

KONSTRUKCIJA SPOLNE RAZLIKE: UPORABA
TEHNOLOGIJE IN SPOL V ZASEBNI SFERI¹

Povzetek: Pričujoči članek se z analizo problema potrošnje informacijske in komunikacijske tehnologije umešča med pogoste razprave tako komunikoloških kot tudi socioloških študij. Avtorica se procesu uporabe moderne tehnologije približa z dveh strani: obravnavano problematiko v večini problematizira v okviru zasebne sfere družbenega življenja, vsebinsko pa razkriva indikatorje spolnih razlik pri vzpostavljanju odnosa do informacijske in komunikacijske tehnologije. Namen predstavljene analize je pokazati, na kakšen način je potrošnja tehnoloških objektov, ki sami po sebi nimajo nikakršnih v naprej pripisanih ženskih ali moških karakteristik, vendarle diferencirana glede na spol uporabnika. Razlike v stopnji in tipu interakcije, ki jo posamezniki vzpostavljamo s tehnologijami v področju zasebnosti, vključujejo razmerja in situacije v oklju javne sfere. Medsebojna pogojenost teh dimenzij omeni večrazsežnost samega procesa konstrukcije komunikacijske tehnologije, ki je konstrukt palete družbeno določenih aktivnosti v produkciji in potrošnji, v razvoju in uporabi, v misli in praksi.

Gljučni pojmi: informacijska in komunikacijska tehnologija, zasebna sfera, spolna diferenciacija, uporaba tehnologije.

Uvod

Moderne informacijske tehnologije imajo izjemno širok spekter funkcij - seznanjajo nas z dogodki po vsem svetu, nas poučujejo in vzgajajo, nam posredujejo umetniške in kulturne vrednote, nam pomagajo pri delu in navsezadnje nas tudi zabavajo. Zaradi tega postajajo poskusi utemeljevanja pomenov nove tehnologije za življenje posameznika vse pogostejši.

Nemalokrat se ob tem pojavljajo optimistične ideje o "nevtralni" naravi informacijske in komunikacijske tehnologije kot tiste moderne pridobitve, ki je dostopna slehernemu posamezniku. Ta privzeta nevtralnost se nadalje implicitno pojavlja pri razlagah prostorov, kjer se moderne tehnologije - telefon, videorekorder,

* Tanja Oblak je asistentka na Fakulteti za družbene vede.

¹ Prispevek je nastal na podlagi izbranih poglavij iz diplomskega dela z naslovom "Uporaba informacijske in komunikacijske tehnologije in razlike med spoloma v zasebni sferi" (1996) pod strokovnim mentorstvom dr. Slavka Sptichala.

televizija in osebni računalnik - uporabljajo. Toda, če nas zanima, kaj se spričo pojavnosti nove tehnologije dogaja v osrčju naših domov, potem se je posledicam teh nezanemarljivih nejasnosti - številnim redukcionističnim prijemom obravnave problematike - vredno in potrebno izogniti.

Obravnavana tematika večinoma zadeva zasebno sfero družbenega življenja, vsebinsko pa razkriva indikatorje spolnih razlik pri vzpostavljanju odnosa do informacijske in komunikacijske tehnologije, ki se izraža predvsem skozi stopnjo ter način dejanske uporabe. Pri tem je potrebno poudariti, da sama "diferenciranost vzorcev ravnanja po spolu še ne bi bila vprašljiva, če ne bi bila povezana s spolno hierarhijo, (...) ki je ustvarjena celostno - od mikro (partnerski odnosi in družina) do makro ravni (globalna struktura družbe)" (Jogan 1990; 69).

Pogosto se pozablja, da potrošniki komunikacijske in informacijske tehnologije niso le gledalci televizije, poslušalci radia ali uporabniki osebnega računalnika. Podrobnejša analiza njihove strukture in iskanje vzrokov obstoječega vzorca zahteva razumevanje posameznika tudi kot člana družine ali gospodinjstva, kot pripadnika določene družbene skupine. Ta analiza obenem zahteva upoštevanje drugih določujočih osebnostnih karakteristik uporabnikov, ki se med seboj ločijo po spolu, starostni, razredni ali slojevski strukturi ter v stopnji izobrazbe. Zato bi lahko sprejeli ugotovitev, da "uporabniki ne tvorijo enotnega psihološkega ali družbenega objekta. Slednji je namreč sestavljen iz bolj ali manj krhkih interakcij z naraščajočo kompleksnostjo medijev in z njimi povezanimi tehnologijami" (Silverstone 1991; 137).

Če analiziran subjekt konstituirajo interakcije, ki pridobijo svoj dokončen pomen (in razlago) šele v okviru celotnega družbeno-kulturnega okolja, znotraj katerega se odvijajo, to pomeni, da nikakor niso omejene zgolj na eno od dimenzij obravnavanega procesa, v tem primeru v področje človeške "zasebnosti". Razlike v stopnji in tipu interakcije, ki jo posamezniki vzpostavljamo s tehnologijami, vključujejo namreč že obstoječa razmerja in situacije zunaj naših intimnih prostorov - dogajanja na delovnem mestu in v javnih institucijah, ekonomske in politične strukture. Skratka, posredujejo obstoječo porazdelitev materialne ali celo "ideološke" moči. Na drugi strani so odločitve o (ne)pristopu k novi tehnologiji brez dvoma izraz avtonomnosti izbire, osebnega interesa, želje ter potreb.

Namen predstavljene analize je pokazati s *spolom pogojeno potrošnjo tehnoloških objektov, ki sami po sebi nimajo nikakršnih vnaprej pripisanih ženskih ali moških karakteristik, temveč so jim tovrstni atributi dodani s pomočjo kulturno določenih pomenov*. Dominanten moški diskurz v javnem življenju se prenaša na vzorce delovanja v zasebni sferi večinoma na škodo ženskega spola. Posplošitve, kot so npr. prevladujoče nezanimanje ženskega dela populacije za moderne tehnologije ali celo stališča in ideje o ti. "tehnofobiji" žensk, so zgolj izmikanje pred resnično podobo, ki vsekakor ni tako enolična in preprosta, kot jo nekateri želijo prikazati.

Konstrukcija pomenov tehnologije in spol

Ena izmed ključnih značilnosti novih tehnoloških predmetov je, da njihov "dejanski družbeni pomen ni določen zgolj z družbeno-ekonomsko lokacijo (...) kot tudi ni vnaprej določen, pač pa se utrjuje skozi zgodovinsko in kulturno specifične mnogostranske prakse" (van Zoonen 1992; 12). Tehnologija je torej večnivojski proces. Analogno gledano, tudi spol kot družbena kategorija ni nespremenljiva lastnost posameznika, pač pa je mnogostranski konstrukt, oziroma je, kot trdi Liesbet van Zoonen, "niz prekrivajočih se in pogosto protislovnih kulturnih pričakovanj" (van Zoonen 1992; 20). Ta mnogostranskost oblikovanja in določanja spolne identitete posameznika izvira iz specifičnih ekonomskih, družbenih, političnih in tehnoloških situacij. Posamezne kulturne prakse poleg spola vključujejo še množico raznovrstnih določitev posameznika: etnično pripadnost, versko opredeljenost, družbeno-ekonomsko pozicijo itd. Zato vsakršno napačno predpostavljjanje fiksne ženske identitete, domnevno stoječe nasproti moški, konstruira dihotomijo moško=tehnologija in žensko=narava ter radikalne feministične zaključke navezuje na tehnološki determinizem.

Ekofeminizem, naprimer, postavi v osnovnem izhodišču žensko, zaradi nekaterih ključnih bioloških značilnosti kot so rojevanje in dojenje, v ozek okvir narave in naravnega. Na drugi strani predpostavlja moško željo po nenehnem obvladovanju in gospodovanju nad naravo, katere rezultat je specifična moška dominantna kultura. Obe poziciji spolne identitete sta po mnenju zagovornic ekofeminizma nespremenljivi družbeni entiteti, zato je ideja, ki jo pri iskanju povezanosti spola z uporabo tehnologije zagovarjajo, nezadostna in nepopolna. Za tehnologijo se tako predpostavlja, da vsebuje kvalitete kot so racionalnost, učinkovitost in "moškost" (van Zoonen 1990; 44-45).

V izogib tovrstnemu redukcionizmu avtorica predlaga upoštevanje "diskurzov, ki obkrožajo vsak tip tehnologije ali nov medij" (van Zoonen 1990; 45), saj je značaj tehnoloških predmetov rezultat serije strokovnih in družbeno-kulturnih dogovorov, prek katerih prihaja do konstruiranja pomenov.

Razumevanje odnosa med spolom in novimi tehnologijami pomeni torej ugotavljanje, *kakšen način uporabe* in *kakšen tip uporabnika idealizirajo*, kar je na nek način določeno že v fazi zasnove in nadaljne produkcije nekega tehnološkega artefakta. Običajno je proizvajalcem že pred pošiljanjem tehnološkega predmeta na trg vsaj približno jasno, čemu in komu naj bi bil le-ta namenjen.

Pri tem je že tehnična osnova tehnološkega objekta kot rezultat faze produkcije ena od razsežnosti, ki konstitutivno določa možnosti načina njegove uporabe in postavlja potencialnega uporabnika v podrejen položaj. Preko marketinga in oglaševanja so proizvodi konstruirani kot objekti želja ali pa celo kot neizbežna nujna. Obenem je v fazi potrošnje bistvena razsežnost izbora, interesov in potreb kupca. Ker pomen, pridani tehnološkemu aparatu, ni izoliran od uporabe niti na nivoju njegove fizične podobe, je tesno povezan z namenom, ki naj bi mu služil. To se posledično navezuje tudi na dejansko uporabo. Kar proizvodnja vnaša, je istočasno lahko mehanizem spodbujanja ali zaviranja uporabe (Kisovec 1995; 22). Ta "mehaničnost" postane vprašljiva, če vsebuje stereotipne predstave o bodočih

potencialnih uporabnikov, saj jih na ta način posredno uvršča na hierarhično lestvico in nekatere družbene akterje (nehote) celo izloči.

Razvoj informacijske in komunikacijske tehnologije so usmerjali predvsem ekonomski ter vojaški interesi, slednji pa so vplivali predvsem na razvojni vzorec in oblikovalske detajle teh tehnologij (van Zoonen 1992; 11). Ker vladajo v okviru vojaških sektorjev pretežno (če ne že povsem) moške predstave, ocene in vrednote, potem je na nivoju proizvodnje, oglaševanja in potrošnje logično pričakovati tiste ideje in cilje, ki ženske puščajo ob strani. V svetu marketinga in oglaševanja, kjer prihaja do ustvarjanja družbenih predstav, je moški diskurz ravno tako dominanten, saj "javni pomeni predmetov, objektov, dogodkov večinoma sovpadajo z moškimi načini razumevanja teh objektov" (Livingstone 1990; 123).

Zato večina avtoric (Frissen 1992; van Zonnen 1992; Livingstone 1990; Gray 1990) meni, da izvira spolna določenost uporabe tehnologije iz dialoga med javno določenimi pomeni, vgrajenimi v produkcijo, oblikovanje in marketing informacijske in komunikacijske tehnologije. Prevladujoči odnosi med ključnimi akterji so ovrednoteni glede na moč in cilje v strukturah, ki jih zasedajo moški. Moški so večinoma idejni proizvajalci, oglaševalci in prodajalci tehnoloških predmetov. In ker je odnos do moderne tehnologije dodatno določen z ekonomskim statusom, izobrazbo in starostjo posameznika, so razlike med spoloma v dodeljevanju pomena tehnologiji diferencirane skladno s temi značilnostmi.

Proces prehajanja informacijske in komunikacijske tehnologije med javnim in zasebnim področjem življenja

Naslednja očitna značilnost moderne tehnologije je njena naraščajoča prisotnost v naših domovih, zaradi česar nekateri avtorji poudarjajo, da so moderne tehnologije "po eni strani dejavnik konstituiranja zasebnosti, po drugi strani pa se *domesticirajo*" (Silverstone, Hirsch, Morley 1990). V intimne prostore družin ali gospodinjstev in s tem med družinske odnose vnašajo novosti, ki vplivajo na spreminjanje domačega okolja, istočasno pa je njihov način prihoda določen z obstoječimi odnosi v gospodinjstvu. Proces "domaćenja" se natančneje nanaša na "spodobnost družbene skupine - gospodinjstva ali družine, da sprejme tehnološke aparate in posredniške sisteme v svojo lastno kulturo do te mere, da postanejo znotraj vsakdanjih rutin skorajda *nevidne*" (Silverstone 1994; 98, poudarila T. O.). Kako naj si razlagamo to nevidnost, avtorji ne navajajo, najbrž pa izraz označuje tako stopnjo prisotnosti določenega tehnološkega predmeta v okviru vsakdanjega življenja, ko se televizija, videorekorder ali računalnik stapljajo z načini preživljanja prostega časa že do te mere, da se osebne odvisnosti od njihovega pojavljanja (uporabe) niti ne zavedamo, so samoumevne.

Koncentracija moderne tehnologije v sferi "zasebnosti" postaja vse bolj upoštevanja vreden vidik razumevanja dejanskih odnosov ter razmer v okviru tega življenjskega prostora, ki ne pridobiva na pomenu le kot atraktivna potrošna enota, pač pa kot "dinamična komunikacijska enota" (Frissen 1992; 38). Naraščajoče možnosti medsebojne integracije raznovrstnih informacijskih in komu-

nikacijskih tehnologij, ki jih prinašajo inovacije na področju tehnološkega razvoja (predvsem računalniške opreme), omogočajo namreč povezovanje gospodinjstev z zunanjim svetom in prehajanje značilnosti zunanjega sveta v svet intimnosti. Te izvirajo iz globalne mreže institucionalnih ter kulturnih sistemov: tistih sistemov, ki narekujejo razvoj sofosificirane tehnološke podpore (sistemov, ki z vključevanjem multinacionalnih institucij kontrolirajo produkcijo ter distribucijo programske opreme in programov) in sistemov, kjer se uporabnik sam sooča s procesom njihove potrošnje oz. uporabe - na področju svojega doma, na delovnem mestu in v drugih javno dostopnih institucijah (Silverstone 1994; 79). Medsebojna pogojenost teh dimenzij pomeni večrazsežnost samega *procesa konstrukcije* komunikacijskih tehnologij, saj so konstrukti palete družbeno določenih aktivnosti v produkciji in potrošnji, v razvoju in uporabi, v misli in praksi. To kaže na neločljivo *povezanost delovanja "javne" sfere z aktivnostmi znotraj sfere "zasebnosti"* ter istočasno opozarja na *pomen javnih sistemskih struktur pri sooblikovanju in preoblikovanju področja intimnosti*.

Model transakcijskega sistema in njegovi elementi²

S pojmom "moralne ekonomije" Silverstone (1990) razume gospodinjstvo kot del transakcijskega sistema v odnosu s formalno ekonomijo javne sfere. V tem širokem okviru je aktivno povezano s produkti in pomeni, ki jih formalna ekonomija proizvaja, povezanost pa vključuje prisvajanje teh proizvodov v zasebni sferi. Znotraj gospodinjstva se pomeni "inkorporirajo in redefiniirajo glede na specifične vrednote in interese članov" (Silverstone 1994; 144). Tako opredeljena moralna ekonomija vstopa v odnose s formalno ekonomijo prek procesa potrošnje tehnoloških predmetov, vzpostavljene relacije pa potekajo in se zaokrožujejo v naslednjih fazah:

1. *Apropriacija ali prisvojitve objekta*: Prisvojitve objekta je tista točka, v kateri postane objekt (materialni ali simbolni) lastnina posameznika ali celotnega gospodinjstva (Miller 1987; 191), ko zapusti svet proizvodnje in ekonomske menjave. Šele takrat postane avtentičen in za posameznika pridobi pomen. Proces prisvojitve se pri tem ne nanaša le na materialne objekte, temveč tudi na medijske tekste ali nakup softvera. Pomeni, podeljeni tem storitvam že v javni sferi, se ne skladajo nujno s pomeni teh storitev za člane gospodinjstva. Zaradi tega ima gospodinjstvo v procesu prisvajanja različne možne strategije. Prva je naprimer ponotranjenost alienacije od objekta, druga alternativa pa je preoblikovanje odtujenih pomenov (Silverstone, Hirsch, Morley 1990; 21-22).

2. *Objektivizacija*: Faza objektivizacije se izraža s fizično razporeditvijo objektov v prostorskem okolju doma ter v sami konstrukciji okolja kot takega. Pri tem avtorji

² Avtorji poudarjajo, da se konstruiran model opira na rezultate etnografske študije iz leta 1989, ki je zajela dvajset družin, med katerimi so bili respondenti starši ter šoloobvezni otroci. Vključena gospodinjstva so imela vsaj tri od sledečih tehnoloških objektov: televizijo, telefon, videorekorder ter osebni računalnik. Cilj opravljene raziskave je bil usmerjen k iskanju teoretičnega okvira za analizo domačih medijev in njihove uporabe. Pri tem so se avtorji podrobneje posvetili pomenu vsakdanjega življenja družinskih članov (več o tem v Silverstone, 1991).

opozarjajo na več elementov procesa objektivizacije. Čeprav imajo, po njihovem mnenju, vse tehnologije možnost inkorporacije v estetiko okolja, je smiselno upoštevati, da se objekti pojavljajo v že vnaprej oblikovanem in nenehno rekonstruiranem prostorskem okolju. Glede ne-materialnih objektov (TV programi, softverska oprema, video-filmi) avtorji nadalje izpostavljajo: pomen se ne utrdi že v fazi proizvodnje; vključenost v moralno ekonomijo gospodinjstva poteka ne toliko preko fizičnega razkazovanja, temveč prej skozi vključevanje v trajno strukturo gospodinjstva; objektivizacijo medijske vsebine v pogovorih med člani gospodinjstva (Silverstone, Hirsch, Morley 1990; 22-24).

3. *Inkorporacija ali vključitev*: Inkorporacija pomeni v prvi vrsti osredotočanje na načine uporabe tehnologije. Funkcionalnost nekega tehnološkega objekta je pogojena z njegovo prostorsko lokacijo tako, da postane rutina vsakdanjega življenja. Ravno proces vključevanja postavlja v ospredje vprašanje spolne in generacijske strukture gospodinjstva in predstavlja govor spolnih, statusnih in generacijskih razlik³. Inkorporacija tehnoloških aparatov in ponujenih reprezentacij v moralni ekonomiji gospodinjstva zagotavlja skupaj z objektivizacijo osnovo procesu diferenciacije in identifikacije, saj se na ta način ustvarjajo časovne in prostorske meje med člani znotraj gospodinjstva (Silverstone, Hirsch, Morley 1990; 24-25).

4. *Konverzija ali pretvorba*: Zadnja faza prikazuje, tako kot faza prisvojitve, odnos med gospodinjstvom in zunanjim svetom. Moralna ekonomija gospodinjstva zagotavlja osnove za pogajanja in transformacijo pomenov potencialno odtujenih objektov, toda proces posredovanja ostane zaseben, nerelevanten za javno domeno, kolikor se ti pomeni ne sprejmejo tudi v področju zunaj doma. To pomeni, da mora biti prisvojitve primerljiva s konverzijo, če naj ima pomen v javnosti (Silverstone, Hirsch, Morley 1990; 25-26).

Opisan model naj bi po mnenju avtorjev odpiral možnost spoznavanja pomena informacijske in komunikacijske tehnologije v vsakdanjem življenju posameznikov, pri čemer posebej opozarjajo na pomembnost dogajanj znotraj "domačih" potrošnih enot za institucije zunaj njih - za producente, oblikovalce, oglaševalce, saj vsi prispevajo k celotnemu ciklu procesa konstrukcije pomena tehnologije.

Dodeljevanje pomenov tehnologiji v "zasebnosti" - ženski in moški pomeni

Na simbolni ravni predstavlja naraščajoča vpetost vsakdanjega življenja v neskončno množico tehnoloških, medijskih objektov vse večjo kompleksnost reprezentacij in informacij, ki jih vsebujejo tehnološki izumi, od posameznika pa zahtevajo precej več kot zgolj vzpostavitev instrumentalnega odnosa. Nedvomno je izbor določenih vsebin izraz posameznikove individualnosti, interesov, želja, potreb, ravno tako, kot je reakcija na sprejeto vsebino rezultat specifičnih osebnostnih karakteristik.

³ *S samim procesom vključitve lahko mladostniki s pomočjo glasbenih stolpov ustvarijo "zvočni zid" v svojih sobah, možna so prerekanja med člani o kontroli nad daljinskim upravljalcem, uporaba računalnika pa utegne še utrditi družinsko diferencirano spolno strukturo.*

Če izhajamo iz predpostavke, da se posamezne konstrukcije pomenov znotraj sfere zasebnosti bistveno razhajajo, predvsem zaradi različnih spolnih in starostnih karakteristik članov, se postavlja vprašanje, kako družine oz. njihovi člani utemeljujejo lastno uporabo novih produktov in storitev in kakšne so posledice diferenciranega dodeljevanja pomenov tehnologiji pri nadaljnjem konstruiranju odnosov med spoloma znotraj doma. V ta namen uporabljam empirične izsledke in dognanja Sonie Livingstone (1990) in jih v nadaljevanju tudi povzemam⁴. Cilj te raziskave je bil spoznavanje narave konstrukcije pomenov "domače" tehnologije, kako se recimo pojmi, kot so varnost, funkcionalnost povezujejo in nanašajo na različne tehnološke objekte in kakšen pomen imajo za njihove uporabnike. Analizirane družine so se med seboj zelo razlikovale glede slojevske pripadnosti in poklica staršev, medtem ko so si bile v sami strukturi, starosti članov in posedovanju tehnologij bolj podobne (kot v primeru razikave Silverstone, 1989). Pri postopku zbiranja stališč so najprej ločeno spraševali moške in ženske o identificiranju podobnosti in razlik med določenimi nizi objektov. Nato so vprašani primerjali skupine treh tehnoloških objektov, v katerih so iskali objekt brez para in razložili vzroke za svoje odločitve. Na koncu pa so podali še lastna razmišljanja o občutkih, ki jih doživljajo pri uporabi tehnologij. Spoznane različnosti v razumevanju in dodeljevanju pomenov tehnološkim objektom so analitiki pojmovali s pomočjo naslednjih štirih vsebinskih konstruktov (Livingstone 1990; 117-127).

NUJNOST: Ženske so v primerjavi z moškimi eksplicitneje poudarjale pomembnost tehnologije v njihovem vsakdanjem življenju. Kot najpogostejši pojmovni konstrukti žensk so se pojavljali izrazi "bi pogrešala", "pomembna", "življenjska", medtem ko so prevladujoči moški konstrukti bili "razkošna", "zmogel bi brez". Avtorica te razlike pojasnjuje s specifičnostjo ženske pozicije znotraj doma, ki ga dojema v smislu nujnosti, tehnološki objekti pa ji pri tem predstavljajo neizogibne pomočnike. Za moške pa je dom razumljen bolj kot območje sprostivitve in zabave, kar so izpostavljali tudi v podanih osebnih konstruktih.

KONTROLA: Ženske so tu omenjale pomene kot "imeti stvari pod kontrolo", "biti vodena", "daje možnost nadzora", pri čemer se je njihovo razumevanje kontrole nanašalo na možnost ohranjanja reda in čistoče znotraj gospodinjstva. Moški pomeni so označevali dopuščanje moči in kontroliranja situacij, saj so poudarjali pojme kot "izzivalno", "stimulativno" in "omogoča uspeh".

FUNKCIONALNOST: Moški svojih psiholoških vzrokov pri uporabi določenih objektov niso pretirano navajali, saj se je izkazalo, da zanje pravi pomen objekta leži izključno znotraj objekta samega, ne pa tudi znotraj njihovega življenja. Tako so jih prezentirali kot nekaj samoumevnega in naravnega. Ženske pa so funkcionalnost objekta izražale predvsem v odnosu do lastnega delovanja.

DRUŽBENOST/ZAPRTOST: Na splošno igrajo tehnologije dve vlogi v socialnih

⁴ Avtorica se poslužuje pristopa osebnega konstruktiva (Kelly, 1955). Kellyjev koncept se osredotoča na načine, s katerimi posamezniki aktivno konstruirajo svoj "fenomenološki svet". Pri tem izhaja iz trditve, da posamezniki spoznajo svet skozi sisteme konstruktov, ki služijo za kategorizacijo dogodkov in dogajanj. Vsak osebni konstrukti je osnovan na simultani percepciji podobnosti in različnosti med objekti znotraj njihovega konteksta, skozi primerjalne presoje o razlikah in podobnostih pa se generirajo pomeni (Livingstone, 1990).

interakcijah: Olajšujejo interakcije med posamezniki, obenem pa jih lahko tudi nadomeščajo. Moški so tehnologijo opisovali predvsem kot sredstvo, ki jim zagotavlja alternativo družbenemu kontaktu. Kot ključne oblike takšnih tehnologij so navajali radio, televizijo in "walkman". Za ženske pa so bile prej v funkciji omogočanja družbenih kontaktov, predvsem je to veljalo za telefon. Ženske so poudarjale, da se pri uporabi telefona počutijo "žive", moški pa vidijo v tem objektu golo funkcionalnost ali pa celo moteč dejavnik, ki jih ovira pri delu doma. Klepetanje po telefonu je zanje nesmiselno početje, zaradi katerega težko razumejo žensko potrebo po tovrstnem načinu uporabe in se, zaradi razumevanja tega tehnološkega izuma kot ovire, ki jih pogosto moti pri delu ali sprostitvi, tudi ne želijo prvi oglašati na telefonske klice.

Opazimo torej lahko, kako se različne izkušnje in vloge posameznikov znotraj sfere zasebnosti dejansko kažejo v različnih sistemih osebnih konstruktov kot možnih pokazateljih vzpostavljenega odnosa do predmeta. Problem pri tem je, na kakšen način se te razlike vrednotijo oziroma, na kakšen način postanejo družbeno sprejemljive. Podani rezultati na nek način pričajo o vzdrževanju in ohranjanju kulturno pridobljenih vzorcev skozi procese socializacije in inkulturacije, saj implicitno odkrivajo razlike med spoloma v razumevanju samih sebe in lastnih vlog. *Ženska "naravna nujnost" se tako prevaja v "tehnološko nujnost", moška samoumevna racionalnost pa v instrumentalno funkcionalnost.* Povedano drugače - ženske so bolj naklonjene tistim tipom tehnoloških objektov, ki se jim zdijo potrebni zaradi svoje funkcije pri opravljanju gospodinjstskih del in ne zato, ker bi se ob njih prvenstveno zabavale ali sproščale. Vzrok ni v tem, da si tega ne bi želele, pač pa preprosto zato, ker se jim to ne poda. Spričo vse večje heterogenosti žensk in moških kot družbene kategorije navedenih trditev vendarle ne gre sploševati.

Uporaba modernih tehnologij: kdo - kaj in kako - kaj?

Uporaba telefona

Že v prikazu različnih pomenskih konstruktov smo videli, kaj lahko pomeni telefon ženski in kaj moškemu. V razlagi vzrokov diferenciranega pristopa k temu mediju Zoonenova (1990) poudarja, da so strokovni diskurzi prvotno določili telefon za "racionalen", učinkovit in funkcionalen objekt, namenjen predvsem poslovnim ter profesionalnim zadevam. Vse te "moške" značilnosti so po njenem mnenju predvsem rezultat načina, kako je bil lansiran in predstavljen javnosti. Ker se ženske niso prilagodile pričakovani naravi potrošnje telefona, so po mnenju ekspertov "zgrešile pravilno razumevanje uporabe, saj jim je telefon pomenil sredstvo za klepet in ohranitev družbenih kontaktov z oddaljenimi prijatelji in sorodniki" (van Zoonen 1992; 23). Profesionalci so jih celo obtožili "tehnološke nekompetence", nekatere ameriške telefonske združbe pa so ta ženski odziv pojmovale kot deviantnost od začetno postavljenih pravil. Tovrstni začetki se danes zdijo težko razumljivi iz čisto preprostega razloga - celoten proces konstrukcije telefona kot komunikacijskega medija se je namreč spremenil, kar ugotavlja tudi Zoonenova:

“Dolgoročno gledano se ni spremenil le njegov družbeni pomen, pač pa tudi produkcija, distribucija in marketing” (van Zoonen 1992; 24). In navsezadnje se je začetnemu pričakovanemu idealnemu tipu uporabnika - racionalnemu moškemu - pridružila ženska uporabnica, ki je prinesla in ohranila drugačen način ter namen njegove uporabe.

Nadzor končne uporabe določenega tehnološkega objekta s strani oblikovalcev in snovalcev torej ni popoln in ni v celoti predvidljiv. Način uporabe je potencialno raznovrsten ali celo v marsičem drugačen, kot si ga proizvajalci prvotno zamišljajo, k temu pa pripomorejo ravno uporabniki, kupci, potrošniki. Skladno s tem gre pritrđiti Wajcmanovi, da “tehnologija lahko vodi v ‘dvojno življenje’ - v nepričakovane konsekvence in nerazdelane možnosti” (Wajcman 1992; 252). Primer “ženske” uporabe telefona kaže na pomen razsežnosti *interesov* in potreb kupca, ki jo uvrščamo v okvir faze potrošnje tehnoloških aparatov. Čeprav je proizvodnja s pridanimi pomeni komunikacijskemu sredstvu vnesla določene omejitve uporabe, je telefon, spričo preobrazbe “nevidnih” potreb ženskega dela populacije v “vidne”, pridobil dodatne namenske dimenzije. Konstrukciji telefona so prispevale svoj prispevek torej tudi ženske.

Uporaba televizijskega sprejemnika in videorekorderja.

V splošnem do razlik v (ne)uporabi določene tehnologije pri ženskah ne prihaja zaradi vedno večje kompleksnosti novih objektov, temveč je ženski občutek alienacije od nekaterih “modernih” objektov posledica samega načina inkorporacije, ki se izraža v moško-središčnem prostoru zabave in s tem pri ženskah ohranja ponotranjen občutek nepripadnosti ali izključenosti. Videorekorder se je na podlagi različnih projektov (povzemam po Gray, 1990) izkazal kot primarna lastnina očetov ali njihovih sinov⁵. Maskulinizacija tega objekta naj bi bila logična razširitev moške vloge pri dejavnostih, kot so instaliranje in upravljanje domače opreme. Večji del novih tehnoloških objektov moški namreč razumejo kot igrače, ki jim nudijo posebne užitke, s tem pa se njihova primarna dolžnost v bistvu preoblikuje v zabavo. Odgovornosti in užitki, vzpostavljeni prek tehnologij, nudijo moškim določeno stopnjo kontrole najprej nad objekti ter posledično tudi nad ostalimi člani družine (Gray, 1990: 41). Dosežena kontrola se v prvi vrsti kaže že pri odločanju o nakupu novih tehnoloških objektov. Večinoma so moški tisti, ki odločajo ne le o tipu televizorja, videorekorderja (ali drugih predmetov), temveč tudi o času nakupa. Ta začetna moč se nato logično nadaljuje v izbiri televizijskih programov, v nakupu videokaset itd.

⁵ Gre za panelno študijo, ki je potekala v letih 1983, 1985 in 1987/88. Vključila je intervjuje 1000 oseb, slo pa je za zbiranje podatkov o medijski opremi gospodinjstev, načinih njihove uporabe ter o načinih preživljanja prostega časa, kakšen odnos imajo posamezniki do tehnologije in kakšni so odnosi znotraj družin. Poleg teh podatkov pa avtorica uporablja še izvlečke intervjujev družin, ki posedujejo lišni računalnik. Gre za 20 družin, kjer so potekali intervjuji obeh staršev in najmanj dveh otrok v starosti med 6 in 18 letom. Družine so se ločevale tako, da so nekatere imele kabelsko TV in dostop do ‘on-line’ storitev, druge pa so bile brez tovrstne tehnologije (Gray, 1990: 32-33).

V potrditev navedenega prikazujem rezultate raziskave Slovenskega javnega mnenja⁶, iz katere predstavljam odgovor na vprašanje "V kolikšni meri našete osebe izbirajo televizijske programe?":

Tabela 1: Pogostost samostojne izbire televizijskih programov med zakonskimi partnerji (odstotki)

odgovor	moški	ženske	skupaj
vedno	25,7	14,7	20,0
včasih	63,1	62,6	62,8
redko	7,6	16,1	12,0
nikoli	3,6	6,6	5,2
skupaj	100,0	100,0	100,0

(sig. = **; hi-kvadrat = 47,05)

Vir: *SJM/92-Media: Raziskave množičnih medijev na Slovenskem; Center za raziskovanje javnega mnenja in množičnih komunikacij; Ljubljana, junij/julij 1992*

Rezultati kažejo, da tako anketirani moški kot ženske najpogosteje le včasih samostojno izbirajo programe, pri čemer so razlike med spoloma zanemarljivo majhne. Vendar je ob enem skoraj za 10 odstotkov večji delež poročenih žensk, ki le redko izbirajo programe same. Na drugi strani pa ima četrtnina vprašanih moških vedno možnost samostojnega izbora in odločanja o televizijskih programih (kar za 11 odstotkov več kot pa žensk). Dimenzija samostojne izbire medijskih programov je povezana z dostopnostjo do medija, kjer je moška prednost očitna. Če izpustimo pomen vsebine, ki jo spola zaradi specifičnih okusov spremljata ločeno, podatki nakazujejo pogostejšo možnost moških pri vzpostavljanju stikov s tistimi vsebinami, ki jim pripisujejo pomen.

Gledanje televizije je na sploh pogost predmet raziskovalnih analiz na področju komunikologije. Panelna raziskava Grayeveje⁷ npr. pokazala, na kakšne načine doživljajo spremljanje televizije moški ločeno od žensk. Slednje so po podatkih sodeč izražale občutek krivde, če so zgolj posedale pred televizijskim sprejemnikom, zato so poleg te aktivnosti opravljale vrsto drugih opravil kot recimo likanje ali šivanje. Moškim pa je gledanje televizije predstavljalo izključno trenutek sprostitve (Gray 1990).

Razlike v stopnji pozornosti pri spremljanju televizije glede na spol lahko razberemo tudi iz naslednje tabele, ki prikazuje odgovore na vprašanje "Ko imate prižgano televizijo, ali...":

⁶ Gre za raziskavo *SJM/92-Media: Raziskava množičnih medijev na Slovenskem; Center za raziskovanje množičnih komunikacij in javnega mnenja*. Možne kategorije odgovorov so bile sam, partner, otroci, starši, drugi, pregledala pa sem le razlike med spoloma za prvo kategorijo, pri tem pa analizirala situacijo med poročenimi pari.

⁷ V tem delu prikazujem nekaj ugotovitev o uporabi televizije iz že omenjene panelne študije (Gray, 1990).

Tabela 2: Stopnja pozornosti spremljanja televizije glede na spol (odstotki)

odgovor	moški	ženske	skupaj
zelo pazljivo gledanje TV	73,9	51,4	62,3
opravljanje drugih del ob gledanju TV	12,8	40,0	26,9
pogovarjanje z drugimi ob gledanju TV	13,3	8,6	10,8
skupaj	100,0	100,0	100,0

(sig. = ***; hi-kvadrat = 127,10)

Vir: *SJM/92-Media: Raziskave množičnih medijev na Slovenskem; Center za raziskovanje javnega mnenja in množičnih komunikacij; Ljubljana, junij/julij 1992*

S pomočjo podatkov v tabeli lahko ugotovimo, da večina poročenih respondentov spremlja televizijske programe zelo pozorno, več kot očitna pa je pri tem razlika glede na njihovo spolno strukturo. Medtem ko je med pripadniki moškega spola kar 73 odstotkov pozornih gledalcev, je žensk le dobra polovica. Slednja kategorija pa zato s skoraj 40 odstotki prednjači med tistimi, ki poleg gledanja televizije opravljajo ostala dela kot so kuhanje, likanje ali šivanje. Te razlike v načinih spremljanja televizije vsekakor izražajo širše dimenzije tega procesa. Tako meni tudi Jennifer Bryce, ko opozarja na upoštevanje dogajanj tudi znotraj konteksta družinske orientacije do časa. V svoji študiji je kot ključno ugotovitev podala diferenciacijo med "monohrono ter polihrono orientacijo do časa" (Bryce, 1987). Za družine z monohrono orientacijo do časa je značilna visoka stopnja načrtovanja glede gledanja televizije. Gledanje televizije je pogosto samostojna aktivnost, zato je pozornost bistveno močnejša. V primeru polihrone orientacije do časa pa je planiranje nizko ali celo nično, tako je spremljanje televizije le ena od mnogih istočasnih aktivnosti in je pozornost do dogajanja nižja.

Zaradi neizogibnosti žensk od "ne-dela" v sferi domačega življenja in še vedno seksistične delitve dela med spoloma, je ženska "nepozornost" povezana s pomanjkanjem ustreznega časa za nemoteno spremljanje televizije. Preobremenjenost z dejavnostmi, kot so kuhanje, likanje ali šivanje, sicer ne odriva žensk popolnoma od televizije ali videorekorderja, vpliva pa na njihovo odločitev o tem, kdaj se bodo njunega gledanja sploh udeležile.

Vendar se pojasnjevanje razlik med spoloma ne more končati zgolj pri analizi načinov spremljanja medijskih vsebin, pač pa je potrebno usmeriti pozornost tudi na to, kaj gledajo in zakaj gledajo prav to. Poleg tega je smiselno upoštevati tudi vlogo samih medijskih vsebin kot prenašalk družbeno kulturnih pričakovanj, vedenjskih vzorcev in vrednot*.

* Omenjeni dimenziji problematike se sicer dotikajo vloge modernih tehnologij v rekonstrukciji domačih okolij in razmer znotraj njih, a so v večji meri predmet študij analize vsebin množičnih medijev. K tem problemu se zato usmerjam izključno na primeru uporabe osebnega računalnika.

Uporaba osebnih računalnikov

Spričo naglega prodora računalniške tehnologije⁹ in njenih specifičnih lastnosti, ki jo precej ločujejo od ostalih dosedanjih komunikacijskih tehnologij, je tudi v okviru komunikoloških študij zaznati vedno večjo pozornost njenim učinkom na vsakdanje življenje posameznika in seveda vzrokom spoznanih trendov. Marketinška strategija cenениh računalniških "izumov" v začetku osemdesetih let je temeljila na njihovi domnevni izobraževalni funkciji, ki ji je nasedla večina kupcev. Domnevni zato, ker se je kmalu izkazalo, da lansirani objekt ni ustrezal motu proizvajalcev, saj so ga lastniki lahko uporabljali izključno kot predmet zabave in igre. Na drugi strani pa so se ostali "nevtralni" računalniki - namenjeni vsakomur - za marsikateri del potrošniške družbe pokazali kot prezahtevni, saj je izhodiščna pravilna uporaba temeljila na predpostavki o določeni stopnji predznanja.

Že ta dva vidika sta potencialno uporabo računalnikov s strani žensk otežkočila na svojstven način. V prvem primeru, ko se je objekt pretvoril v predmet zabave, je k odklonu žensk in deklie od te aktivnosti pripomogla sama narava računalniških iger, saj so večinoma predstavljale simulacije delovanj, ki ustrezajo predvsem moškim (Gray, 1990). Tovrstna naravnost računalniških iger ni le stvar preteklosti in ima močan vpliv na deljeno zanimanje zanje predvsem med dekleti in fanti. Opazno je namreč, da po njih precej bolj segajo fantje, kar niti ni presenetljivo, saj je tržišče zasičeno z igrami, ki predstavljajo tipično moška področja kot so vojna in šport. Dejansko gre za proizvode, namenjene izključno dečkom, kar podpirajo tudi propagandne strategije ter grafične predstavitve na ovitkih. Očitno je torej za stereotipsko oblikovanje računalniških igrice krivo vnaprejšnje spolno presojanje proizvajalcev o potencialnih ciljnih uporabnikih. Poleg tega pa si ženske, ugotavlja Grayeva, preobremenjene z gospodinjskimi opravili, niso mogle privoščiti dodatnega poglobljanja v zahtevnejše tipe računalnikov, ki so od uporabnika zahtevali že predhodno znanje ter sprotno učenje¹⁰. Osební računalnik vsekakor zahteva od potencialnega uporabnika predhodno poznavanje upravljanja in dela z njim že na ravni svoje tehnološke osnove in nadalje tudi na nivoju storitev, ki jih ponuja dandanes v navezavi na druge informacijske in komunikacijske tehnologije. Povezovanje v elektronske mreže se pri tem v ničemer ne razlikuje, ravno nasprotno. Kljub ti. "prijaznosti" je ena izmed ključnih determinant nevtopa vanje stopnja poznavanja tehnik in načinov, potrebnih za vzdrževanje in navezovanje stikov v pojavljajočih virtualnih svetovih. Doseganje tovrstne kompetence pa je nedvomno odvisno od sprotne stika z novostmi v razvoju računalniške tehnologije, bodisi prek profesionalnega poklicnega udejstvovanja ali zaradi percepcije pomembnosti sledenja novim trendom "informacijske družbe".

⁹ Za začetek tega procesa mnoge avtorice navajajo pojav cenениh Sinclairjevih računalnikov v začetku osemdesetih.

¹⁰ To dokazuje tudi raziskava, ki jo je opravila Wheelock (1990), katere rezultati so pokazali, da je bilo pred nakupom računalnika brez predhodnih izkušenj pri delu z računalniki dvakrat več anketiranih žensk kot moških, kar pa za mlajše generacije ni veljalo v enaki meri.

Podatki iz raziskave "Raba Interneta v Sloveniji"¹¹ navedeno v celoti potrjujejo. Med skupaj 34 odstotki gospodinjstev z dostopom do Interneta je uporabniška struktura po spolu očitno moška, saj je med uporabniki le četrtnina žensk. V poskusu ugotavljanja razlogov ne-uporabe Interneta se je izkazalo, da obstajajo precejšnje razlike med spoloma pri navajanju slabega poznavanja kot ključnega omejitvenega dejavnika.

Tabela 3: Slabo poznavanje Interneta kot omejitveni dejavnik uporabe glede na spol uporabnikov (odstotki)

odgovor	moški	ženske	skupaj
da	30,4	66,7	39,2
ne	69,6	33,3	60,8
skupaj	100,0	100,0	100,0

(sig. = ***; hi-kvadrat = 15,07)

Vir: Projekt "RIS - Raba Interneta v Sloveniji"; Center za metodologijo in informatiko Fakultete za družbene vede; Ljubljana, oktober 1995

Kar 67 odstotkov žensk slabo poznavanje Interneta šteje za vzrok manjše uporabe, medtem ko se to zdi razlog le tretjini moških. Pri tem ostaja zanimiva podobnost v vzorec zajetih oseb glede na izobrazbeno strukturo, ločeno po spolu, saj tako med uporabnicami kot uporabniki nasprotnega spola z domačim dostopom do Interneta prevladuje srednja ali visoka stopnja dosežene izobrazbe. Očitno sta hitrost in intenzivnost vključevanja v računalniške mreže pogojeni z dejanskimi predhodnimi izkušnjami, ki pa niso nujno odvisne od stopnje izobraženosti posameznika. So pa vsekakor povezane z možnostmi dostopa vanje zunaj domačih okolij in z načini marketinške promocije novih storitev. Proizvajalci ter oglaševalci predstavijo o idealnem potrošniku vztrajno zamejujejo v moško podobo. S to predpostavko se lahko navežemo na zanimiv zaključek Turklove¹² o odporu žensk do računalnikov. Pri opisu odnosa žensk do nove tehnologije avtorica uporablja pojem "računalniška molčečnost". Z njim razume žensko predstavo o neprimernosti tega objekta kot specifičnega kulturnega in osebnega simbola, od katerega se ženske distancirajo predvsem zato, ker ga zaznavajo kot kulturni kod, konstruiran na moškem področju in namenjen moškim (Turkle, 1984). Če sledimo njeni interpretaciji, potem ženski odklon nima nujno neke pasivne konotacije. Lahko bi ga namreč razumeli kot aktivni odgovor na dogajanja in novosti, ki jih s seboj prinaša pohod računalniške opreme ter računalniško posredovanih komunikacij v prostore naše skritosti. Kot preprost "ne" nenehnemu strmljenju v monitor, početju, ki danes, za razliko od nekdanjih računalniških dodatkov, ne ponuja več zgolj igračkjanja in zabave, ampak ustvarja alternativo stikom tako z dogodki

¹¹ Projekt izvaja Center za Metodologijo in Informatiko na Fakulteti za družbene vede. Podatki se nanašajo na vzorec telefonske ankete, ki je zajela 482 oseb, ki so vsaj enkrat že uporabile Internet.

¹² Izvedla je šestletno etnografsko raziskavo o odnosu posameznikov do računalniške tehnologije, pri tem se je osredotočala na določene subkulture potrošnikov kot so heckerji in programerji (Turkle, 1984).

kot tudi z ljudmi širom po svetu. Alternativno, ki bo po napovedih prešla v splošno navado, kar torej govori o skorajšnji neizogibnosti novega načina bivanja v zasebni sferi. Ne glede na to, v kolikšni meri se bodo "optimistične" vizije prihodnosti informacijske družbe uresničile, (p)ostaja vedno bolj jasno, da si spremembe še vedno v veliki meri utirajo pot prej po moških kot pa brezspolnih tirih.

Zaključek

Razvojna strategija profesionalnih in ekonomskih nosilcev moči očitno zanemarljivo vprašanje enakih možnosti potrošnje in srečevanja z inovacijami za oba spola in prispeva k ohranjanju izoliranosti enega dela družbe od vedno bolj pomembnih odločitev. Enake možnosti ne implicirajo nujno enakih načinov uporabe, kar bi bil dvorezen meč, saj bi se na ta način morale ženske podrediti vzpostavljenim kulturnim kodam in vzorcem moško središčnih okolij, ki v preoblikovanih družbenih dimenzijah očitno prevladujejo. Uresničevanje načela enakih možnosti bo mogoče le, ko bodo ženske dobile dejanske možnosti pri zasnovanju in trženju novih tehnoloških objektov ter z lastnim vstopom pokazale dodatne načine in namene njihovega obstoja. Le tako bodo morebiti tudi producenti spoznali, kakšne možnosti storitev in aplikacij zanimajo ženski del družbe in tako pripomogli k integraciji obeh spolov v "informacijsko avtocesto".

LITERATURA

- Bryce, Jennifer. 1987. "Family Time and Television Use" v T.Lindlof (ur.) *Natural Audiences*. New Jersey: Norwood Ablex, 121-138.
- Frissen, Valerie. 1992. "Trapped in Electronic Cages? Gender and New Information Technologies in the Public and Private Domain: an overview of research" v *Media, Culture and Society*, 14: 31-49.
- Gray, Peggy. 1990. "Woman and New Technology" v *For Business Only: Gender and New Information Technologies*, 43-51.
- Jogan, Maca. 1990. *Družbena konstrukcija hierarhije med spoloma*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
- Kisovec, Damijana. 1995. *Moderne tehnologije in seksizem*. Diplomsko delo. Ljubljana: FIDV.
- Livingstone, Sonia. 1990. "The Meaning of Domestic Technologies: A Personal Construct Analysis of Familial Gender Relations" v R.Silverstone in E.Hirsch *Consuming Technologies: Media and Information in Domestic Spaces*, 113-125. London: Routledge.
- Miller, Daniel. 1987. *Material Culture and Mass Consumption*. Oxford: Blackwell.
- Silverstone, Roger, Hirsch, Eric, Morley, David. 1990. "Information and Communication Technologies and the Moral Economy of the Household" v R. Silverstone in E. Hirsch (ur.) *Consuming Technologies: Media and Information in Domestic Spaces*, 15-27. London: Routledge.
- Silverstone, Roger. 1991. "From Audiences to Consumers: The Household and the Consumption of Communication and Information Technologies", *European Journal of Communication*, 6: 135-154.

- Silverstone, Roger in Hirsch, Eric. 1992. *Consuming Technologies: Media and Information in Domestic Spaces*. London: Routledge.
- Silverstone, Roger. 1994. *Television and Everyday Life*. London: Routledge.
- Toš, Niko. 1992. Slovensko javno mnenje 1992-Media: Raziskava množičnih medijev na Slovenskem (junij, julij 1992). Ljubljana: FDV.
- Turkle, Sherry. 1984. *The Second Self: Computer and Human Spirit*. New York: Simon and Schuster.
- Vehovar, Vasja. 1995. Projekt "RIS - Raba Interneta v Sloveniji" (oktober, 1995). Ljubljana: FDV.
- Wajcman, Judy. 1992. "Domestic Technology: Labour-Saving or Enslaving" v G.Kirkup in K.L.Smith *Inventing Women: Science, Technology and Gender*, 238-254. Oxford, Cambridge: Polity Press.
- Wheelock, Jane. 1990. "Personal Computers, Gender and Institutional Model of the Household" v R. Silverstone in E. Hirsch (ur.) *Consuming Technologies: Media and Information in Domestic Spaces*, 97-111. London: Routledge.
- van Zoonen, Liesbet. 1992. "Feminist Theory and Information Technology" v *Media, Culture and Society*, 14/1: 9-29.