
Mladost na ekranu: digitalizacija vsakdana in mladostniška računalniška kultura

Tanja Oblak Črnič

Zdi se, da postaja vsaj v slovenskem medijskem prostoru ena od bolj pomembnih tem, povezanih z internetom, skrb za varno udejstvovanje internetnih uporabnikov in uporabnic na spletu. Ob problematični predpostavki, da je življenje »online« v marsičem radikalno drugačno od življenja »offline«, so se celo slovenski spletni mediji ujeli v past. Težave z razširjanjem sovražnega govora, ki naj bi ga v internetne prostore vnašali nestrpni, zdolgočasi in banalni komentarji uporabnikov, skriti za masko anonimnosti, rešujejo s pozivanjem bralcev in bralk, naj neustrezne oblike izražanja oziroma domnevne oblike sovražnega govora po lastni presoji »prijavijo«. ¹ Takšna izrazito individualizirana akcija ne more zagotoviti »preprečevanja« pojavov, ki so sicer družbeno problematični. Prostor in domet samega delovanja, ki omogoča prijavo le »s klikom na gumb«, sta namreč pretirano enostransko pogojena z naravo medija, v katerega je akcija sama aplicirana. Še več, poziv temelji na predpostavki, da imajo vsi uporabniki in uporabnice interneta enaka merila, enaka znanja in posledično enako moč pri ločevanju »slabih« oziroma nevarnih od »dobrih« oziroma koristnih mnenj. In ker je nevarnosti, ki prežijo na internetu, več in različnih oblik – od že omenjenega sovražnega govora do pedofilije v spletnih klepetalnicah –, je tovrstnih apelov, ki skrb za (ne)varen internet prenašajo na posameznika samega, vse več. Tako lahko na enem od številnih spletnih portalov,

1 Univerzalna navedba na enem od spletnih časopisov je sledeča: »V prizadevanju za preprečevanje sovražnega govora na spletu, ki je po zakonu kazniv, smo se pridružili nacionalnemu projektu Spletno oko. S klikom na gumb Spletno oko lahko prijavite komentar, za katerega domnevate, da je sovražen. Prijavo prejmeta upravitelj portala in prijavna točka Spletno oko, ki jo obravnava le v primeru izpolnjenih kriterijev domnevno nezakonite vsebine.« ([Http://www.dnevnik.si/novice/aktualne_zgodbe/1042422586](http://www.dnevnik.si/novice/aktualne_zgodbe/1042422586), 7.2. 2011.)

namenjenih ozaveščanju o varnih rabah interneta, med drugim naletimo na naslednjo opozorilo: »Računalnik je kot stanovanje – čisti ga, varuj ga in vanj spuščaj le vsebine, ki prihajajo od verodostojnih ljudi oziroma podjetij« ([Http://www.varninainternetu.si/spletno-komuniciranje/](http://www.varninainternetu.si/spletno-komuniciranje/), 3. 2. 2011.) O odgovornosti drugih (ljudi in podjetij) pa nič.

V pričujočem tekstu izhajamo iz obrnjene predpostavke: da sta čistost in varnost »računalniškega stanovanja«, za katerega sicer ni odgovoren le uporabnik sam, neposredno odvisna tudi od razmerij in okoliščin, ki vladajo v stanovanjih samih. Pojavi, katerim smo priča, in odnosi, ki jih ne gujemo v spletnih okoljih, so odraz naših vsakdanjih življenj kot tudi širših družbenih struktur, v katere smo kot člani družbe vpeti. Zato ostane sleherno »reševanje« pred nevarnostmi novih medijev in »ozaveščanje« o varnih rabah, ki skrb prelaga na uporabnika in uporabnico samo, le še eden od načinov preusmeritve pozornosti ali celo ustvarjanja novih problemov, če ne vključuje tudi spoznanj o družbenih razmerjih moči, neenakosti in širših sprememb, ki jih prinaša sodobna medijska družba. Še več, umetno ločevanje internetne realnosti od družbenega življenja zunaj njega lahko prinaša napačne predstave med ljudi, kaj internet kot družbeni pojav sploh je.

V prispevku se bolj kot »na računalnik kot stanovanje« fokusiramo v z računalniki vse bolj opremljena stanovanja. Kot smo poudarili že drugje, je značilnost sodobnih medijev njihova naraščajoča prisotnost v naših domovih (Oblak Črnič, 2008). Po podatkih Statističnega urada je imelo v letu 2007 kar dve tretjini (66 %) slovenskih gospodinjstev osebni računalnik, 55 % jih je bilo priklopljenih na internet. Deset let pred tem je imela osebni računalnik le tretjina slovenskih domov (Oblak Črnič, 2008: 163–164). Zato je dandanes poleg drugih že krepko usidranih medijev računalnik pomemben dejavnik konstituiranja zasebnosti, po drugi strani pa je tudi tehnologija, ki se vse bolj domestificira. V intimne prostore družin vnaša novosti, ki vplivajo na spreminjanje domačega okolja, hkrati pa je odziv nanj določen z obstoječimi odnosi v družini in zunaj nje. Novi mediji, računalniška tehnologija, priklopljena na internet pa še posebej, postajajo v tem kontekstu kot globalni prostori komuniciranja in informiranja pomemben dejavnik intenzivnih sprememb predhodnih razmerij med javno in zasebno sfero. Kot kažejo primerljive raziskave iz tujine (Bakardjieva, 2005; Facer et al., 2003; Holloway in Valentine, 2000; Lally, 2002), vstop računalnika v zasebne prostore domov ni naključen niti samoumeven. Še več, empirična študija na primeru slovenskih družin je celo pokazala (Oblak Črnič, 2009), da govor o osebem računalniku kot novem »družinskem članu« pogosto spremlja govor o učinkih na družinske medosebne odnose, o novih oblikah medsebojne (ne)pomoči in težavah, ki jih imajo družinski člani pri medsebojnem razumevanju. Računalniški tehnologiji, sprva zgolj računski ali igri-

vi škatli, ki bodisi lajša službene obveznosti ali širi prostočasne aktivnosti, se dandanes pripisujejo nove lastnosti: računalnik ni zgolj »dobra naložba v prihodnost«, namenjena izobraževanju otrok, pač pa je tudi »škodljivec« medosebnih odnosov in celo »tolažitelj« ob družinskih nesporazumih.

V luči teh novosti se članek loteva vprašanja tehnologizacije vsakdanjega življenja in sprememb, ki jih novi mediji vnašajo v razmerja med zasebno in javno sfero. Znotraj te razprave je pozornost natančneje usmerjena na okoliščine in zahteve, s katerimi se danes srečujejo tiste generacije uporabnikov in uporabnic novih medijev, ki – odraščajoč z njimi – intenzivno vstopajo v mediatiziran vsakdan in svojo mladost v veliki meri doživljajo tudi ali predvsem digitalno. Mladim namreč prisotnost računalniške tehnologije v sferi doma pomeni most, ki različne strukture vsakdanjega sveta povezuje med seboj. Medtem ko so varno v okolju svojega doma, se priklopljeni na splet gibljejo zunaj njega, kjer intenzivno ohranjajo stike z drugimi, spoznavajo nove ljudi, iščejo literaturo in gradivo za šolske naloge, berejo časopise in forumske razprave, poslušajo glasbo in si shranjujejo zelene filme. Četudi so doma, so v mediatiziranem javnem svetu. Četudi so fizično sami, so tehnološko povezani z drugimi. Deloma tudi iz takšnih izhodišč se sodobne medijske študije in razprave s področja sociologije vsakdanjega življenja vse bolj soočajo z vprašanji, v čem je sodobno odraščanje drugačno; na kakšen način se mladostniške kulture, ki so vse bolj računalniško posredovane, razlikujejo od tradicionalnih vrstniških kultur in kako se tovrstne spremembe odražajo v odnosih znotraj družin? Tematizacija omenjenih dilem je v zadnjem delu prispevka okrepjena z vpogledom v empirično podatkovje: na eni strani prikazujemo strukturne razlike tehnologiziranih gospodinjstev v Sloveniji, kjer imata vprašanja spola in izobrazbe še vedno ključno mesto, na drugi pa ponažarjamo specifične domačih računalniških kultur, pri čemer skušamo odgovoriti na tri vprašanja: kako uporabniki in uporabnice interneta ocenjujejo spremembe, ki jih le-ta vnaša v sodobni vsakdan, in kako so te zaznave starostno ter spolno pogojene? S kakšnimi motivi stopajo uporabniki in uporabnice v spletna okolja ter kakšne prostore zasedajo mlajši in končno, ali so mladostniške izkušnje z internetom kakorkoli pogojene z njihovimi izobrazbenimi aspiracijami.

Mediatizacija vsakdanjega življenja in digitalizacija mladosti

Vse večja tehnološka dovršenost domov, ki se je s pojavom internetnih omrežij in mobilnih telefonov naglo intenzivirala, je v polje razprav o spremenjenih razmerjih med vsakdanjim življenjem in sodobnimi mediji odprla številna vprašanja, ki jih združuje koncept mediatizacije vsakdanjega življenja (Livingstone, 2005). S tem, ko postajajo vsakdanje prakse na mikroravni

vse bolj medijsko posredovane, niso več ujete v skupen prostor neposrednega izkustva, temveč so vpete v determinante, ki jih določajo tako tehnološka forma kot tudi mediatiziran diskurz in tehnosistemi, ki tovrstne forme delovanja vzpostavljajo, širijo in distribuirajo. Ta prepletenost kaže na pomembne spremembe, ki jih mediatizacija vsakdana prinaša v razmerja med javnim in zasebnim.

Novinarski in tudi akademski diskurz vključujeta številne opise vloge sodobnega medijskega okolja pri na eni strani privatizaciji javnega prostora ali širitvi javnega področja v zasebno sfero.² Pomembna značilnost novih tehnologij je namreč povezana z njihovo vpetostjo v mrežo odnosov med zasebnimi in javnimi sferami družbenega življenja. Da imajo pomembno vlogo pri brisanju meja med sferama tudi (novi) mediji, že dalj časa izpostavljajo predstavniki kritične teorije v komunikologiji (Habermas, 1989; Meyrowitz, 1985; Thompson, 1995). Naraščajoče možnosti medsebojne integracije različnih tehnologij (televizije z internetom, mobilne telefonije in interneta itd.) so povezovanje gospodinjstev z zunanjim svetom in prehajanje karakteristik zunanjega sveta v svet notranjosti še intenzivirale. Uporabniki in uporabnice novih medijev se znajdejo znotraj spleta raznovrstnih determinant, ki izvirajo iz globalne mreže institucionalnih in kulturnih sistemov: na eni strani sistemov, ki narekujejo razvoj sofisticirane tehnološke podpore, ter tistih struktur, ki kontrolirajo produkcijo ter distribucijo programske opreme in vsebin; na drugi strani sistemov, kjer se uporabnik ali uporabnica sooča s procesom potrošnje tehnoloških artefaktov – torej prvenstveno na področju svojega službenega okolja ter doma.³ S. Livingstone skuša tako v luči teh kompleksnih razmerij med javnim in zasebnim pokazati, prvič, kako se okoliščine in dojemanja otroštva spreminjajo, in, drugič, kako mediji sami, novi mediji pa še posebej, spreminjajo okoliščine, v katerih danes »poteka« otroštvo.

Mladi uporabniki in uporabnice novih medijev, ki jih označujejo različne metafore – od »digitalnega«, »spletnega« do »virtualnega« otroštva –, pridobivajo pomembno mesto v različnih razpravah na področju medijskih študij (Holloway in Valentine, 2003; Facer et al., 2003; Livingstone, 2005;

2 Dobro leto nazaj sta v reviji *Jana* denimo izšla dva prispevka o težavah, ki naj bi jih v vsakdanji svet vnašal internet. V prvem z naslovom *Zasvojenost z internetom* (*Jana*, 8. 12. 2009) psihoterapevt med drugim zapiše, da »dolgotrajna uporaba interneta vpliva tudi na pojavljanje težav v družini, na zanemarjanje družinskih obveznosti in prijateljskih odnosov«; v drugem z naslovom *ves čas na MSN* (*Jana*, 28. 12. 2009) se mama dveh otrok obrne po pomoč z vprašanjem, »zakaj se ti otroci niso več sposobni družiti med sabo in se pogovarjati«. V odgovoru med drugim prejme tudi interpretacijo, da je računalnik že prevzel vlogo »vzgojitelja in kaznovalca«, ko starši kot vzgojno sredstvo in posledico neprimernega dejanja posežejo tudi po začasni prepovedi pristopa do računalnika.

3 Spoznanja o povezanosti med šolskim sistemom in družbeno vlogo tehnologij ponuja članek, usmerjen na preučevanje računalniške pismenosti skozi učiteljski diskurz (Volčič in Erjavec, 2008), pri čemer vpliva družinskih vzorcev ali medgeneracijskih razlik ne obravnava.

Drotner, 2005). Denimo, v odnosu do interneta se mladim pogosto pripisuje več ekspertnih znanj kot starejšim uporabnikom. Problem lahko nastane, ko se okolje novih medijev »problematizira«: tedaj se mladostniške kompetence in ekspertize opremijo s pomembnim dodatkom – s potrebo po odgovornosti (Livingstone, 2005) na eni in s skrbjo za varnost (Holloway, 2003) na drugi strani. Posledično se mlade krivi za vnašanje pornografije v domove, za neodgovorno objavljane osebnih podatkov neznancem, za izgubo jezikovne kulture v novem pisnem izražanju itd. Ravno v izogib tovrstnim stereotipnim očitkom se raziskovalci odnosov med novimi mediji in mladimi lotevajo skozi premislek o novih razmerjih med javnim in zasebnim.

P. Flichy (1995) je v pregledu dolge zgodovine »novih« komunikacijskih tehnologij denimo nakazala pomembno transformacijo družbenih rab gledališča, filma in radia: od javnega dogodka za »kolektivno spremljanje« so se intenzivirale rabe v serijo individualnih izkušenj v zasebni sferi. Danes smo priče podobni transformaciji pri telefonu in osebni računalniku: od javnega prehajamo k vse bolj osebni izkustvu, iz fiksne oziroma stalne potrošnje k mobilni ali »prenosni« rabi, iz fokusirane k bolj razpršeni pozornosti (Flichy, 1995: 155–165). Dodatno sporočilo zgodovinarjev je, da se sodobne družine soočajo z izjemno hitro se spreminjajočo družbo brez starih tradicionalnih virov, ki bi vpeljevali hierarhične odnose med generacijami. Znotraj tega konteksta je smiselno umeščati tudi spremembe na področju medijev.

Mediji »pritiskajo« na kulturo mladih tako prek posredovanih vsebin kot tudi preko forme, skozi katere medijske vsebine ponujajo. Prek vsebin naslavljajo probleme, zanimanja in izkušnje, ki naj bi mlade neposredno zadevale, medtem ko skozi vnaprejšnje medijske oblike in žanrske forme ponujajo izrazito personalizirane, mobilne, stilizirane medijske izdelke, ki dandanes označujejo prostor in čas življenja mladih. Ker pa, kot opozarja S. Livingstone, mladi medije dandanes uporabljajo na »raznorodne načine« (Livingstone, 2005: 167), mediji posledično pripomorejo k repozicioniranju mladih v razmerju med javnimi in zasebnimi sferami. Mladi se namreč spopadajo z zahtevo po »konstrukciji svojega biografskega projekta«, v katerem igra poglobljeno vlogo ravno komuniciranje. Ob vstopu na trg dela, ob prehodu v seksualno odraslost in ekonomsko neodvisnost so vpeti v intenzivne, hitre in tehnološko sofisticirane komunikacijske prakse, ki se jih morajo priučiti, jih spoznati in ponotranjiti, saj postajajo del njihove mladostniške kulture. Ravno zato imajo različne oblike medijev zanje tako odločilno vlogo, saj nastopajo kot pomembni komunikacijski viri na poti odrasčanja. Razvoj identitete mladih je dandanes vse bolj mediatiziran, oblikovan prek sveta glasbe, mode, filma, športa, in kot tak vse bolj problematičen, saj se medijski svetovi v bitki za nova občinstva in nove zveste potrošnike oziroma

potrošnice mladim tudi vse bolj prilagajajo v obliki »televizije za mlade«, globalizirane otroške kulture, naraščajočega trga mladinskih revij, video in spletnih iger, spletnih omrežij in podobnega.

Mladi so namreč v medijih tako potrošniki oziroma potrošnice kot državljani oziroma državljanke. Skozi samostojno rabo medijev pa mladi pomembno preizprašujejo razmerja med tem, kako definirati javno in kako zasebno, saj mnogokrat postavljajo vprašaj ob obstoječe norme javnega in zasebnega. Na medije se večkrat zanašajo kot na prostore in orodja, ki jim omogočajo fleksibilnost in svobodo, znotraj katere konstruirajo svojo individualnost in medsebojne odnose. Obenem pa mnogokrat naivno spregledajo moč medijev, da jih subtilno, a trajno umeščajo v vlogo potrošnikov in sistemov užitka, ki jih določajo zunanje kulturne preskripcije in interesi močnih kulturnih industrij.

»Hop na splet«: izziv za starše in mlade

Internet je postal običajna značilnost našega vsakdana, še posebej s prehodom iz spleta 1.0 v t. i. splet 2.0, ki je razširil dostop do preprostih in naprednih aplikacij, ki omogočajo izrazitejšje oblike samoprezentacije, večje in predvsem preprostejšje oblike mreženja ter občutek javne transparentnosti (s pojavom blogov, spletnih izmenjav videa, glasbe itd. in s prodorom spletnih družbenih omrežij). Myspace, ki se je pojavil decembra 2005 (le leto zatem ga je kupil informacijski mastodont Google), objavi približno 65.000 video prispevkov na dan, s čemer je postal največji audio-video arhiv na spletu. Tudi v Sloveniji⁴ izjemno popularno družbeno omrežje Facebook (FB) se je iz sprva ekskluzivnega prostora za *ivy-league* študente oziroma študentke razširil v prostor, ki ga naseljuje milijon uporabnikov po celem svetu. Pomembni »civilni« projekt so wikiji ali wikimediji, ki nastajajo na podlagi *opensource* sistema in kolaboracijskih spletnih mest. Najbolj popularen med njimi – Wikipedija – je imel avgusta 2007 objavljenih že 8 milijonov člankov v več kot 250 jezikih, od tega 2 milijona v angleškem (Dahlgren, 2009:152).

T. i. »družbeni mediji« so v spletne prostore prinesli pomembno preobrazbo, saj so v tekmo med kolektivnimi in individualnimi praksami vnesli nove napetosti. Ker splet 2.0 vključuje nekatere tehnološke inovacije, se tudi na retorični ravni izpostavljajo nove možnosti za širjenje družbene participacije (Dahlgren, 2009). Amaterski glasbeniki lahko denimo objavijo svoj per-

4 Po podatkih portala Facebakers je bilo v Sloveniji 1. maja 2010 skoraj 570.000 uporabnikov Facebooka. Pri organizaciji AdriaTalk so v raziskavi iz decembra 2009 v Sloveniji našeli dobrih 460.000 uporabnikov Facebooka, kar nas je, glede na ostale v raziskavo vključene evropske države, uvrstilo na 29. mesto – za Romunijo in pred Litvo. Na prvem mestu je bila Velika Britanija (22,6 milijonov uporabnikov). RIS je v raziskavi Spletna obiskanost 2010 ugotovil, da je Facebook 10. najbolj obiskana spletna stran pri nas. Po podatkih iz decembra 2009 ima Facebook v slovenski populaciji 10–75 let 44 % doseg med mesečnimi uporabniki interneta, mesečno pa ga obišče 504 tisoč posameznikov v starosti 10–75 let (več na www.ris.org).

formans na Youtubu in prejmejo povratno informacijo s celega sveta. Ti t. i. amaterji oziroma neprofesionalci pa v netržnem kontekstu pomembno zabisujejo meje med producenti in potrošniki, kar ustvarja bolj participativno, transparentno in samoreflektirano kulturo. Ljudje se tako angažirajo v vse bolj natančnih samokonstrukcijah in razvijajo tesnejše »skupnosti« na svojih družbenih omrežjih.

Toda paradoks, vezan na razmah spleta 2.0 in novih družbenih medijev, je, da se v kibernetnem prostoru danes oblikujejo t. i. zaprte skupnosti, kar prinaša pomembne spremembe tudi na ravni zasebne sfere, in sicer na dveh ločenih ravneh:

Prelivanje personalne sfere z ekonomijo: družbeni trend k individualizaciji podpira diverzifikacijo na ravni okusa, prostočasnih interesov in življenjskostilnih preferenc. Otroci so entuziastični adopterji potrošniških produktov, ki so povezani z njihovimi najljubšimi TV oddajami, pop glasbo, športnimi ekipami, najljubšimi spletnimi mesti, igrami itd. To je hkrati tudi gonilna sila zasebnih interesov v smeri multiplikacije trgov, diverzifikacije kategorij okusa, skozi katere otroci vzpostavljajo »razliko« do staršev in drugih generacij. Nekateri avtorji oziroma avtorice trdijo, da je ključni pogon sprememb komercializacija, ki bolj narekuje rabe kot sami uporabniki oziroma uporabnice.

Prelivanje personalne sfere z javnim: tu je v ospredju vprašanje družbenih odnosov in skupne kulture, z drugimi besedami, participacije. Ugotovitve zgodnjih študij o rabi interneta med mladimi, češ, da internet samoumevno proizvaja osamljene, depresivne in izolirane mlade (Kraut 1998; Young 1998), so bile s kasnejšimi empiričnimi raziskavami ovržene (Kraut 2002). Danes imajo namreč mladi kritično maso svojih prijateljev na spletu in splet v tem smislu celo spodbuja neposredno komunikacijo ter utrjuje družbena omrežja (Katz in Rice 2002). Toda takšna družbenost ima tudi svoje omejitve: mladi izražajo veliko željo, da so sami, k čemur novi mediji tudi občutno pripomorejo. Oznake, kot so »medijsko bogate spalnice« (Livingstone in Bovill, 2001), »personalizirani mediji« in »osebno bloganje«, so vse bližje mladostniškemu načinu potrošnje novih medijev, saj jim dovoljujejo občutek zasebnih izbir v odnosu do pojavljanja in komuniciranja v javnem prostoru, kamor se prek spleta in mobilnih telefonov dnevno »priklapljajo«.

Razumevanje teh premoščanj med personalnim in javnim zahteva tudi poznavanje partikularnih družbenih odnosov in medijske kulture. Kot ugotavlja P. Flichy (1995), mediji danes mladim dovoljujejo uresničevanje zanimivega paradoksa, ki ga označuje s sposojeno skovanko »živeti skupaj, a ločeno« (Flichy, 1995: 158). Sodobni mediji namreč mladim omogočajo, da participirajo v javni kulturi, ki je običajno determinirana z mejami njihovih

vrstniških kultur, obenem pa se lahko distancirajo od »notranje« družinske kulture. Dostop do osebnega mobilnega telefona, ki nima svojega stacionarnega mesta, saj je vedno »pripet« na lastnika ali lastnico, omogoča bistveno bolj skrite komunikacijske prakse, ki so umaknjene od drugih prisotnih. Negovanje stikov z drugimi je tako usmerjeno v samostojno izbiro kje, kdaj in s kom se pogovarjamo, kar je diametralno nasprotno na pol »javni« rabi stacionarnega telefona v zasebni sferi, ko sta bila dostop kot tudi odločanje o prepuščanju komunikacijskih poti pogojena s spolno in starostno strukturo družinskih članov. Implikacije teh novosti so vsaj dvojne. Participiranje v skupni kulturi, ki vključuje izmenjava izkušenj, sprejemanje odločitev in nenazadnje tudi pogajanje o vrednotah, aspiracijah, ambicijah in pričakovanjih, je na ravni družin vse manj odvisno od skupne lokacije sodelujočih. To vlogo prevzemajo novi mediji, ki vzpostavljajo nove oblike kolektivitet in individualnega imidža. Na drugi strani pa starši – skozi rabo istih medijev kot njihovi otroci – iščejo sredstva, kako preprečiti individualizirajoče učinke različnih in multiplih medijev, da bi ohranili neko stopnjo skupne kulture znotraj doma. V teh okoliščinah se medijski svet precej spreminja in povečuje javno negotovost. Gadlin (1978) denimo poudarja, da se starši ne morejo več zanašati na lastne izkušnje v odraščanju, ko želijo razumeti svoje otroke in njihove potrebe pri upravljanju s prostorskimi in časovnimi strukturami moralnega ter družinskega življenja mladih, kar je še posebej razvidno pri interpretaciji vloge in pomena novih medijev.⁵ Za lažjo ilustracijo pogledjmo, kakšni so lahko »starševski« pristopi v odnosu do računalniške tehnologije.

Več študij (Facer et al., 2003; Holloway in Valentine, 2003; Lally, 2002) je pokazalo, da predhodne izkušnje staršev z računalniki, recimo na njihovem delovnem mestu, vplivajo na oblikovanje različnih metafor o vlogi računalnika v družinskem življenju. Ena od ključnih ugotovitev glede razmerja med računalnikom in gospodinjstvom kot poljem zasebnega je, da računalnik ni »ekskluziven domači artefakt«, temveč prihaja v sfero doma kot »tehnologija, povezana z delovnim mestom staršev« (Facer et al., 2003: 32). Zato so avtorji oziroma avtorice projekta *Screenplay* naleteli na primere, ko je bil računalnik kupljen predvsem za pridobitev ustreznih kvalifikacij staršev obeh spolov (2003: 34). Ni pa delovno mesto edini kontekstualni dejavnik, ki strukturira pomen računalnika v sferi doma. Kot kažejo druge raziskave, je večina družin računalnik opisala kot nujnega sopotnika v življenju otrok, bodisi za njihovo prostočasno aktivnost ali službeno prihodnost. Računalnik je tu dojet tudi kot simbolna reprezentacija starševskih aspiracij in

5 Giddens (1993) v tej luči meni, da smo priče »demokratizaciji privatne sfere« kot historični transformaciji intimnosti, v kateri so otroci, skupaj z drugimi sodelujočimi v medsebojnih odnosih, pridobili pravico pri odločanju in regulaciji pogojev lastnih združevanj (Giddens, 1993: 185).

njihovih pričakovanj o prihodnosti otrok (Facer et. al., 2003: 34). Tovrstni primeri družin, ki računalnik dojemajo predvsem kot »priložnost za otroke«, običajno računalnik postavijo v otroške sobe. Tretji tip družin, ki novi pripomoček zlahka vključujejo v dana družinska pričakovanja in ritme, pa računalnik dojemata kot »srce doma«. V tem primeru računalnik ni obtežen s predhodno določenimi pomeni niti v smislu izobraževalnega orodja niti kot nuja za primerno pot v prihodnost. Namesto tega so računalniku dodani raznoteri pomeni hkrati – lahko je stroj za igro, pripomoček za delo ali sodelovanje (Facer et al., 2003: 42).

Sodobne družine torej ustvarjajo različne računalniške kulture, ki so tesno povezane z internimi medosebnimi odnosi, z družinsko medijsko kulturo in s pričakovanji, kaj naj bi s tehnologijo sploh počeli. Pri tem velja poudariti, da računalnik (in drugi novi mediji) vstopi v že *obstoječe družinske prakse* in da tehnologije, ne glede na to, kako inovativne so, delujejo na osnovi tega, kar že oblikuje življenja ljudi (Strathern, 1992).⁶ Kot pravi E. Lally, je domači računalnik prenesen v domači kontekst, ki je že organiziran okrog starostnih, spolnih struktur, hierarhij ter drugih vlog, ki jih določajo predobstoječi vzorci interakcij in ki že vsebujejo številne objekte ter druge tehnologije (Lally, 2002: 8). Na drugi strani velja upoštevati *tehnološko determiniran kontekst* družinske potrošnje. Računalnik namreč ne stopi v »prazen prostor tehnološke nedolžnosti« (Strathern, 1992: 34). Računalniška tehokultura v sferi doma se praviloma razvija v relaciji z že prisotnimi »starimi mediji«, ki imajo utrjene vloge znotraj družinskih vsakodnevnih rutin. Zato se morajo novi prišleki dvojno artikulirati – najprej skozi umestitev v omenjene ritme in prakse družinskih članov, ki so povezani z vzorci uporabe drugih medijev, nato pa še skozi novosti, ki jih vpeljujejo kot novi »udomačeni« objekti. Kot tretje je zastran vzorcev računalniških rab pomembno izpostaviti še njihovo *transformativno naravo*, ki je rezultat naglega razvoja programske opreme in pripadajoče računalniške periferije. Zaradi pospešenega razvoja ob koncu osemdesetih in v sredini devetdesetih let se je računalnik simbolno preoblikoval v komunikacijski medij, ki so mu od osemdesetih let dalje kulturne in družbene prakse, pogojene z njegovo tehnično podstatjo, pridale raznovrstne pomene. Kot v tem kontekstu ugotavlja E. Lally (2002), je bilo domače računalništvo v osemdesetih letih primarno zaznamovano kot hobi, med tem ko je v poznih osemdesetih letih po mnenju Haddona računalnik postal neke vrste softverska igra za dom (Haddon, 1988). Skozi devetdeseta leta se je zgodila pomembna transformacija v re-

6 Zato se skozi fazo objektivizacije, torej skozi prakse, ki določajo, kam in kje se bo nek objekt fizično usidral, izrazijo vnaprejšnje omejitve (ali osvoboditve) na ravni konkretnih rab. Osební računalnik, ki dobi svoje mesto v dnevni sobi, namenjeni skupnim aktivnostim in preživljanju prostega časa, pridobi svojo »družinsko identiteto« na čisto drugačen način kot pa računalnik, ki je že ob prihodu umaknjen v delovni kabinet ali mladinsko sobo.

prezentaciji, diskurzih in javnem razumevanju domačega računalništva: osebni računalnik kot nova vrsta »informatijskega pripomočka« za dom in internet kot »informatijsko orodje« sta postala pomembna medija za razvijanje večšin ter novih oblik zabave in kreativnih vzorcev za preživljanje časa (Lally, 2002: 3).

Novi mediji pa danes stopajo v družinska okolja, ki imajo ravno tako svoje specifike. Na eni strani gre za obdobje »podaljšane mladosti«, v kateri so mladi »*betwixt and between*«, ujeti v serijo kulturnih sprememb, katerih učinki so včasih bolj kontradiktorni kot komplementarni. Leta šolanja se podaljšujejo, vstop na trg delovne sile se oddaljuje in z njo finančna neodvisnost ter samostojnost. Zaradi hitrega vstopa v izobraževalne institucije na nek način prej zapustijo zasebnost doma in stopajo v javni prostor »prezgodaj«, po drugi strani pa predolgo zaostajajo z vstopom v »pravi« javni prostor. A podatki za slovensko mladino kažejo, da družina, ne glede na spremembe, nova pričakovanja in napetosti, za odraščajoče otroke ostaja prostor opore, varnosti, ljubezni in udobja (Ule, 2006: 79). Družinski člani, predvsem starši, so tisti, s katerimi imajo adolescenti najtesnejše odnose zaupanja in navezanosti, vsaj »ko gre zares« in ko je potrebna dejavna pomoč pri reševanju zunanjih težav (Ule, 2006:80), kar je posledica spreminjajočih se vzorcev starševanja in vzgoje: tradicionalno rigidna postavitvev generacijskih in spolnih vlog, postavljenih »od zgoraj«, je po mnenju T. Rener (2000) postala neučinkovita, sodobno družinsko življenje pa deluje kot rezultat intenzivnega »odnosnega dela«, ki ga označujejo medsebojna dogovarjanja in pogajanja na vseh ravneh.

Pomembna novost sodobnega družinskega sveta je tudi v tem, da postaja socializacijska enota za vse člane, ne le za otroke. V zasebnem prostoru »skrita« celica se mora odzivati na pritiske in pogojevanja, ki jih prinaša celotna ekonomija vsakdanjega življenja – od ritma izmenjav na delu, potrošnje, prostega časa, učenja in priprave na delo (Ule, 2006: 81). Sodobna družina tako ni predvsem svobodna skupnost ljudi ali prostor osebne svobode, saj doživlja pomembne spremembe tudi na ravni novih vzgojnih oblik in starševskih praks. Nekdanjo vzgojo h konformnosti in konvencionalnim oblikam obnašanja zamenjuje vzgoja h konkurenčnemu individualizmu in reflektivni avtonomnosti (Ule, 2006: 82). Družina poskuša dati sama sebi podobo, ki ustreza vsakokratnim potrebam po individualizaciji in navezanosti svojih članov. Družine pa se med seboj pomembno ločijo tudi po tem, kako hitro želijo privedi otroke skozi otroštvo. Pomemben vidik tega odnosa je tudi možnost, ali je otroku oziroma mladostniku/-ci dovoljeno neko področje zasebnosti znotraj doma, ki se razteza od možnosti, da ima lastno sobo, do njegovega/-nega lastnega načina mišljenja, čustvovanja in komuniciranja (Ule, 2006: 93). Prav slednje pa vključuje tudi vprašanje, kakšne me-

dijske prakse in odnos do novih medijev preferirajo starši na eni in mladi na drugi strani.

Domačenje tehnologij in tehnologizacija vsakdana

Trend v smeri individualizacije medijske potrošnje, ki ga izpostavlja-
jo mnoge študije (Livingstone, 1998; Ule et al., 2000), ponuja v tem smi-
slu pomemben teoretski kontekst tudi pri interpretaciji »medijske spalnič-
ne kulture«, še posebej, ko preučujemo zasebni kontekst rabe medijev skozi
vprašanje, ali imajo potrošniki oziroma potrošnice raje kolektivne ali indi-
vidualne načine medijske konsumpcije. Vsaj v slovenskem prostoru je ena od
redkih študij medijske potrošnje med mladimi nakazala jasne razlike med
»televizijsko podprtimi mediji« in »računalniško podprtimi mediji«: med-
tem ko mladi raje uporabljajo internet in računalnik sami, brez prisotnosti
svojih staršev, bi TV oddaje raje spremljali s svojimi najtesnejšimi prijatel-
ji (Dolničar in Nadoh, 2004: 90). Gre za ugotovitve iz raziskave, ki je bila v
letu 2001 izvedena med 243 učenci osnovnih in 276 dijaki srednjih šol.⁷ Re-
zultati omenjene ankete so pokazali, da je dostop do »starih« medijev za
mlade praktično nevprašljiv: TV (99 %), radio (98 %), knjige (97 %) in tele-
fon (96 %) so v gospodinjstvih v vzorec vključenih respondentov visoko pri-
sotni; le dostop do kableske/satelitske TV in do CD predvajalnikov je bil sta-
tistično pogojen s tipom lokalne skupnosti (urbana vs. ruralna) in starostjo
(Dolničar in Nadoh, 2004: 39): tisti mladi, ki živijo v večjih krajih in so sta-
rejši, imajo lažji dostop do njih. Dostop do novih medijev (internet, računal-
nik, mobilni telefon) pa je nasprotno pogojen s starostjo in spolom (glej Ta-
belo 1), najmočnejše pa z izobrazbo staršev (glej Tabelo 2).

Tabela 1: Dostop do novih medijev med slovensko mladino glede na spol,
starost in tipom lokalne skupnosti.

		računalniške in video igre	osebni računalnik	internet	mobilni telefon
Vsi		80	81	47	82
Spol	moški	85*	84	56***	85
	ženski	77*	79	41***	80
Starost	12-13	77	72*	47	70**
	14-15	82	84*	47	79**
	16-17	79	80*	44	86**
	18-19	84	87*	50	89**

7 Raziskava je vključevala 7 slovenskih osnovnih in 7 srednjih šol iz različnih regij z razredi različnih starosti: od 12–13 let, 14–15 let, 16–17 let in 18–19 let. Anketiranje je potekalo v razredih pod nadzorom učiteljev od januarja do februarja 2001. Večina v vzorec vključenih učencev je deklet (60 % v primerjavi s 40 % fantov), 47 % jih prihaja iz vaških občin, 28 % živi v manjših krajih in 25 % v večjih mestih.

		računalniške in video igre	osebni računalnik	internet	mobilni telefon
lokalna sku- pnost	večji kraj	85	85	58*	87*
	manjši kraj	80	81	46*	83*
	vas	78	79	42*	77*

Vir: Dolničar in Nadoh, 2001.

Izobrazba staršev pa ne določa le dostopa do novih medijev, temveč predstavlja tudi pomemben regulator količine izpostavljenosti medijem. Mladi visoko izobraženih staršev preživijo bistveno več časa na spletu in za računalnikom kot drugi. Kot kažejo tudi raziskave v Veliki Britaniji, imajo mladi uporabniki interneta v povprečju boljši učni šolski uspeh kot neuporabniki (glej Livingstone in Bovill, 1999).

Tabela 2: Dostop do novih medijev med slovensko mladino glede na izobrazbo in spol staršev.

		računalniške in video igre	osebni računalnik	internet	mobilni telefon
osnovna šola	mati	59***	60***	9***	71
	Oče	59***	60***	17***	76
srednja šola	mati	80***	80***	44***	81
	Oče	80***	82***	42***	79
višja šola	mati	87***	90***	62***	84
	Oče	92***	90***	62***	84
magisterij ali doktorat	mati	83***	88***	70***	87
	Oče	87***	93***	72***	93

Vir: Dolničar in Nadoh, 2001.

S širjenjem internetnih tehnologij v slovenska gospodinjstva se je od konca devetdesetih let vzpostavilo predvsem kvantitativno usmerjeno raziskovanje dostopa, rab in storitev novih tehnologij, ki je predstavljalo pomembno odskočno desko za družboslovno refleksijo o spremembah, ki jih v prostore domov prinašajo sodobne udomačene tehnologije. Leta 2010 je bilo po podatkih SURS-a 68 % gospodinjstev v Sloveniji opremljenih z dostopom do interneta; delež gospodinjstev z dostopom do interneta je v zadnjih 10-ih letih skočil za skoraj 50 %; še leta 2000 je imelo po podatkih RIS-a dostop le 19 % slovenskih gospodinjstev. Podatkovje nadalje ponuja tudi preproste opise o spreminjanju deležev uporabnikov: danes v Sloveniji po podatkih SURS-a 70 % oseb med 10-im in 74-im letom starosti redno uporablja internet. Med njimi prevladujejo mlajši: med posamezniki od 10 do 24 let je rednih uporabnikov interneta kar 97 %, med osebami, stari od 55 do 74 let, pa le 28 %.

Dostop do interneta je v slovenskih gospodinjstvih skozi čas pomembno do-
ločen s spolno in starostno strukturo; zgodnji adopterji so bili moški, mlajši
od 30 let, ki so jih mlajše ženske »ujele« šele po letu 2002. V vseh teh letih
ostajajo ženske nad 50 let skupina z najnižjim dostopom do interneta v za-
sebni sferi doma. Pomemben dejavnik delitve na »offline« in »online« gos-
podinjstva ostaja tudi stopnja izobrazbe – razkorak med skupino s srednjo
ali višjo izobrazbo in osnovno ali poklicno izobrazbo postaja celo večji. Kot
kažejo podatki v Tabeli 3, je v letu 2005 le tretjina manj izobraženih moških
oziroma četrtnina manj izobraženih žensk imela dostop do spleta, medtem ko
je odstotek med višje izobraženimi skoraj 40 % večji za oba spola.

Tabela 3: Delež moških in žensk z dostopom do interneta glede na izo-
brazbo od 1996 do 2006.

	1996	1997	1999	2000	2001	2002	2003	2005	2006
	M Ž	M Ž	M Ž	M Ž	M Ž	M Ž	M Ž	M Ž	M Ž
OŠ+PŠ	5 5	9 10	10 6	13 9	15 12	18 11	26 22	31 25	52 37
SŠ+VŠ	4 6	30 29	35 24	39 31	41 38	58 48	62 58	70 66	81 80

Vir: Slovensko javno mnenje.

Sveži podatki, zbrani na enostavnem slučajnem vzorcu 820 gospodinj-
stev v Ljubljani in Mariboru v okviru terenske empirične raziskave Kultura
in razred (2010–2011), ki pod vodstvom dr. Brede Luthar poteka na Centru
za raziskovanje družbenega komuniciranja,⁸ potrjujejo, da je dostop do in-
terneta še vedno močno in linearno pogojen z izobrazbo. Med respondenti/
-kami z zaključeno osnovno šolo je namreč več tistih, ki dostopa sploh nima-
jo – teh je 56,2 % –, kar pa se z večanjem izobrazbe skokovito zmanjša: že
72,8 % respondentov/-tk z zaključeno poklicno izobrazbo ima dostop do in-
terneta, višji skok pa je zopet zaznati v dveh skupinah najbolj izobraženih –
94,1 % respondentov/-tk s splošno srednješolsko izobrazbo ima dostop kot
tudi 92,1 % višje ali visoko izobraženih. Starostna struktura kaže na trend,
ki je znan že iz preteklih študij, le da je zaradi omejitve na ljubljansko in ma-
riborsko območje delež mlajših od 30 let z dostopom do interneta bistveno
večji in skoraj 100 % (99,5 %). Na drugi strani so najstarejši respondenti/-ke,
stari nad 61 let, med katerimi jih ima dostop skoraj 40 % (39,6 %). Pomemb-
ne razlike med internetno povezanimi in »internetno zaprtimi« gospodinj-
stvi pa kaže tudi razredna samouvrstitev respondentov: le 52,7 % gospodinj-
stev nižjega ali delavskega razreda ima dostop, med tem ko je ta pri višjem
srednjem in višjem razredu za več kot 40 % pogostejši (94,6 %). Med nižjim

8 Vzorčni okvir raziskave je predstavljal Centralni register prebivalstva (CRP), iz katerega smo
naključno izbrali osebe, starejše od 18 let, ki imajo stalno prebivališče v mestni občini Ljub-
ljana ali mestni občini Maribor. Uspešno opravljenih intervjujev je bilo 820, delež vzorčne
realizacije, ko odštejemo delež nedostopnih (10,1 % bruto vzorca), tako znaša 45,2 %.

srednjim razredom je dostop do interneta prisoten v 67 % gospodinjstvih, med srednjim razredom pa je ta delež že skoraj 20 % večji (85,7 %).

Toda v desetih letih empiričnega spremljanja in zbiranja podatkov na tem področju se pozornost v prostore družin ni bistveno razširila. Vprašanje sprememb na področju odnosov v družini je bilo od vsega začetka bolj ali manj v ozadju.⁹ Tako še vedno pogrešamo poglobljene refleksije o razmerjih med delom in prostim časom, generacijskih preprekah, spreminjajočih se razmerjih med starši, ki so tehnološko sicer opremljeni, a z internetom bistveno manj spojeni kot njihovi otroci. V Angliji denimo je vlada že leta 2007 prek ministrstva za delo vpeljala kampanjo za izobraževanje staršev, ki o spletu ne vedo dovolj, da bi pri odkrivanju tega sveta lahko ustrezno pomagali svojim otrokom, in tako spodbudila skoraj 40 % staršev, ki računalnika niti spleta ne znajo uporabljati. Da je prisotnost otrok v gospodinjstvih pomemben dejavnik, ki vpliva na dostop do interneta, pričajo tudi slovenski podatki: med gospodinjstvi brez otrok je takih, ki imajo dostop do interneta, 56 %, med vsemi gospodinjstvi z otroki pa je delež večji za kar 30 % – teh je namreč 85 %.

Internetizacija medosebnih odnosov in nove participativne kulture

Kaj se torej dogaja za stenami domov onstran statistike o razširjenosti novih tehnologij? Kaj lahko rečemo o sodobnih vlogah računalnika kot skoraj obveznega družinskega člana? V kolikšni meri sploh nastopa kot prostor novih oblik druženja, prijateljstva, iskanja ljudi s podobnimi interesi, eksperimentiranja, poslušanja glasbe, pop kulture, branja in učenja. Kakšna je kultura z novimi mediji opremljenih sob in kaj v njih počnejo mlajši, kaj pa starejši spletni državljani oziroma državljanke?

Eden od priročnih načinov za razumevanje, kaj računalnik pomeni v življenju otrok, je, da na računalnik pogledamo kot na obliko potrošnje. Potrošno blago, kamor uvrščamo tudi računalnike, je »prepojeno s pomeni« (Facer et al., 2003); lahko deluje kot totemi v modernem svetu, ki posredujejo različne družbene identitete in simbolizirajo participacijo v različnih družbenih skupinah. Mnogi avtorji oziroma avtorice tako ugotavljajo, da mladim računalnik pomeni različne stvari: »za nekatere ima središčno mesto, za druge je povsem nepomemben; nekaterim lahko pomaga pri

9 To potrjuje ne le pojmovni izbor o vlogi novih tehnologij, ki v večini raziskovalnih poročil govori o »rabah IKT v gospodinjstvih«; na odsotnost tematizacije o vlogi interneta v družinskem življenju in sprememb, ki jih v vsakdan vnaša računalniško komuniciranje, kaže tudi nizka zastopanost teh tem v znanstvenih objavah. Že bežno iskanje po katalogu v ODK-ju kaže, da je prispevkov v obliki člankov, diplomskih, magistrskih del ali knjig na to temo le peščica, zbranega kvantificiranega podatkovja o vpetosti novih tehnologij v slovenska gospodinjstva pa primerjalno gledano ogromno.

oblikovanju določene oblike ženskosti, medtem ko drugim ponuja izključno moške pomene« (Facer et al., 2003: 113). Toda pojasnjevanje rabe računalnika v prostoru doma obenem predvideva, da mladi prinesejo s seboj vrsto različnih pogledov na to, kaj računalnik sploh je; ti pogledi so pogojeni z njihovimi šolskimi izkušnjami, z vrstniško kulturo, obšolskimi dejavnostmi in ustaljeno medijsko potrošnjo. V nadaljevanju prikazujemo podatke o rabah interneta, zaznavi njegovih učinkov v vsakdanjem življenju in preferencah, ki jih izražajo na eni strani mladi, na drugi pa starejši uporabniki spleta. S podatki se sklicujemo na terensko raziskavo RIS-IKT 2005, ki jo je v spomladi 2005 izvedel projekt RIS v okviru Centra za metodologijo in informatiko v sodelovanju s Statističnim uradom RS. Reprezentativna terenska raziskava z naslovom *Uporaba IKT v gospodinjstvih in po posameznikih 2005 (ICT Usage in Households and by Individuals 2005)* je bila izvedena v aprilu 2005 (n = 1,460 respondentov).

V povprečju slovenski internetni uporabniki in uporabnice¹⁰ relativno nizko ocenjujejo učinek interneta na spremembe, ki naj bi jih prinesel v vsakdan.¹¹ Med navedenimi učinki najnižjo moč pripisujejo *spremembam v kvaliteti odnosov v družini*, največ strinjanja pa izražajo s trditvijo, da »z internetom brez potrebe izgubljajo čas«. Visoko so ocenili tudi občutek, da so zaradi interneta bolj povezani z ljudmi, nižje pa je izraženo strinjanje s trditvijo, da se zaradi njega »redkeje osebno srečujejo z ljudmi«. Internet nastopa bolj kot razlog za nekoristno izgubo časa in hkrati kot most, ki povezuje ljudi med seboj. Podatke smo preverjali tudi glede na starostne razlike.¹²

Tabela 4: Percepcija vpliva interneta na spremembe v vsakdanu glede na starost.

Zaradi uporabe interneta ...	10-19	20-35	36-55	56-75	arit. sredina	n
včasih z njim brez potrebe izgubljam čas	2,79***	2,65***	1,96***	1,79***	2,40	669
se čutim bolj povezanega z ljudmi	2,39***	2,08***	1,91***	1,96***	2,09	667

10 Raziskava je zagotovila podatke na osnovi standardiziranega vprašalnika Eurostata, hkrati pa je osvetlila še nekatera izbrana področja iz informacijske družbe projekta RIS, kot so mobilna telefonija, življenjski stili in socialna omrežja. V raziskavo so bile vključene osebe v starosti od 10 do 74 let. Poudariti velja, da je raziskava dosegla izredno visoko stopnjo sodelovanja (80 %), zato so njene ocene posebej kvalitetne. Podrobnosti so na <http://surs.ris.org>.

11 Na nabor trditev, zbranih v Tabeli 4, so respondenti oziroma respondentke odgovarjali na lestvici od 1 (sploh ne drži) do 5 (zelo drži). Večja je torej vrednost aritmetičnih sredin, bolj posamezna trditev za posameznika oz. posameznico velja.

12 Razlike glede na starost smo računali s pomočjo statistične primerjave povprečij (Anova metoda); rezultati odražajo različno stopnjo povezanosti med izbranimi spremenljivkami in so glede na stopnjo statistične značilnosti označeni po enotnem ključu tudi v preostalih tabelah: *** p < 0.001, ** p < 0.01 in * p < 0.05.

Zaradi uporabe interneta ...	10-19	20-35	36-55	56-75	arit. sredina	n
sem večasih z njim kar malce zasvojen	2,25***	1,97***	1,50***	1,35***	1,84	668
so moji odnosi s prijatelji boljši	1,92***	1,51***	1,44***	1,38***	1,57	669
se z ljudmi redkeje osebno srečujem	1,31	1,42	1,41	1,38	1,39	669
so moji odnosi z družino boljši	1,32*	1,22*	1,40*	1,26*	1,30	666

VIR: Anketa o uporabi IKT 2005 (RIS, SURS).

Čeprav podatki na vzorcu kažejo relativno »trezno« presoj o morebitnih učinkih interneta na spremenjene odnose z drugimi, saj so vrednosti aritmetičnih sredin nizke, kar pomeni, da »nezdrave« učinke ocenjujejo relativno šibko, pa so razlike med starostjo vendarle očitne in statistično značilne. Mladi med 10 in 19 leti namreč nadpovprečno visoko ocenjujejo, da se »zaradi interneta počutijo bolj povezane z drugimi« in da so njihovi »odnosi s prijatelji boljši«. Na drugi strani pa velja, da so njihove ocene o bolj negativnih platih interneta tudi rahlo višje – v največji meri se namreč strinjajo, da »večasih z njim brez potrebe izgublajo čas« in tudi, da so »z njim kar malce zasvojeni«.

To ekstremno vrednotenje internetnih učinkov med mladimi posledno kaže na visoko vpetost te tehnologije v njihov vsakdan, zato pogledimo, kako se razlike glede na starost izražajo na ravni konkretnih internetnih praks, kjer so respondenti in respondentke izražali pogostost aktivnega sodelovanja v naboru izbranih spletnih orodij, kot so klepetalnice, forumi, spletni dnevniki in igre. Njihov skupni imenovalc je, da omogočajo druženje z drugimi in posledično tudi večajo občutek povezanosti in pripadnosti.¹³

Tabela 5: Obiskovanje interaktivnih skupnosti glede na starost.

Kako pogosto na internetu obiskujete različne skupnosti....	10-19	20-35	36-55	56-75	arit. sredina	n
klepetalnice	3,29***	2,25***	1,46***	1,32***	2,17	666
forume	2,49***	2,43***	1,72***	1,54***	2,15	661
spletno dnevniko	1,42**	1,79**	1,65**	1,55**	1,64	602
interaktivne igre	2,52***	1,40***	1,17***	1,11***	1,57	651
druge skupnosti	1,84***	1,41***	1,20***	1,11***	1,42	638

VIR: Anketa o uporabi IKT 2005 (RIS, SURS).

¹³ Pogostost uporabe posameznih orodij, zbranih v Tabeli 5, so respondenti in respondentke ocenjevali na lestvici od 1 (nisem še obiskal) do 6 (dnevno). Večja je torej vrednost aritmetičnih sredin, bolj posamezna trditev za posameznika oz. posameznico velja.

Participacija v interaktivnih prostorih je po podatkih del spletne kulture, v kateri prevladujejo najmlajši. Klepetalnice, forumi in interaktivne igre so v nadpovprečju domena mladostnikov oziroma mladostnic, mlajših od 19 let, le spletni dnevniki so v povprečju privlačnejši za mlade od 20 do 35 let. Da ima starost v tem pogledu pomemben vpliv, kažejo tudi podatki o aktivni vključenosti v navedene interaktivne arene. Sodelovanje z lastnimi komentarji, samopredstavitvijo in odzivno dejavnostjo prek lastnih komentarjev v klepetalnicah (3,88) in forumih (3,45) je pogosta praksa za mladostnike oziroma mladostnice do 19 let, medtem ko se v interaktivne igre najpogosteje aktivno vključujejo mladi od 20 do 35 let. Četudi gre za interaktivne prakse, ki jih mladi znotraj doma doživljajo izolirano od ostalih članov, je mogoče reči, da so prek internetnih mrež vendarle intenzivno vpeti v stike z drugimi, ko svoj čas preživljajo na spletu. Zato ne čudi niti podatek, ki smo ga navajali prej – namreč, da se zaradi interneta ravno najmlajši čutijo veliko bolj povezane z ljudmi.

Zakaj na splet? Zaradi informacij *in* zabave

Tabela 6: Motivi za uporabo interneta glede na starost.

Internet uporabljam ...	10-19	20-35	36-55	56-75	arit. sredina	n
da se o določenih stvareh hitreje informiram	3,69	4,14	3,98	3,81	3,96	669
da dobim poglobljene informacije	3,83	4,06	3,85	3,79	3,92	670
ker v srfanju preprosto uživam	3,18***	2,50***	1,93***	1,77***	2,42	670
da se igram in zabavam	3,69***	2,23***	1,57***	1,43***	2,29	669
da se lahko vključim v kvalitetne razprave o temah, ki me zanimajo	2,62***	2,35***	2,02***	1,74***	2,26	665
da sem poslovno uspešen	1,67***	2,38***	2,60***	1,96***	2,26	661
da mi hitreje mine čas	3,18***	2,37***	1,65***	1,34***	2,24	667
da ohranjam stike z drugimi ljudmi	2,25*	2,30*	2,02*	2,02*	2,17	669
da spoznavam nove ljudi	2,75***	1,91***	1,45***	1,23***	1,90	669
da se kdaj predstavim kot druga oz. drugačna oseba	1,68***	1,29***	1,20***	1,15***	1,34	667

VIR: Anketa o uporabi IKT 2005 (RIS, SURS).

V tej luči je nemara celo lažje razumeti ugotovitve, ki jih raziskava kaže o razlogih in motivih za uporabo interneta. Ocenjevanje motivov za uporabo interneta govori namreč o različnih podobah, kaj internet za posameznega uporabnika pomeni, kam ga uvršča v razmerju med »resno« in »zabavno« tehnologijo. Motivi rabe se, podobno kot tudi v odnosu do drugih medijev,

v najbolj splošnem intervalu razgrinjajo od »informiranja«, kot primera za bolj fokusirano, ciljno usmerjeno in vsaj delno načrtovano rabo, do »surfanja kar tako«, ki bolj odraža neusmerjeno preživljanje prostega časa, nekako tako kot nenačrtovano klikanje na TV daljinca. Na tej ravni podatki kažejo, da sta ravno zabava in informiranost ključna motiva, ki ga nadpovprečno visoko zasledujejo mladi med 10 in 19 let, ko se odločajo za preživljanje časa na internetu,¹⁴ pri čemer je za mlade izrazit tudi užitek ob surfanju, ki ga druge starostne skupine ne ocenjujejo tako visoko. Ta družabna, igriva izkušnja močno izstopa v primerjavi z drugimi starostnimi razredi, medtem ko se motiv za informiranje prek spleta starostno sploh ne razlikuje. Hitrost pridobljenih informacij in možnost dostopa do poglobljenih informacij cenijo torej vsi uporabniki, ne glede na starost. Igranje, zabavo in užitek pa spletu v večji meri pripisujejo ravno najmlajši uporabniki interneta.

Spremembe v vsakdanu in spletna participacija glede na spol

Zgoraj omenjene karakteristike spletnih participativnih prostorov in percepcij, kako se prek interneta spreminjajo odnosi z drugimi ljudmi, smo preverjali še skozi optiko spola. Najprej nas je zanimalo, ali je ocena vplivov interneta v vsakdanu glede na spol v povprečju različna oziroma ali je ocenjevanje vpliva interneta na odnose med ljudmi med moškimi v povprečju različno od žensk.¹⁵ Primerjava povprečij sicer kaže, da moški v večji meri soglašajo s ponujenimi trditvami kot ženske, a o statistično značilnih razlikah lahko govorimo le za oceno, »da so odnosi z mojo družino boljši«, ki jo v večji meri potrjujejo moški kot ženske. Sodeč po podatkih je torej moška percepcija internetnih učinkov na družinsko življenje večja kot pa ocena žensk, kar bi lahko pojasnili tudi s siceršnjo večjo vpetostjo moških v spletna okolja.

Na ravni vključevanja v različne spletne skupnosti so namreč vrednosti povprečij zopet višje pri moških uporabnikih, a statistično zanesljive razlike med spoloma se kažejo le na dveh konkretnih prostorih: moški so bolj kot ženske naklonjeni obiskovanju spletnih dnevnikov in sodelovanju v interaktivnih igrah, medtem ko za obiskovanje klepetalnic ali forumov ne moremo trditi, da gre za bolj »moške« kot ženske prostore.

Statistično značilne razlike med spoloma je v večji meri mogoče razbrati na ravni motivov za uporabo interneta. Gledano v povprečju moški inter-

14 Na nabor trditev, zbranih v Tabeli 6, so respondenti in respondentke odgovarjali na lestvici od 1 (sploh ne drži) do 5 (zelo drži). Večja je torej vrednost aritmetičnih sredin, bolj posamezna trditev za posameznika oziroma posameznico velja.

15 Razliko smo primerjali s t-testom, ki omogoča preverjanje domnev o povprečni vrednostih številskih spremenljivk na populaciji; izbrali smo metodo neodvisnega vzorca, ki preverja, ali je povprečna vrednost iste spremenljivke v eni skupini enot različna od povprečne vrednosti v drugi skupini enot.

net pogosteje kot ženske uporabljajo zaradi prostočasnih in zabavnih prvin, ki jih ta medij prinaša (med razlogi višje kot ženske ocenjujejo igro in zabavo, da jim hitreje mine čas, ker v deskanju uživajo), kot tudi zaradi možnosti spoznavanja novih ljudi.

»Več želim vedeti, več surfam«: spletne kulture in izobrazbene aspiracije mladih

Tabela 7: Pogostost uporabe računalnika glede na izobrazbene cilje med mladimi do 25 let.

Ocenite, kako pogosto uporabljate računalnik za....	poklicno	srednješolsko	visokošolsko/strokovno	univerzitetno	specializacija, mba, mag	doktorat
surfanje po internetu	2,80***	3,07***	3,59***	4,10***	4,11***	4,20
delo za šolo	3,60***	2,28***	3,29***	3,57***	3,74***	3,30
prenašanje glasbe, filmov prek interneta	1,80***	2,03***	2,20***	2,58***	2,89***	3,60

VIR: Anкета o uporabi IKT 2005 (RIS, SURS).

Anketna raziskava o rabah interneta v Sloveniji se je v enem od poglavij usmerila izključno na vzorec mlajših od 25 let v povezavi s poklicnimi in izobraževalnimi aspiracijami. Eno od za naš prispevek primernih vprašanj je zadevalo konkretnije rabe računalnika in ocene, v kakšne namene ga pogosteje uporabljajo.¹⁶ Da računalnik ni več računsko niti ne le igralno orodje, dokazujejo tudi podatki: glavna računalniška komponenta je namreč internet, saj je med mladimi do 25 let ključna praksa ravno surfanje po njem. Dnevno to počne skoraj 40 % mladih, tedensko pa še dodatna četrtina. Na internet »priklopljenih« je torej dobrih 60 % mladih. Najmanj pogosta raba, vezana na osebne računalnike, pa je programiranje – tega ne počne enak delež mladih, kot je surfanje, torej 65 % mladih. Poleg surfanja je računalnik tudi orodje, ki nastopa kot *šolski pripomoček* – dnevno je takih mladih sicer le 16 %, a v povprečju je to druga najpogostejša praksa v omenjenem podzorcju. Nadpovprečno je računalnik koristen še kot orodje za igranje igrice, kar je ocenjeno kot tretja najpogostejša praksa. Na zadnja tri mesta so se uvrstile že omenjeno programiranje, vključevanje v klepetalnice in forumne ter prenašanje pop-kulturnih vsebin prek interneta. Slednjega dobra tret-

16 Ker so na vprašanje odgovarjali le respondenti/-ke, mlajši/-e od 25 let, jih je v vzorcu le 163. Odgovarjali so na lestvici od 1 (nikoli) do 5 (dnevno), kjer so ocenjevali pogostost igranja igrice, dela za šolo, surfanja po internetu, programiranja, prenašanja glasbe, filmov z interneta ter vključevanja v klepetalnice in forumne.

jina mladih ni naredila še nikoli (37 %), še več pa se jih ni nikoli vključilo v kak forum ali klepetalnico (45 %). Če izbrane prakse preverimo glede na načrtovano izobrazbo, so podatki delno presenetljivi: internet je očitno indikator »ambicioznejše prihodnosti«, saj obstajajo pomembne razlike v prakticanju računalnika glede na pričakovano izobrazbo. Tisti mladi, ki imajo višje izobrazbene ambicije, pogosteje surfajo in pogosteje prenašajo vsebine prek interneta.

Zaključek

Kakšna je torej mladostniška spletna kultura, če jo primerjamo z drugimi starostnimi razredi na Slovenskem? Mladi, stari med 10 in 19 let, se namreč »zaradi interneta počutijo bolj povezane z drugimi« in njihovi »odnosi s prijatelji so boljši«. Participirajo v interaktivnih prostorih – vsaj klepetalnice, forumi in interaktivne igre so njihova domena, med tem ko so spletni dnevniki privlačnejši za mlade od 20 do 35 let. Zabava in igra sta tista ključna motiv, ki ju nadpovprečno visoko zasledujejo, ko se odločajo za preživljanje časa na internetu. Ali sklenjeno: mladim prisotnost računalniške tehnologije pomeni most, ki različne strukture vsakdanjega sveta povezuje med seboj, zato vsakdanje življenje v njihovih očeh nujno poteka tudi skozi računalniški ekran. Računalnik je mladim tudi stanovanje, saj se preko teh objektov počutijo »doma« v vsakodnevnih okoljih, obenem pa jih kot udomačene in udobne uporabljajo tudi pri soočanju z družbenim svetom (Lally, 2002: 2). Računalnik predstavlja mladim torej pomembno okno v svetove zunaj doma, obenem pa se na spletu skozi užitek in sprostitve znajo počutiti »kot doma«. Poznavanje interneta kot raznovrstnega orodja, ki nastopa od pripomočka za šolo do prostora za »surfanje«, pa obenem ni pokazatelj nujno »slabega« načina preživljanja časa, pač pa nasprotno – večje, kot so ambicije mladih, v večji meri konzumirajo nove medije.

Čeprav tovrstni rezultati ne dovoljujejo globljih sklepanj o tem, kako se z računalnikom kot novim stanovanjem v z računalniki vse bolj opremljenih domovih počutijo starši na eni in njihovi mladostniki na drugi strani, pa podatkovje vendarle dovoljuje, da nakažemo nekatere neustrezne stereotipizacije o »napačnih« ali »škodljivih« mladostniških tehnokulturah. Splet namreč ni zgolj prostor, kamor se mladi množično priklaplajo zaradi pobege od realnosti in zaradi nezmožnosti soočanja z njenimi zahtevami ter pričakovanji. Splet ni le prostor zabave in veseljačenja za mlade, ki drugače ne vedo, kako preživljati svoj prosti čas. Mladi spletni uporabniki in uporabnice uresničujejo namreč tudi zelo načrtovane, ciljno usmerjene motive, kjer prek spleta doživljajo tisto, kar jim je v danem življenjskem obdobju pomembno – se družijo, spoznavajo sebe in druge, se učijo in informirajo, se povezujejo z drugimi in vključujejo v kolektivne oblike delovanj. Razumevanje »drugač-

nosti« mladostniških spletnih kultur zato najprej zahteva, da prepoznamo njihove potrebe in načine rab ter da umestimo splet v konglomerat drugih kulturniških praks, značilnih za sodobno mladino, skupaj s poznavanjem širših družbenih sprememb, ki jih v prostore javnega na eni in zasebnega življenja na drugi strani vnašajo sodobne tehnologije.

Literatura

- Bakardijeva, M. (2005). *Internet Society: The Internet in Everyday Life*. London: Sage.
- Bausinger, H. (1984). Media, Technology and Daily life. *Media, Culture and Society*, X/6, 343–351.
- Dahlgren P. (2009). *Media and Political Engagement*. Cambridge: Cambridge Press.
- Dolničar V., Nadoh, J. (2004). *Medijske navade med slovenskimi mladostniki*. Ljubljana: FDV.
- Drotner, K. (2005). Media on the move: personalised media and the transformation of publicness. V: Livingstone, S. (ur.). *Audiences and Publics: When cultural engagements matters for the public sphere*. Bristol: Intellect Books, 187–212.
- Facer, K., Furlong, J., Furlong, R., Sutherland, R. (2003). *ScreenPlay: Children and Computing in the Home*. London: RoutledgeFalmer.
- Flichy, P. (1995). *Dynamics of Modern Communication: The Shaping and Impact of New Communication Technologies*. London: Sage.
- Gadlin, H. (1978). Child Discipline and the Pursuit of Self: An Historical Interpretation. V: Reese, H. W., Lipsitt, L. P. (ur.). *Advances in Child Development and Behavior*, XII, New York: Academic Press, 231–261.
- Giddens, A. (1993). *The Transformation of Intimacy*. Cambridge: Polity Press.
- Green, L. (2000). *Communication, Technology and Society*. London: Sage.
- Habermas, J. (1989). *The structural transformations of public sphere: an inquiry into a category of Bourgeois Society*. Cambridge. Polity.
- Haddon, L. (1992). Explaining ICT Consumption: The Case of Home Computer. V: Silverstone, R., Hirsch, E. (ur.). *Consuming Technologies: Media and Information in Domestic Space*. London: Routledge, 82–96.
- Holloway, L. S., Gill, V. (2003). *Cyberkids: Children in the Information Age*. London: RoutledgeFalmer.
- Katz, J., Rice, R. (2002). Syntopia: Access, civic involvement, and social interaction on the net. V: Wellman, B., Haythornwaite, C. (ur.). *The internet in everyday life*, Malden: Blackwell, 114–138.
- Kraut, R., et. al. (1998). Internet paradox. A social technology that reduces social involvement and psychological well-being? *American Psychologist* LIII/1, 1017–1031.

- Kraut, R., et. al. (2002). Internet paradox revisited. *Journal of Social Issues*, LVIII/1, 49–74.
- Young, K. (1998). Internet adiction: The emergence of a new clinical disorder. *CyberPsychology and Behavior*, I/3, 237–244.
- Lally, E. (2002). *At Home with Computers*. Oxford: Berg.
- Livingstone, S. (2005). *Audiences and Publics. When Cultural Engagement Matters for the Public Sphere*. Bristol: Intellect Books.
- Livingstone, S. (2005). In defence of privacy: mediating the public/private boundary at home. V: Livingstone, S. (ur.) *Audiences and Publics: When cultural engagements matters for the public sphere*. Bristol: Intellect Books, 163–186.
- Livingstone, S. (2008). Taking Risky Opportunities in Youthful Content Creation: Teenagers' Use of Social Networking Sites for Intimacy, Privacy and Self-expression. *New Media&Society*, X/3, 393–411.
- Luthar, B., in drugi. (2011). *Medijska potrošnja, razred in kulturna stratifikacija*. Končno raziskovalno poročilo s sumarnikom. Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede.
- Livingstone, S., Bovill, S. (1999). *Young people, new media*. London: Sage.
- Meyrowitz, J. (1985). *No sense of place: The impact of electronic media on social behavior*. New York: Oxford University Press.
- Oblak Črnič, T. (2008). O začetkih interneta na Slovenskem. *Javnost/The Public*, XV, 151–172.
- Oblak Črnič, T. (2009). Družinska (ne)harmonija ob računalniških zaslonih. *Družboslovne razprave*, XXV/61, 41–58.
- Silverstone, R., Hirsch, E. (1992). *Consuming Technologies: Media and Information in Domestic Space*. London: Routledge.
- Strathern, M. (1992). The Mirror of Technology. V: Silverstone, R., Hirsch, E. (ur.) *Consuming Technologies: Media and Information in Domestic Space*, London: Routledge, vii–xii.
- Thompson, J. B. (1995). *The media and modernity: a social theory of the media*. Cambridge: Polity.
- Renner T. (2000). *Ranljivost, mladi in zasebno okolje*. V: M. Ule idr., *Socialna ranljivost mladih*. Maribor: Aristej.
- Ule, M. (2006). *Za vedno mladi? Socialna psihologija odraščanja*. Ljubljana: FDV.
- Ule, M., et al. (2000). *Socialna ranljivost mladih*. Urad RS za mladino: Ljubljana.
- Volčič, Z., Erjavec, K. (2008). Technological Developments in Central-Eastern Europe: A Case Study of Computer Literacy Project in Slovenia. *Information, Communication&Society*, XI/3, 326–347.