava med kategorijami, znotraj analitičnega okolja 1KA. Anketna vprašanja so bila zasnovana z uporabo različnih tipov postavk, pri čemer so večinoma temeljila na Likertovi lestvici (1–5), ter dopolnjena z večodgovornimi možnostmi in odprtimi polji za komentarje. Likertova lestvica omogoča standardizirano kvantifikacijo subjektivnih stališč, doživljanja ali pogostosti vedenja, v družboslovnih raziskavah pa se uporablja zaradi preglednosti, zanesljivosti in primerljivosti rezultatov (Joshi idr., 2015). Večodgovorna vprašanja so omogočila, da so anketiranci izbrali več

²² V študijskem letu 2024/25 je bilo v Sloveniji približno 60.000–62.000 študentov, starih med 18 in 25 let (od skupno 82.388 vpisanih).

realnih možnosti vedenja, kar povečuje veljavnost odgovorov v kontekstu kompleksnih bralnih navad.

Poleg strukturiranih postavk so bila vključena tudi odprta vprašanja, ki so anketirancem omogočila, da dopolnijo kvantitativne odgovore z lastnimi izkušnjami, opažanji ali pomisleki. Takšna kombinacija zaprtih in odprtih vprašanj prispeva k večji vsebinski globini in omogoča raziskovalcu vpogled v pomene, ki jih udeleženci pripisujejo svojim praksam, s čimer se povečata bogastvo in interpretativna vrednost podatkov (Fink, 2013; Dillman idr., 2014).

3.2 Omejitve raziskave

Kljub skrbno zasnovani metodologiji ima raziskava določene omejitve, ki jih je treba upoštevati pri interpretaciji rezultatov. Tako kot pri večini spletnih anket v družboslovju obstajajo izzivi, povezani z vzorčenjem, preverjanjem ustreznosti sodelujočih in naravo zbranih podatkov (Couper, 2000; Vehovar, 2001).

Ena od ključnih omejitev se nanaša na vrsto vzorca. Uporabljen je bil namenski vzorec, sestavljen iz študentov humanističnih in družboslovnih smeri, starih med 18 in 25 let. Čeprav ta demografska skupina ustreza opredelitvi generacije Z, raziskava ne zajema celotne populacije te generacije niti vseh slovenskih študentov.²³ Poleg tega raziskava ne vključuje študentov naravoslovnih ali tehniških smeri, ki bi lahko izkazovali drugačne bralne navade in preference (Bryman, 2016).

Druga pomembna omejitev je povezana z metodološkim okvirom raziskave. Kvantitativna anketa je učinkovita pri merjenju pojavnosti in primerjav, vendar ne omogoča poglobljenega razumevanja pomenov in motivacij, ki stojijo za posameznimi izbirami. Vključitev odprtih vprašanj je delno naslovila to vrzel, vendar bi dodatna uporaba kvalitativnih metod, kot so intervjuji ali fokusne skupine, še dodatno osvetlila individualne bralne izkušnje in kontekste

²³ V študijskem letu 2024/25 je bilo v terciarno izobraževanje v Sloveniji vpisanih 82.388 študentov, od tega 72.542 v visokošolsko in 9.846 v višje strokovno izobraževanje. Med novinci (14.219) jih je največ ob vpisu dopolnilo 19 let, pri čemer so bili tisti, rojeni po oktobru 2005, še stari 18 let; 54,4 % visokošolskih študentov se je vpisalo v študijske programe prve stopnje (22.641 v univerzitetne, 22.215 v strokovne), 28,9 % v magistrske programe (18.399 po končani prvi stopnji, 5397 v enovite), v terciarno izobraževanje je s prvim vpisom v prvi letnik dodiplomskega in enovitega magistrskega študija v študijskem letu 2024/25 vstopilo 14.219 študentov. Nekaj manj kot tri četrtine jih je v letu prvega vpisa dopolnilo 19 let, približno petina od 20 do 24 let, 7,3 % jih je bilo starih 25 let ali več, 2,1 % pa manj kot 19 let.

(Creswell in Plano Clark, 2011). Takšno dopolnitev predvidevamo tudi v naslednji fazi doktorskega dela.

Nazadnje velja omeniti tudi časovno omejitev raziskave. Anketa je bila izvedena v začetku leta 2025, zato rezultati odražajo specifičen trenutek v času in ne zajemajo morebitnih sezonskih nihanj ali daljših trendov v bralnih navadah generacije Z. Takšne časovne omejitve so značilne za presečne raziskave, ki merijo pojavnost v določenem trenutku, vendar ne omogočajo vpogleda v dinamiko sprememb skozi čas (Rindfleisch idr., 2008; Bryman, 2016). Kljub tem omejitvam raziskava ponuja pomembne uvide v bralne prakse generacije Z v slovenskem akademskem prostoru ter predstavlja izhodišče za nadaljnje, širše in metodološko raznoliko raziskovanje.

4 Rezultati

Za namen raziskave o bralnih praksah generacije Z v Sloveniji smo med marcem in majem 2025 izvedli kvantitativno spletno anketo, ki je bila distribuirana po družbenih omrežjih, študentskih kanalih in elektronski pošti. Vprašalnik je izpolnilo skupno 865 oseb, od teh jih je ustrezno izpolnilo vprašalnik 227. Za nadaljnjo analizo smo uporabili 105 popolnoma izpolnjenih vprašalnikov, pri čemer smo upoštevali naslednje kriterije: (1) študenti družboslovnih in humanističnih smeri, (2) starost med 18 in 25 let, (3) celovito izpolnjena anketa.

V študijskem letu 2024/25 je bilo v Sloveniji približno 37.000 vpisanih na družboslovne in humanistične programe na prvi in drugi stopnji (Statistični urad Republike Slovenije, b. d.). Naš vzorec 105 študentov torej predstavlja približno 0,3 % osnovne populacije študentov družboslovnih in humanističnih smeri, starih od 18 do 25 let. Čeprav vzorec ni reprezentativen, omogoča vpogled v bralne prakse in odnos do knjižnic ter knjigarn pri generaciji Z v omenjeni skupini študentov.

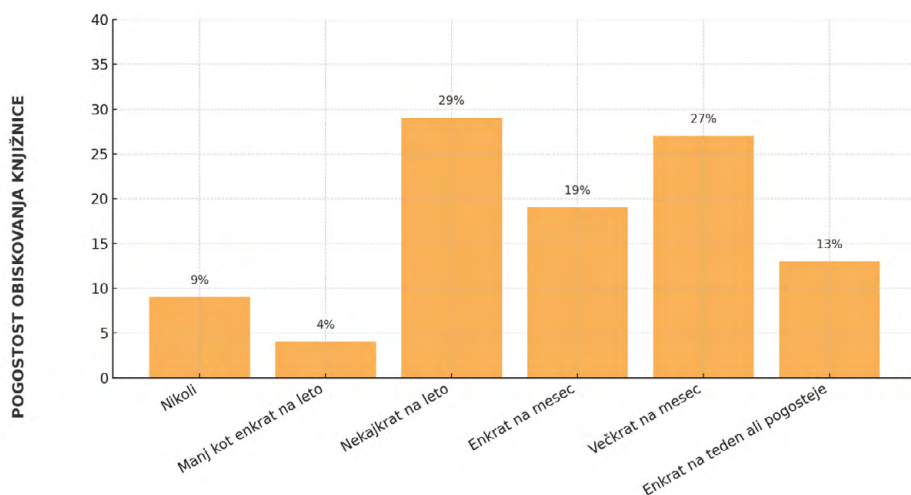
Med udeleženci je bilo 72 % oseb ženskega spola, 23 % moških, 3 % se jih je opredelilo kot drugo, 2 % pa svojega spola nista želela razkriti. Starostna sestava je bila relativno enakomerno porazdeljena: 50 % (53 oseb) vprašanih je bilo starih med 18 in 22 let, 50 % (52 oseb) pa med 23 in 25 let.

Analiza demografskih vprašanj je pokazala, da večina anketirancev študira na Filozofski fakulteti in Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani, pa tudi na Fakulteti za humanistične študije Univerze na Primorskem, Fakulteti za humanistiko Univerze v Novi Gorici ter Pedagoški fakulteti Univerze v Mariboru.

Najpogosteje zastopane študijske smeri vključujejo primerjalno književnost in literarno teorijo, bibliotekarstvo, slovenistiko, komunikologijo, filozofijo, sociologijo, anglistiko in pedagogiko.

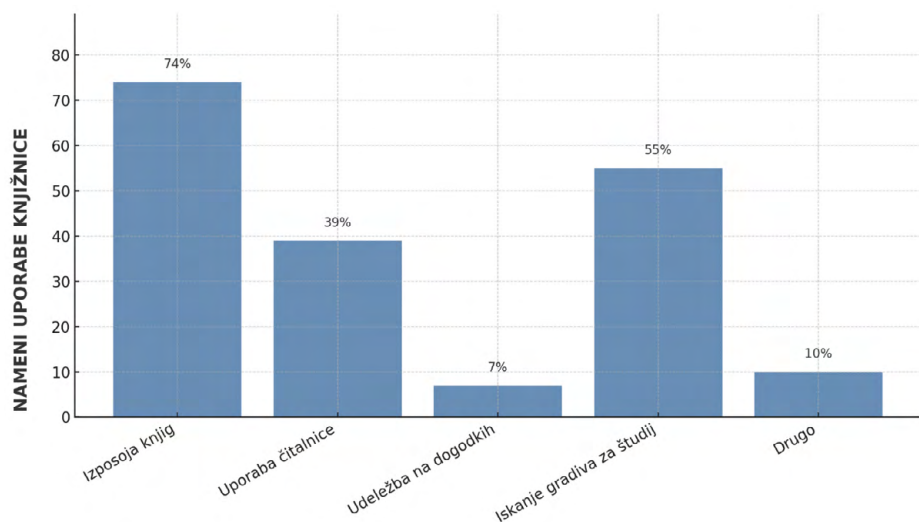
4.1 Uporaba knjižnic in čitalnic

Knjižnice ostajajo ključen del študijske in bralne izkušnje študentov generacije Z. Vprašanja o uporabi knjižnic in čitalnic niso bila vezana na specifično vrsto knjižnice, zato so anketiranci odgovarjali glede na lastne izkušnje, bodisi s splošnimi bodisi z visokošolskimi knjižnicami. Namen je bil zajeti zaznavanje pomena knjižničnega prostora v širšem smislu, ne omejeno le na posamezno vrsto knjižnic. Po podatkih ankete jih 59 % anketirancev obišče vsaj enkrat mesečno, pri čemer jih 27 % prihaja večkrat mesečno, 13 % pa enkrat tedensko ali pogosteje. Le 9 % študentov navaja, da knjižnic ne obiskuje.



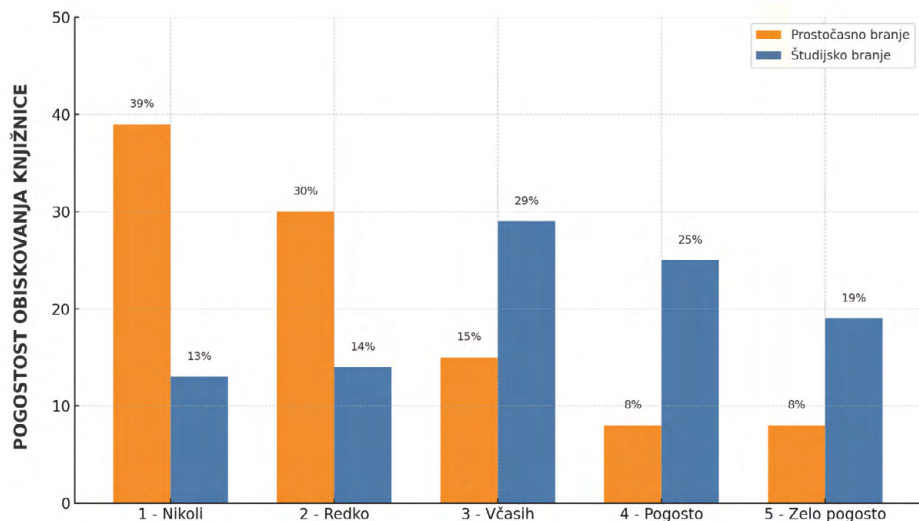
Slika 1: Samoporočana pogostost obiskovanja knjižnice ali čitalnice med študenti družboslovnih in humanističnih smeri ($n = 105$) v okviru raziskave o bralnih praksah generacije Z v Sloveniji (marec–maj 2025).

Najpogosteje navedeni razlogi za obisk so bili: izposoja knjig (74 %), iskanje gradiva za študij ali raziskovanje (55 %) in uporaba čitalnice (39 %). Manj pogosto so bili izbrani dogodki (7 %), medtem ko je 10 % študentov navedlo še proste odgovore. V prostih odgovorih so med drugim navedli: »delo za skupinske naloge«, »učenje«, »berem študijsko literaturo v kavnem kotičku med čakanjem na predavanje«.



Slika 2: Najpogostejši razlogi za uporabo knjižnice med študenti družboslovnih in humanističnih smeri ($n = 105$) v okviru raziskave o bralnih praksah generacije Z v Sloveniji (marec–maj 2025).

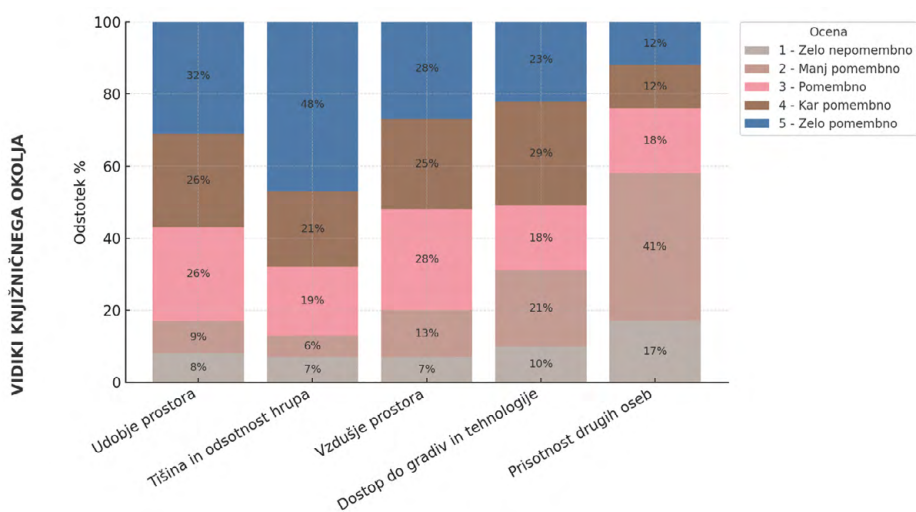
Nadalje, 31 % študentov je odgovorilo, da knjižnico vsaj občasno uporabljajo tudi za prostočasno branje, kar kaže na prisotnost hibridne rabe prostora – tako za študij kot za prostovoljno, osebno branje.



Slika 3: Pogostost obiskovanja knjižnice za prostočasno in študijsko branje med študenti družboslovnih in humanističnih smeri ($n = 105$) v okviru raziskave o bralnih praksah generacije Z v Sloveniji (marec–maj 2025).

Eden od anketirancev je poudaril pomen ambienta: »*NUK-ova časopisna čitalnica ima eno boljše atmosfer – velika okna, naravna svetloba, prostor med osebami –, vendar je njena pomanjkljivost kratek odpiralni čas. Manjka možnost nočnih čitalnic, ki bi bile bolj ‘domače’ od CTK-ja.*« Nekateri so opozorili tudi na odsotnost prostorov, ki bi združevali branje in sprostitev, kot so ‘kavarne-knjžnice’ oziroma ‘kavarne-knjžarne’.²⁴ Tako so v odgovorih zapisali: »*na izmenjavi smo veliko časa preživeli v book-café, knjžarni, kjer lahko piješ tudi kavo*« in »*na Slovaškem imajo kavarne v knjžarnah, pa ponavadi imajo lep razgled*«.

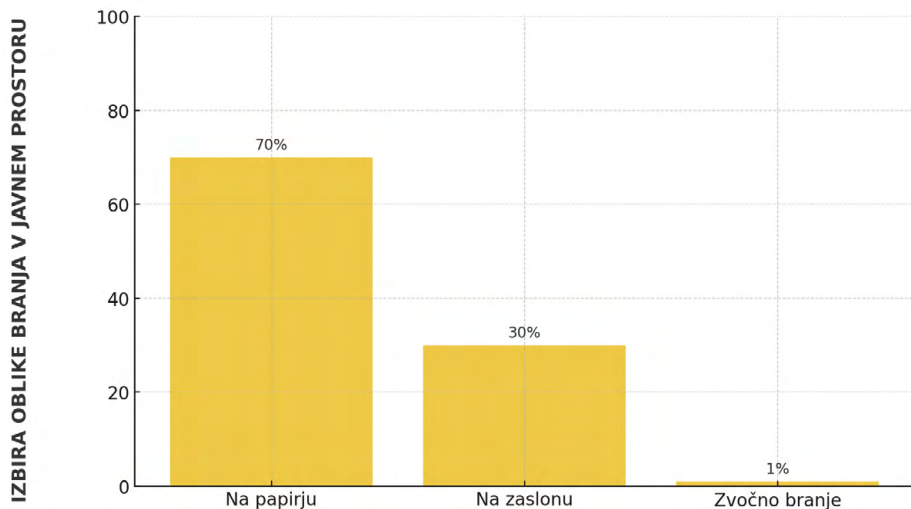
Pri ocenjevanju pomembnosti knjižničnega okolja je bila tišina in odsotnost hrupa najpogosteje ocenjena kot »zelo pomembna« (48 %), sledili so: udobje prostora (32 %), estetsko vzdušje (28 %) ter dostop do gradiv in tehnologije (23 %). Najmanj pomembna se je izkazala prisotnost drugih oseb (12 %). Med prostimi odgovori so anketiranci pri pomembnosti knjižničnega okolja izpostavili še: »*nevsiljivost knjižničarjev*«, »*da se v knjižnici najdem*«, »*da večina drugih ljudi bere*« in »*urnik odprtosti*«.



Slika 4: Porazdelitev ocen pomembnosti vidikov knjižničnega okolja med študenti družboslovnih in humanističnih smeri ($n = 101$) v okviru raziskave o bralnih praksah generacije Z v Sloveniji (marec–maj 2025).

²⁴ Kavarne-knjžarne oziroma kavarne-knjžnice so hibridni prostori, ki združujejo funkcije bralnega in družabnega prostora. Obiskovalcem omogočajo, da ob kavi ali prigrizku prebirajo knjige – bodisi kupljene, izposojene ali prosto dostopne – v prijetnem, udobno zasnovanem ambientu, pogosto z udobnimi sedeži, tišjim vzdušjem in daljšim odpiralnim časom.

Na vprašanje, katero obliko branja najpogosteje izberejo v javnih prostorih, kot so knjižnice in čitalnice, je 70 % študentov navedlo branje na papirju, 30 % na zaslonu, medtem ko je zvočno branje kot glavno obliko izbral le 1 % anketirancev.

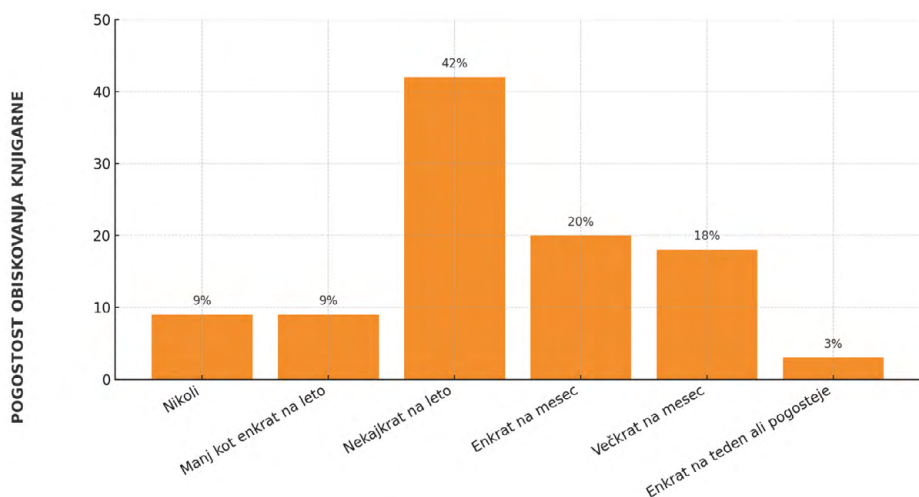


Slika 5: Izbira oblike branja v javnih prostorih (knjižnice, čitalnice, fakultetni prostori) med študenti družboslovnih in humanističnih smeri ($n = 105$) v okviru raziskave o bralnih praksah generacije Z v Sloveniji (marec–maj 2025).

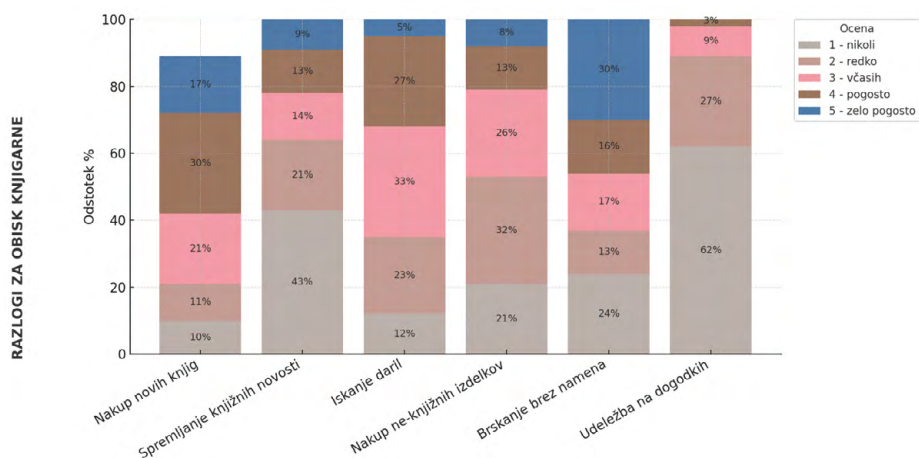
4.2 Knjigarne kot vir informacij, izkušenj in estetske orientacije

Rezultati ankete kažejo, da knjigarne 18 % študentov obiskuje večkrat mesečno, 20 % enkrat mesečno, 42 % pa nekajkrat na leto. Najpogostejši razlog za obisk je brskanje in ogled knjig brez vnaprejšnje namere nakupa: 30 % študentov to počne zelo pogosto, 16 % pogosto, 28 % včasih, 18 % redko in 8 % nikoli (slika 6).

Nakup novih knjig poteka nekoliko redkeje: zelo pogosto jih kupuje 11 %, pogosto 30 %, včasih 34 %, redko 18 %, nikoli 7 %. Nakup knjig kot darilo je še ena pogosta praksa: 33 % to počne včasih, 27 % pogosto, 5 % zelo pogosto, 35 % pa redko ali nikoli. Udeležba na dogodkih, kot so predstavitve knjig, ostaja nizka – 62 % študentov jih ne obiskuje (slika 7).



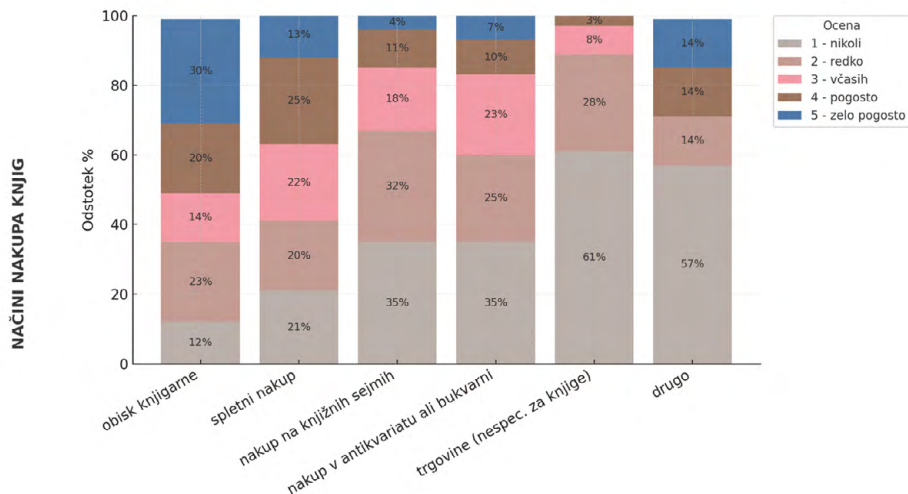
Slika 6: Pogostost obiskovanja fizičnih knjigarn med študenti družboslovnih in humanističnih smeri ($n = 105$) v okviru raziskave o bralnih praksah generacije Z v Sloveniji (marec–maj 2025).



Slika 7: Porazdelitev odgovorov glede pogostosti obiskovanja fizične knjigarne iz različnih razlogov med študenti družboslovnih in humanističnih smeri ($n = 105$) v okviru raziskave o bralnih praksah generacije Z v Sloveniji (marec–maj 2025).

V primerjavi z drugimi možnostmi nakupa knjig knjigarne še vedno predstavljajo pomembno izbiro. Na vprašanje, kako pogosto uporabljajo različne kanale za nakup knjig, jih je 30 % navedlo, da zelo pogosto kupujejo knjige v fizični knjigarni, dodatnih 20 % pa, da to počne pogosto. Spletni nakup je prav tako pogost, vendar ga zelo pogosto uporablja le 12 %, več jih spletno nakupovanje uporablja občasno ali redko. Knjižni sejmi, antikvariati in nespecializirane

trgovine pa imajo bistveno nižjo pogostost uporabe – več kot tretjina študentov jih ne uporablja.



Slika 8: Porazdelitev ocen pogostosti uporabe različnih načinov za nakup knjig med študenti družboslovnih in humanističnih smeri ($n = 105$) v okviru raziskave o bralnih praksah generacije Z v Sloveniji (marec–maj 2025).

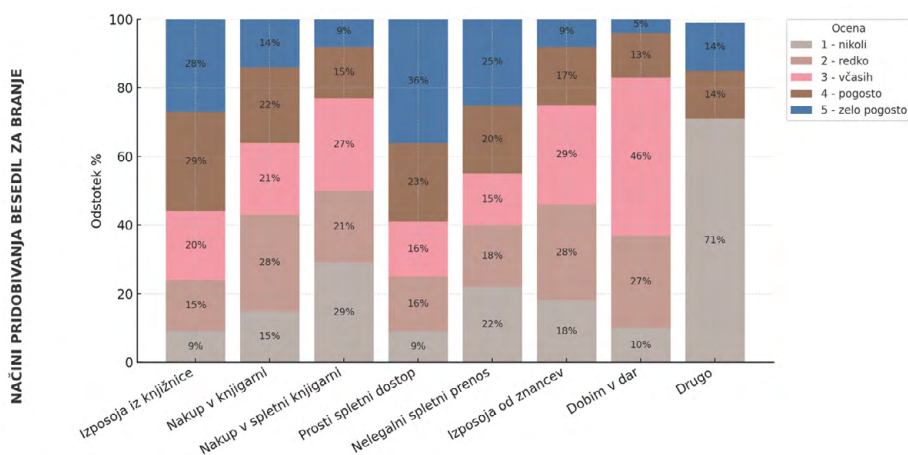
Ti podatki kažejo, da knjižarne niso le prostori nakupa, temveč tudi orientacijska točka v kulturnem prostoru. Praksa brskanja brez namere nakupa izstopa kot najpogostejši razlog za obisk, kar kaže, da knjižarna deluje tudi kot prostor inspiracije za branje. Hkrati študenti knjižarno pogosto izberejo kot primarni fizični kanal za nakup knjig, bolj kot splet ali druge alternativne vire.

Vendar študenti knjižarne le redko dojemajo kot primarni vir informacij o literaturi. Knjiga pogosto njihovo pozornost pritegne prej – prek digitalnih omrežij, priporočil prijateljev ali platform, ki knjige estetsko in emocionalno predstavijo. Knjižarna tako pogosto potrjuje odločitev, ki je bila že predhodno oblikovana – pogosto prav na TikToku, Instagramu ali YouTubeu.

4.3 Družbena omrežja, digitalni viri in bralna identiteta

V sodobnem medijskem okolju bralne izbire ne nastajajo več izključno v tradicionalnih knjižnicah ali knjižarnah, temveč se vse bolj oblikujejo na presečišču fizičnega prostora, digitalnih platform in spletnih priporočil. Rezultati raziskave potrjujejo, da študenti v veliki meri kombinirajo institucionalne, neformalne in

celo nelegalne vire (npr. piratski prenosi). Najpogosteje uporabljajo izposoja iz knjižnice (57 % pogosto ali zelo pogosto) in proste digitalne vire, kot so digitalne knjižnice in odprti dostopi (59 %). Presenetljivo visok je tudi delež tistih, ki dostopajo do besedil prek nelegalnih virov – pogosto ali zelo pogosto jih uporablja kar 45 % vprašanih.



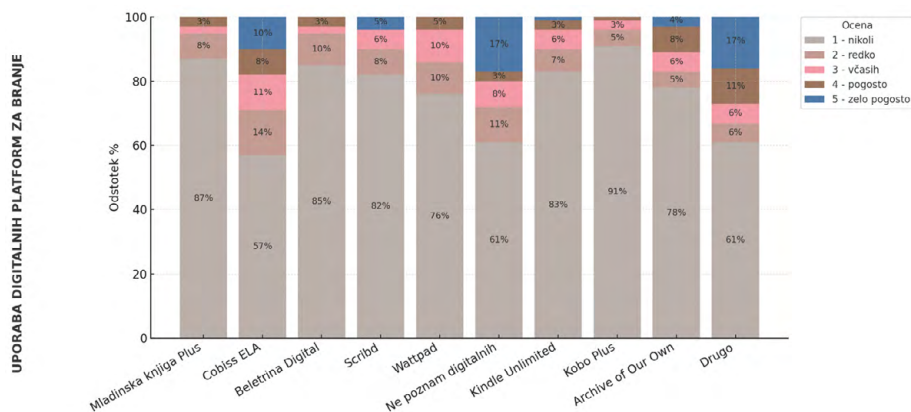
Slika 9: Porazdelitev ocen pogostosti uporabe različnih načinov za pridobivanje besedil za branje med študenti družboslovnih in humanističnih smeri ($n = 105$) v okviru raziskave o bralnih praksah generacije Z v Sloveniji (marec–maj 2025).

Ob tem pa raba namenskih bralnih platform ostaja nizka: 87 % študentov ne uporablja aplikacije Mladinska knjiga PLUS, 85 % Beletrine Digital, 83 % Kindle Unlimited in 91 % ne uporablja aplikacije Kobo Plus. Podobno velja tudi za mednarodno bolj prepoznavne platforme, kot sta Scribd in Wattpad, ki ju ne uporablja 82 % oziroma 76 % vprašanih. Izstopa le Cobiss ELA, kjer 43 % študentov poroča o vsaj občasni uporabi, ter v manjši meri Archive of Our Own, ki ga 18 % študentov uporablja vsaj včasih.

Študenti so v odprtih odgovorih izrazili nezadovoljstvo z delovanjem določenih digitalnih platform, zlasti Cobissa: »[N]a Cobissu se težko najdem, še posebej, ko hočem podaljšati knjigo – ne vem točno, kam klikniti.« Platformi Wattpad in Archive of Our Own pa so študenti pogosto označili kot preveč »površinski« in primernejši za zabavo kot za resno branje: »Wattpad in Archive of Our Own uporabljam bolj za šalo kot zares, večinoma s prijateljicami beremo čudne fan fictions, kot je love story med Prešernom in Čopom.«

Med odprtimi odgovori so študenti kot alternativne vire navajali različna spletna mesta in aplikacije, kot so: »storytel«, »wikivir«, »fanfiction.net«, »audiobookbay«,

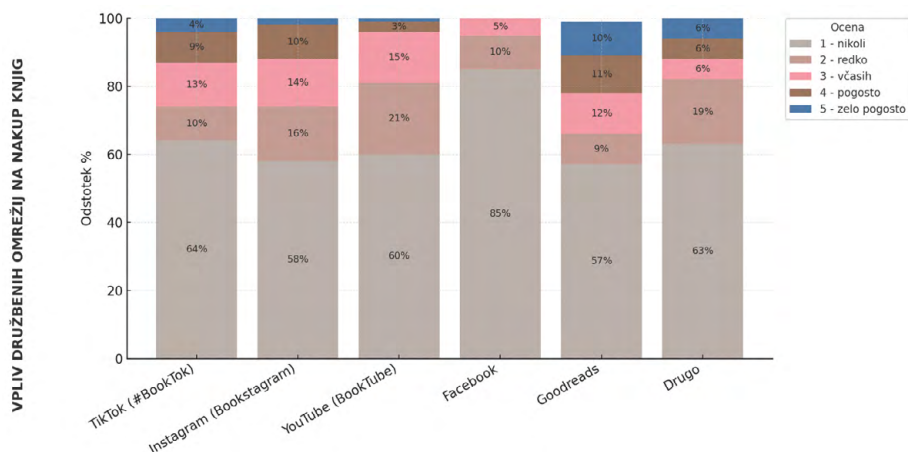
royalroad«, »nelegalni prenos na aplikacijo za branje«, »digitalna knjižnica« in »internet archive«. Eden izmed odgovorov je izpostavil tudi »portale, kjer se objavi kakšne strokovne članke ali članke o temah, ki se navezujejo na študij«. Ti odgovori potrjujejo, da številni študenti ne dostopajo do literature zgolj prek formalnih ali komercialnih poti, temveč uporabljajo širok nabor prostodostopnih, skupnostnih ali celo nelegalnih virov, ki bolje ustrezajo njihovim informacijskim navadam in potrebam.



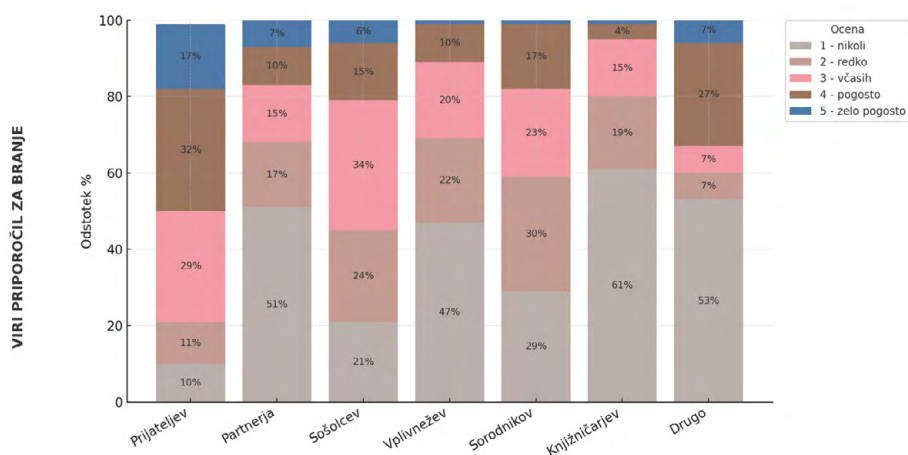
Slika 10: Porazdelitev ocen pogostosti uporabe različnih digitalnih platform za branje med študenti družboslovnih in humanističnih smeri ($n = 105$) v okviru raziskave o bralnih praksah generacije Z v Sloveniji (marec–maj 2025).

Knjigo na podlagi TikToka (BookTok) je kupilo 36 % vprašanih, na podlagi Instagrama (Bookstagram) 40 % in YouTubea (BookTube) 15 %. Največji vpliv ima platforma Goodreads, saj 42 % študentov poroča, da so zaradi priporočil na tej platformi že kupili knjigo. Odperti odgovori razkrivajo še druge vplivne platforme in vsebine, kot so Reddit, Pinterest, X, pa tudi priporočila iz filmov in serij. V odprtih odgovorih so študenti poudarili tudi, da so nove knjige pogosto predrage, zato jih raje kupujejo rabljene – najpogosteje prek spletne platforme Bolha ali v specializiranih Facebook skupinah za prodajo knjig (slika 11).

Vprašanje o virih priporočil dodatno potrjuje pomembno vlogo osebnega socialnega kroga: kar 49 % študentov pogosto ali zelo pogosto prejema priporočila od prijateljev, 21 % od sošolcev, medtem ko so vplivneži z družbenih omrežij precej manj prisotni – 69 % jih prejema priporočila od njih redko ali nikoli. Knjižničarje kot vir navaja redno le 5 % vprašanih. V odprtih odgovorih študenti pogosto omenjajo tudi profesorje, bodisi neposredno prek predavanj ali posredno prek literature, obravnavane pri študiju. Kot vire priporočil se omenjata še Wikipedija in družbeno omrežje X (slika 12).

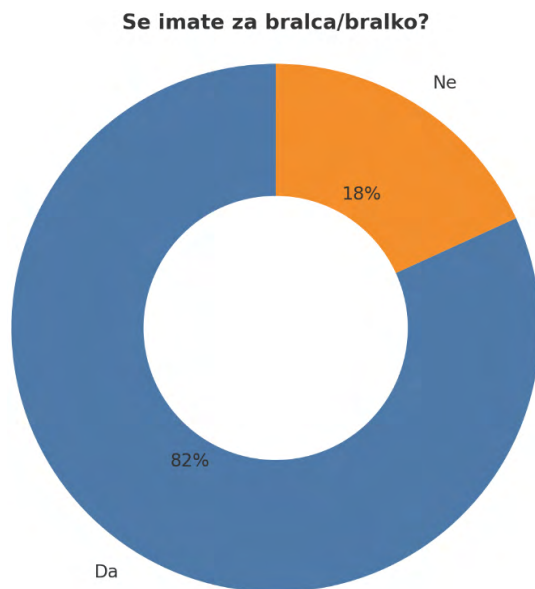


Slika 11: Porazdelitev ocen vpliva vsebin na družbenih omrežjih na nakup knjig med študenti družboslovnih in humanističnih smeri ($n = 105$) v okviru raziskave o bralnih praksah generacije Z v Sloveniji (marec–maj 2025).



Slika 12: Porazdelitev ocen pogostosti prejemanja priporočil za branje knjig s strani različnih oseb ali skupin med študenti družboslovnih in humanističnih smeri ($n = 105$) v okviru raziskave o bralnih praksah generacije Z v Sloveniji (marec–maj 2025).

Vprašanje bralne identitete razkriva dodatno plast razumevanja: čeprav se 82 % študentov identificira kot bralec ali bralka, se jih 18 % ne – kljub temu da večina vsaj občasno bere različne vrste besedil. Odprti odgovori razkrivajo več razlogov: »berem samo za študij«, »ne štejem člankov kot pravo branje«, »preberem zelo malo 'dejanskih' knjig«, »rajši gledam filme«, »nimam navade«, »ne berem iz užitka, temveč zaradi ciljev«, »zlahka izgubim koncentracijo« ali pa »nimam več časa, čeprav sem včasih brala več«.



Slika 13: Odstotek študentov, ki se imajo za bralce oz. bralke ($n = 105$) v okviru raziskave o bralnih praksah generacije Z v Sloveniji (marec–maj 2025).

5 Razprava

Kot referenco za interpretacijo rezultatov knjižničnega dela te raziskave uporabljamo študijo Kovača idr. (2020), ki je med letoma 2017/18 in 2018/19 analizirala bralne ter študijske navade 429 študentov pedagoških smeri na Filozofski in Pedagoški fakulteti Univerze v Ljubljani. Osredotočili so se na vprašanja, kot so obseg in kakovost branja, vpliv družine, uporaba knjižnic ter razmerje med prostočasnim in študijskim branjem. Njihove ugotovitve predstavljajo pomembno referenčno točko za primerjavo z našimi podatki (Kovač idr., 2020).

V raziskavi smo želeli osvetliti, kako pogosto in v katere namene študenti generacije Z, družboslovnih in humanističnih smeri, uporabljajo knjižnice in knjižarne. Rezultati kažejo, da knjižnice ostajajo osrednji prostori njihovega študijskega vsakdana. Velika večina jih knjižnice obišče vsaj enkrat mesečno (59 %), kot lahko vidimo na sliki 1, pri čemer so najpogostejši razlogi za obisk povezani s študijskimi obveznostmi (slika 3). Raziskava Kovač idr. (2020) pa razkriva, da knjižnico vsaj enkrat mesečno obišče le 35 % študentov pedagoških smeri (Kovač idr., 2020); za primerjavo, v širši splošni slovenski populaciji ta delež znaša 80 % (Rupar idr., 2019). V obeh primerih to kaže na slabše rezultate študentov od splošnega slovenskega povprečja vseh prebivalcev. Ključno pri interpretaciji

podatkov je vprašanje, na katero vrsto knjižnic so se anketiranci nanašali. Ker raziskava *Knjiga in bralci VI* (Rupar idr., 2019) obravnava obiskovanje splošnih knjižnic v okviru slovenske populacije, je mogoče sklepati, da se tudi primerjava s študentskim vzorcem nanaša prav na splošne knjižnice. Študenti knjižnice večinoma dojemajo kot utilitarne prostore za izpolnjevanje akademskih obveznosti, medtem ko njihov kulturni in bralni potencial ostaja ob strani. Med odprtimi odgovori so študenti pogosto izpostavili, da knjižnice uporabljajo za skupinsko delo, individualno učenje ali branje med čakanjem na predavanja. Le manjši delež študentov knjižnico uporablja tudi za prostočasno branje, kar dodatno potrjuje, da knjižnica zanje predstavlja predvsem funkcionalen prostor za učenje, raziskovanje in pripravo na izpite. To prav tako potrjujejo Kovač idr. (2020), ki pravijo, da obisk knjižnice pri študentih pedagoških smeri večinoma motivirajo študijske obveznosti. Vprašanje bralne identitete v naši raziskavi razkriva dodatno plast razumevanja: čeprav se 82 % študentov identificira kot bralec ali bralka, se jih 18 % ne – kljub temu da večina vsaj občasno bere različne vrste besedil. Odprti odgovori razkrivajo več razlogov, ki potrjujejo razumevanje branja kot naloge, in ne kot notranje vrednote, kar odpira vprašanja o dolgoročnih učinkih na bralno kulturo ter o tem, kako (ne)bralna samopodoba vpliva na bodoče študijsko delovanje. Podobno tudi raziskava Kovača idr. (2020) kaže, da se 16 % študentov pedagoških smeri ne identificira kot bralci, kar glede na dejstvo, da gre za bodoče izobraževalce, ostaja zaskrbljujoče. Ti rezultati potrjujejo, da bralna identiteta ni samoumevna niti med študenti, ki bi morali bralno kulturo nekoč aktivno prenašati na mlajše generacije.

Več respondentov v naši raziskavi je izpostavilo nezadovoljstvo z odpiralnim časom knjižnic, saj bi si želeli večerne ali celo nočne termine, kot jih poznajo na nekaterih tujih univerzah. V tem pogledu študenti knjižnice ne dojemajo le kot servisne ustanove, temveč kot ključni prostorski podporni sistem, ki bi moral slediti njihovemu vsakdanu.

Zanimivo vprašanje se odpira tudi glede sezonskih nihanj. Ker se je raziskava izvajala v pomladnih mesecih, ko poteka večina študijskih obveznosti, ostaja odprto vprašanje, ali knjižnice poleti postanejo tudi prostori za prostočasno branje. To bi bilo vredno podrobneje raziskati v prihodnje.

Knjigarne so se izkazale kot nekoliko drugačen prostor. Veliko študentov jih obišče občasno, predvsem z namenom brskanja brez vnaprejšnje namere nakupa (slika 7). Ta navada kaže, da knjigarna pogosto deluje kot estetski prostor, v katerem je knjiga tudi objekt opazovanja, dotika in estetskega doživetja. Študenti uživajo v vizualni prezentaciji knjig, atmosferi in mirnem ritmu. Kupovanje knjig zase je redkejšo, študenti pa pogosteje izbirajo knjige kot darilo za druge ali pa jih kupujejo rabljene na spletnih platformah. V odprtih odgovorih

se pogosto pojavlja tudi omemba cenovne dostopnosti kot pomembne ovire za redne nakupe. Poleg tega večina študentov do gradiv za lastno rabo najraje dostopa prek brezplačnih virov – bodisi digitalnih knjižnic, fizičnih knjižnic ali celo neformalnih in nelegalnih kanalov. To potrjuje pomen prostega dostopa in stroškovne učinkovitosti kot osrednjih kriterijev za oblikovanje bralnih navad.

Udeležba na dogodkih v knjigarnah je zelo nizka. Ta podatek odpira vprašanje, ali so dogodki slabo oglaševani, vsebinsko nezanimivi, ne predstavljajo dovolj velike motivacije za obisk ali pa niso ustrezno ciljno usmerjeni na generacijo Z. Raziskava tako kaže na kontrast med simbolnim pomenom knjigarne kot prostora in njenim realnim vplivom na dostop do vsebin.

Pomemben poudarek raziskave je tudi na pomenu fizičnega prostora za bralno izkušnjo. Tišina, udobje, estetska urejenost in občutek prostornosti so bili med najpogostejše omenjenimi dejavniki. Zanimivo je, da številni študenti knjižnic ne razumejo zgolj kot funkcionalne prostore, temveč kot atmosferske celote. V prostih odgovorih izstopajo opisi zelenih ambientov: velike okenske površine, naravna svetloba, dovolj prostora med sedeži in občutek domačnosti. Študenti si želijo več hibridnih prostorov – denimo kavarn-knjižnic ali kavarn-knjigarn, kjer bi lahko ob branju uživali tudi ob kavi. Takšne prostore so pogosto zaznali na študijskih izmenjavah ali potovanjih, kar pomeni, da se njihova pričakovanja oblikujejo tudi v primerjavi s tujimi praksami. Gre za izraz kulturne prenesenosti in subtilne kritike domačega okolja, ki po njihovem mnenju še ne zadostuje potrebam sodobnega bralca generacije Z.

Pri vprašanju vpliva družbenih omrežij in digitalnih platform na bralne izbire so bili rezultati nekoliko drugačni od pričakovanj. Čeprav družbena omrežja vplivajo na nakupne odločitve (slika 11), njihov vpliv ni tako izrazit, kot bi pričakovali glede na globalne trende. Najbolj zaupanja vreden vir še vedno ostaja Goodreads. Priporočila prijateljev in prijateljic pa so daleč najpomembnejši dejavnik, kar kaže, da bralna identiteta generacije Z ostaja tesno povezana z osebnim družbenim krogom. Vpliv knjižničarjev in profesorjev je manjši, toda vseeno prisoten, medtem ko je vpliv skupnosti BookTok, Bookstagram in BookTube manj izrazit.

Uporaba digitalnih bralnih platform med slovenskimi študenti je zelo nizka, predvsem zaradi slabe uporabniške izkušnje. Za posebej problematičnega se je izkazal Cobiss, kjer študenti pogosto navajajo nepreglednost in težavno uporabo, zlasti pri podaljševanju izposoje. Preseneča tudi skorajšnja neuporaba nekaterih bolj znanih mednarodnih platform, kot sta Wattpad in Archive of Our Own. Študenti te platforme pogosto zaznavajo kot manj kakovostne vire, primerne le za občasno, lahkotno ali celo satirično branje. Zanimivo je, da nekatere

vsebine omenjajo z ironično ali humorno distanco, kar nakazuje, da te digitalne skupnosti doživljajo kot preveč površinske ali nepovezane z njihovim lastnim bralnim okusom.

V prihodnje bi veljalo preučiti tudi, kako študenti dojemajo slovenske knjižne vplivneže. V prostih odgovorih ni bilo zaznati prisotnosti domačih imen, kar morda kaže na nizko prepoznavnost slovenskih »bookfluencerjev«. Prav tako bi bilo vredno raziskati, koliko študentov sledi družbenim omrežjem slovenskih knjižnic in knjigarn ter v kolikšni meri te platforme vplivajo na njihove bralne odločitve. Obstaja potencial, da bi lahko knjižnice in knjigarne še okrepile svojo vlogo v digitalnem prostoru, če bi izboljšale svojo prisotnost in prepoznavnost med mlajšimi bralci.

6 Zaključki

Opravljen raziskava ponuja poglobljen vpogled v bralne prakse slovenskih študentov generacije Z s področja družboslovja in humanistike, s poudarkom na njihovi uporabi fizičnih prostorov in digitalnih platform ter oblikovanju bralne identitete. Kot aktualna dopolnitev predhodnih raziskav (npr. Kovač idr., 2020) združuje kvantitativne podatke z analizo prostih odgovorov in poudarkom na kulturnem kontekstu sodobnega branja. Posebna vrednost raziskave je v vključevanju prostorskih, zaznavnih in navadnostnih dimenzij, ki omogočajo celovitejšo razumevanje bralnih praks te generacije.

Rezultati so pokazali, da knjižnice ostajajo predvsem funkcionalni prostori, vezani na študijske potrebe, medtem ko knjigarne delujejo bolj kot estetski in simbolni kraji. Pri tem je treba izpostaviti, da raziskava ni eksplicitno ločevala med knjižnicami kot ustanovami in čitalnicami kot prostori za študij. Odgovori študentov tako verjetno vključujejo oboje – fizične knjižnične prostore (zlasti visokošolske knjižnice) in čitalnice, kjer poteka največ individualnega in skupinskega dela. To združevanje lahko vpliva na razumevanje knjižnic zgolj kot servisnih prostorov. Vloga digitalnih omrežij in platform je prisotna, vendar bolj posredna, kot bi morda sklepali na podlagi mednarodnih trendov. Študenti svoje bralne izbire še vedno večinoma oblikujejo v krogu prijateljev in študijskega okolja, digitalni vplivneži pa imajo v slovenskem kontekstu omejen doseg. Izstopajoče je tudi razočaranje nad uporabniško izkušnjo obstoječih slovenskih digitalnih platform, ki očitno ne dosegajo pričakovanj mlajših uporabnikov.

Primerjava z raziskavo Kovača idr. (2020), ki je obravnavala študente pedagoških smeri, odpira vprašanje o razlikah v bralnih praksah znotraj generacije

Z. Čeprav gre v obeh primerih za prihodnje nosilce znanja, rezultati kažejo, da se študenti družboslovja in humanistike nekoliko pogosteje prepoznavaajo kot bralci ter intenzivneje uporabljajo knjižnične prostore, kar lahko kaže na razlike v študijski organizaciji ali infrastrukturni dostopnosti.

Na podlagi analize lahko potrdimo, da je bralna kultura generacije Z večplastna in pragmatična. Mladi kombinirajo dostop do literature iz različnih virov – formalnih, neformalnih in celo nelegalnih – kar kaže na fleksibilen ter funkcionalen pristop k iskanju informacij in vsebin. Branje zanje ni zgolj vsebinska aktivnost, temveč tudi kulturna praksa, ki vključuje prostor, družbeni kontekst in estetske preference. Hibridni prostori, kot so kavarne-knjigarne, ter estetsko dovršena knjižna okolja bi lahko igrali pomembnejšo vlogo pri spodbujanju bralne motivacije, če bi jim ponudili večjo institucionalno podporo.

V morebitnih nadaljnjih raziskavah bi bilo smiselno preučiti sezone razlike v rabi knjižnic in knjigarn, pa tudi longitudinalno spremljati spremembe v zaznavanju branja kot kulturne prakse. Koristno bi bilo analizirati tudi doseg in vpliv slovenskih knjižnih vplivnežev ter učinkovitost promocijskih strategij slovenskih knjižnic in knjigarn na družbenih omrežjih. Še posebej dragoceno pa bi bilo uporabiti primerjalni pristop, ki bi zajel različne starostne skupine znotraj generacije Z – od srednješolcev do mladih zaposlenih – da bi razumeli, kako se bralne identitete oblikujejo skozi različne prehode v odraslost.

Zahvala

Iskrena hvala izr. prof. dr. Ani Vogrinčič Čepič za dragocene usmeritve, neomajno spodbudo ter potrpežljivost in razpoložljivost tudi v poznih urah in ob številnih drugih obveznostih.

Navedeni viri

- Babbie, E. R. (2021). *The practice of social research* (15. izd.). Cengage Learning.
- Baron, N. S. (2021). *How we read now: Strategic choices for print, screen, and audio*. Oxford University Press.
- Berens, K. I., in Noorda, R. (2023). *Gen Z and Millennials: How they use public libraries and identify through media use*. Portland State University.

- Bethlehem, J. (2010). Selection bias in web surveys. *International Statistical Review*, 78(2), 161–188. <https://doi.org/10.1111/j.1751-5823.2010.00112.x>
- Bryman, A. (2016). *Social research methods* (5. izd.). Oxford University Press.
- Cibulková, S. (2025). Old Bookstore, Flateyri, Iceland. *World Literature Today*, 99(2), 80. <https://doi.org/10.1353/wlt.2025.a952843>
- Couper, M. P. (2000). Web surveys: A review of issues and approaches. *Public Opinion Quarterly*, 64(4), 464–494. <https://doi.org/10.1086/318641>
- Creswell, J. W., in Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5. izd.). SAGE Publications.
- Creswell, J. W., in Plano Clark, V. L. (2011). *Designing and conducting mixed methods research* (2. izd.). SAGE Publications.
- DE MODE. (2024). The role of bookstores in our communities. <https://www.demodemagazine.com/the-role-of-bookstores-in-our-communities-de-mode-of-literature>
- Demopoulos, A. (2024, 26. januar). Books and looks: Gen Z is rediscovering the public library. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/books/2024/jan/26/books-and-looks-gen-z-is-rediscovering-the-public-library>
- Deutsch, J. (2024). *Hvalnica dobrim knjigarnam* (M. Drev, prev.). UMco. (Izvirno delo objavljeno 2022)
- Dillman, D. A., Smyth, J. D., in Christian, L. M. (2014). *Internet, phone, mail, and mixed-mode surveys: The tailored design method* (4. izd.). Wiley.
- Fink, A. (2013). *How to conduct surveys: A step-by-step guide* (5. izd.). SAGE.
- Fleimisch Bezljaj, I. (2023). Pametne knjižnice: pobudnice razvoja in rasti skupnosti. *Knjižnica*, 67(3–4), 87–115.
- Fortune. (2023, 22. maj). Independent bookstores are booming—thanks to the values of Gen Z entrepreneurs. <https://fortune.com/2023/05/22/independent-bookstores-surge-pandemic-community-entrepreneurs/>
- Friss, E. (2024). *The bookshop: A history of the American bookstore*. Viking.
- Gerčar, J. (2024). Desetletna primerjava vprašanj iz raziskav KiB (V–VII). V J. Gerčar, M. Kovač, A. Blatnik in S. Rugelj, *Knjiga in bralci VII: Bralna kultura in nakupovanje knjig v Sloveniji v letu 2024* (str. 11–34). UMco.
- Gerčar, J., Kovač, M., Blatnik, A., in Rugelj, S. (2024). *Knjiga in bralci VII: Bralna kultura in nakupovanje knjig v Sloveniji v letu 2024*. UMco.
- Giorgi, S., Padiglione, V., in Pontecorvo, C. (2007). Appropriations: Dynamics of domestic space negotiations in Italian middle-class working families. *Culture & Psychology*, 13(2), 147–178. <https://doi.org/10.1177/1354067X07077771>
- Hammais, E., Ketamo, H., in Koivisto, A. (2019). Virtual information assistants on mobile app to serve visitors at Helsinki Central Library Oodi. Prispevek, predstavljen na konferenci IFLA WLIC 2019 – Knjižnice: dialog za spremembe, Atene, Grčija.

Horowitz Research. (2025). *Gen Z: A generation that shapes culture in real time through streaming and scrolling*. <https://www.horowitzresearch.com/all/gen-z-a-generation-that-shapes-culture-in-real-time-through-streaming-scrolling/>

Hrehorowicz, A., in Chmielewska, D. (2024). Transmedia reading and Generation Z's social attitudes. V E. Jaskulska (ur.), *Reading culture in transition* (str. 115–133). Adam Mickiewicz University Press.

Johnson, E. D. M., in Kazmer, M. M. (2011). Library hospitality: Some preliminary considerations. *The Library Quarterly: Information, Community, Policy*, 81(4), 383–403. <https://doi.org/10.1086/661656>

Joshi, A., Kale, S., Chandel, S., in Pal, D. K. (2015). Likert scale: Explored and explained. *British Journal of Applied Science & Technology*, 7(4), 396–403.

Kalton, G. (1983). *Introduction to survey sampling*. SAGE Publications.

Kovač, M. (2024). Kako meriti knjižne trge in bralne navade: KiB VII, založniške in knjižnične statistike ter nekaj mednarodnih primerjav. V J. Gerčar, M. Kovač, A. Blatnik in S. Rugelj, *Knjiga in bralci VII: Bralna kultura in nakupovanje knjig v Sloveniji v letu 2024* (str. 37–69). UMco.

Kovač, M., Kovač Šebart, M., Vidmar, T., in Mažgon, J. (2020). Bralne navade v Sloveniji in bralne navade študentov pedagoških programov. *Tekstilec*, 71(2), 40–57. URN:NBN:SI:DOC-E73ZX74I. <http://www.dlib.si>

Kuzmičová, A., Dias, P., Vogrinčič Čepič, A., Albrechtslund, A.-M. B., Casado, A., Kotrla Topić, M., Mínguez López, X., Nilsson, S. K. in Teixeira-Botelho, I. (2018). Reading and company: Embodiment and social space in silent reading practices. *Literacy*, 52(2), 70–77. <https://doi.org/10.1111/lit.12131>

Mac Donnell, C. (2024, 9. februar). Reading is so sexy: Gen Z turns to physical books and libraries. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/books/2024/feb/09/reading-is-so-sexy-gen-z-turns-to-physical-books-and-libraries>

Mackey, M. (2020). Who reads what, in which formats, and why? V E. B. Moje, P. D. Pearson, C. E. Snow in T. Afflerbach (ur.), *Handbook of reading research* (zv. 5, str. 83–102). Routledge.

Malatji, K. J. (2023). Students' perceptions of the usability of the library at Tshwane University of Technology, Polokwane Campus. *Library Philosophy and Practice*, 2023, 1–15. <https://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/7553>

Manavis, S. (11. oktober 2024). How did bookshops suddenly become cool? *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/books/2024/oct/11/i-love-the-whole-atmosphere-and-can-spend-hours-browsing-how-did-bookshops-suddenly-become-cool>

Media Logic. (2024). *Gen Z and Millennial media preferences: 2024 survey insights*. <https://www.medialogic.com/wp-content/uploads/2024/12/GenZ-and-Millennial-Media-Preferences-2024-Survey.pdf>

Menand, L. (26. avgust 2024). Are bookstores just a waste of space? *The New Yorker*. <https://www.newyorker.com/magazine/2024/08/26/a-history-of-the-american-bookstore-evan-friss-book-review>

- Mestna knjižnica Ljubljana. (2022). *Strateški načrt Mestne knjižnice Ljubljana 2022–2026*. Mestna knjižnica Ljubljana. <https://www.mklj.si>
- Mirabella, M. (2022). Bookstore Gato Caulle: A literary community in the South of Chile. *World Literature Today*, 96(6), 80. <https://doi.org/10.1353/wlt.2022.0289>
- Neuman, W. L. (2014). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches* (7. izd.). Pearson.
- Nguyen, T. V. T. (2019). The bookstore-café: Emergence of a new lifestyle as a third place in Hangzhou, China. <https://www.researchgate.net/publication/332849945>
- Oblak Črnič, T. (ur.). (2025). *Mediji in mladi*. Založba Fakultete za družbene vede. <https://ebooks.uni-lj.si/ZalozbaUL/index>
- Oikión, E. R. in Henson, G. (2021). Somos Voces: A bookstore that brings books out of the closet. *World Literature Today*, 95(4), 108. <https://doi.org/10.1353/wlt.2021.0289>
- Oldenburg, R. (1989). *The Great Good Place*. Marlowe.
- Papež, N. in Merčun Kariž, T. (2024). Vrednotenje knjižničnih prostorov splošnih knjižnic na študiji primera Osrednje knjižnice Ajdovščina (OKA). *Knjižnica*, 68(4), 9–35.
- Powell, J. in Wessies, A. (2021). Creating a culture of hospitality that engages and retains Gen Z: Library services. *The Christian Librarian*, 64(1), 1–10. <https://doi.org/10.55221/2572-7478.2248>
- Prica, S. in Vilar, P. (2023). Analiza TikTok objav Mestne knjižnice Ljubljana. *Knjižnica*, 67(1–2), 59–77. <https://doi.org/10.55741/knj.67.1-2.4>
- Rindfleisch, A., Malter, A. J., Ganesan, S. in Moorman, C. (2008). Cross-sectional versus longitudinal survey research. *Journal of Marketing Research*, 45(3), 261–279. <https://doi.org/10.1509/jmkr.45.3.261>
- Rupar, P., Blatnik, A., Kovač, M. in Rugelj, S. (2019). *Knjiga in bralci VI: Bralna kultura in nakupovanje knjig v Sloveniji v letu 2019*. UMco.
- Schüller-Zwierlein, A., Mangen, A., Kovač, M., & van der Weel, A. (2023). *The Ljubljana Reading Manifesto: Why higher-level reading is important*. <https://readingmanifesto.org/>
- Schüller-Zwierlein, A., Mangen, A., Kovač, M. in van der Weel, A. (2024). Ljubljanski manifest o pomenu branja na višji ravni. *Knjižnica*, 68(1), 50–59. <https://doi.org/10.55741/knj.68.1.4>
- Seemiller, C. in Grace, M. (2018). *Generation Z: A century in the making*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429442476>
- Seemiller, C. in Grace, M. (2019). *Generation Z learns: A guide for engaging Generation Z students in meaningful learning*. Independently published.
- Stadtbibliothek Köln. (b. d.). *Das Social Media Studio der Stadtbibliothek Köln*. Stadt Köln. <https://www.stadt-koeln.de/leben-in-koeln/stadtbibliothek/das-social-media-studio-der-stadtbibliothek-koeln>
- Statistični urad Republike Slovenije. (26. maj 2025). *Vpis študentov v višješolsko in visokošolsko izobraževanje, študijsko leto 2024/2025*. <https://www.stat.si/StatWeb/News/Index/13606>

Statistični urad Republike Slovenije. (b. d.). Študenti terciarnega izobraževanja po področju izobraževanja (KLASIUS-P-16, 2. raven), spolu in vrsti izobraževanja, Slovenija, letno [Podatkovna tabela]. SiStat. <https://pxweb.stat.si/SiStatData/pxweb/sl/Data/-/0955048S.px>

Šefman, M. (2023). Družbeno omrežje TikTok v splošni knjižnici: Primer Mestne knjižnice Ljubljana. *Knjižnica*, 67(3–4), 117–138.

Šefman, M. (2024, 22. februar). Orodje za analizo profila na TikToku: primer Mestne knjižnice Ljubljana. *Knjižničarske novice*. <https://knjiznicarske-novice.si/orodje-za-analizo-profila-na-tiktoku-primer-mestne-knjiznice-ljubljana/>

Tazijan, F., Che Mat, N. H., Rusli, R., in Mohd Ramli, N. F. (2023). Transmedia reading and Generation Z's social attitudes. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 13(9), 758–771. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v13-i9/19525>

Valicon. (2024). Priloga: Ugotovitve agencije Valicon in grafični prikazi raziskave branja in kupovanja knjig (str. 119–257). V J. Gerčar, M. Kovač, A. Blatnik in S. Rugelj, *Knjiga in bralci VII: Bralna kultura in nakupovanje knjig v Sloveniji v letu 2024*. UMco.

Vehovar, V. (2001). Spletne ankete: možnosti, omejitve, primerjava. *Družboslovne razprave*, 17(37), 45–61.

Vidani, J. (2024). Exploring the influence of Reels and short videos on the reading and listening habits of Generation Z. *International Journal of Business and Management Practices*, 2(3), 309–330. <https://doi.org/10.59890/ijbmp.v2i3.2056>

Vogrinčič Čepič, A. (2017). Knjižnica kot (tretji) prostor: družbeni učinki prostorskih praks. *Keria: Studia Latina et Graeca*, 19(1), 57–80. <https://doi.org/10.4312/keria.19.1.57-80>

Vogrinčič Čepič, A. (2019). Branje kot prostorska praksa: Odnos bralcev do neposrednega fizičnega prostora branja. *Ars & Humanitas*, 13(2), 163–183.

Vogrinčič Čepič, A. in Kotrla Topić, M. (2021). Insights into domestic reading practices of Croatian and Slovenian university students. *Literacy*, 55(1), 49–57. <https://doi.org/10.1111/lit.12251>

Walsh, A. (2014). The potential for using gamification in academic libraries in order to increase student engagement and achievement. *Nordic Journal of Information Literacy in Higher Education*, 6(1), 39–51.

White, A. (2022). Transmedia in Asia and the Pacific: Industry, practice and transcultural dialogues. *Global Media and China*, 7(1), 124–126. <https://doi.org/10.1177/20594364211073860>

Zasacka, Z., Chymkowski, R. in Koryś, I. (2024). *Stan czytelnictwa książek w Polsce w 2023 roku*. Biblioteka Narodowa.

Žentil Barič, Ž. (2024). Anime club in the public library: Case study. *Knjižnica*, 68(4), 113–138.

Katarina Ferk

e-pošta: katarina.ferk@gmail.com