

Tina Lengar Verovnik, Tanja Oblak Črnič

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

### IZVLEČEK

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

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

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

### ABSTRACT

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

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

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

## 1 Uvod

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

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

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

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

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

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

Na podlagi ugotovitev raziskav v primerljivih kulturnih okoljih lahko pričakujemo, da veljajo tudi za slovensko šolajočo se mladino podobne avdio izbire in »radijske navade«: prvič, da je radio v vsakdanu mladih prisoten predvsem *kot medij družinskih prostorov in skupnega poslušanja*; drugič, da mladi, pri katerih radio je del medijskega repertoarja, tega poslušajo predvsem zaradi glasbe, vendar pa *poslušanja glasbe pretežno ne povezujejo več z radiem*; in tretjič, da *avdio medijske repertoarje mladih dopolnjujejo nove zvrsti, predvsem podkasti*. Pri iskanju odgovorov na zastavljene teze se empirično gledano opiramo na podatke iz nedavne kvalitativne raziskave, ki je potekala v okviru temeljnega projekta Medijski repertoarji mladih<sup>2</sup> spomladi 2021 in je vključevala skupinske polstrukturirane intervjuje s šolajočo se mladino, v katerih je sodelovalo 27 osnovnošolcev zadnjega triletja s sedmih osnovnih šol, 16 dijakov s treh srednjih strokovnih in poklicnih šol ter 24 gimnazijcev s petih gimnazij, skupaj torej 67 mladih med 12. in 19. letom starosti. Skupinski intervjuji so vsebinsko vključevali več sklopov vprašanj o vlogi medijev in digitalnih tehnologij v njihovem vsakdanu, poleg moderiranih fokusnih skupin z učenci pa je za iskanje individualnih medijskih preferenc mladostnikov študija vključila še metodo medijskega mapiranja oz. osebnih medijskih skic, ki so jih intervjuvanci individualno narisali po koncu intervjuja (podrobneje gl. prispevek Oblak in dr. v tej številki).

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

---

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

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

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

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

### 2.1 Radio kot medij družinskega okolja in skupnih rutin

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



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

#### 3.1 Raziskovalni načrt, metode in vzorec

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

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

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

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

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

---

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

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

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

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

4. Pridobljeni in urejeni podatki omogočajo vrsto dodatnih analiz in iskanje še drugih razlik znotraj vzorca, denimo po spolu, regiji, izobrazbi staršev ipd., saj smo k vsaki fokusni skupini dodali spletno anketo, s katero smo zajeli informacije o sociodemografskih podatkih udeležencev. Ker pa je pridobljeni priložnostni vzorec socialno in kulturno razmeroma homogen, smo tovrstne analize izpustili in izpostavili le nekatere ključne specifične glede na tip šolanja.
5. Vsakemu navedku sledi vzdevek, ki si ga je ob pogovoru izbrala intervjuvanka oziroma intervjuvanec, s čimer smo zagotovili anonimizacijo udeležencev v raziskavi.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## 4 Diskusija in sklep

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

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

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



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

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

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

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

## SUMMARY

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

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

## Literatura

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

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

- Krause, Amanda E. (2020): The Role and Impact of Radio Listening Practices in Older Adults' Everyday Lives. *Frontiers in Psychology*, 11. Dostopno prek: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2020.603446/full> (22. 7. 2022).
- Krause, Amanda E., in North, Adrian C. (2014): Music listening in everyday life: Devices, selection methods, and digital technology. *Psychology of Music*, 44 (1): 129–147.
- Laor, Tal, in Galily, Yair (2022): Who's clicking on on-demand? media consumption patterns of generations Y & Z. *Technology in Society*, 70. Dostopno prek: <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2022.102016> (22. 7. 2022).
- Li, Ang, in dr. (2020): Do podcasts and music compete with one another? Understanding users' audio streaming habits. *International World Wide Web Conference*. Dostopno prek: <https://doi.org/10.1145/3366423.3380260> (22. 7. 2022).
- Linfoot, Matthew (2018): Sounding Out: A Rapid Analysis of Young People & Radio in the UK. Dostopno prek: <http://music.britishcouncil.org/sites/default/files/UoW-MusicTank-Sounding-Out-Radio-Research-British-Council.pdf> (25. 4. 2022).
- Lissitsa, Sabina, in Laor, Tal (2021): Baby Boomers, Generation X and Generation Y: Identifying generational differences in effects of personality traits in on-demand radio use. *Technology in Society*, 64. Dostopno prek: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160791X21000014> (22. 7. 2022).
- Luthar, Breda, in Oblak Črnič, Tanja (2015): Medijski repertoarji in diskurzivne skupnosti. *Teorija in praksa*, 53 (1–2): 7–30.
- Martí, Josep Maria, in dr. (2010): The crisis in youth radio consumption in Catalonia. *Quaderns del CAC* 34, 8 (1): 67–77.
- McClung, Steven, in dr. (2007): The Functions of Radio for Teens: Where Radio Fits Among Youth Media Choices. *Atlantic Journal of Communication*, 15 (2): 103–119.
- McIntyre, Hugh (2016): Millennials Aren't Very Interested In Traditional Radio Any More. *Forbes*, 12 7. 2016. Dostopno prek: <https://www.forbes.com/sites/hughmcintyre/2016/07/12/millennials-arent-very-interested-in-traditional-radio-any-more/?sh=1caee9c37c4> (25. 4. 2022).
- Michelsen, Morten, in Krogh, Mads (2016): Music, radio and mediatization. *Media, Culture & Society*, 39 (4): 520–535.
- Miller, Larry S. (2017): Paradigm Shift: Why Radio Must Adapt To The Rise Of Digital. *Musonomics*. Dostopno prek: [https://musonomics.com/musonomics\\_report\\_paradigm\\_shift\\_why\\_radio\\_must\\_adapt\\_to\\_the\\_rise\\_of\\_digital\\_08.29.2017.pdf](https://musonomics.com/musonomics_report_paradigm_shift_why_radio_must_adapt_to_the_rise_of_digital_08.29.2017.pdf) (22. 7. 2022).
- Nemcova Tejkalova, Alice, in dr. (2021): Children and the Radio: Who Should Listen to Whom? *Journalism Practice*. Dostopno prek: <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.2011377> (22. 7. 2022).
- Nicholas, Arlene J. (2019): Preferred Learning Methods of Generation Z. *Faculty and Staff - Articles & Papers*, 74. Dostopno prek: [https://digitalcommons.salve.edu/fac\\_staff\\_pub/74/?utm\\_source=digitalcommons.salve.edu%2Ffac\\_staff\\_pub%2F74&utm\\_medium=PDF&utm\\_campaign=PDFCoverPages](https://digitalcommons.salve.edu/fac_staff_pub/74/?utm_source=digitalcommons.salve.edu%2Ffac_staff_pub%2F74&utm_medium=PDF&utm_campaign=PDFCoverPages) (22. 7. 2022).

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

### **Podatki o avtoricah**

doc. dr. **Tina Lengar Verovnik**

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

prof. dr. **Tanja Oblak Črnič**

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