

DRUŽBOSLOVNE RAZPRAVE

DR

letnik **XXVIII** številka **71** december **2012**

Slovensko sociološko društvo, Fakulteta za družbene vede Univerze v Ljubljani
ISSN 0352-3608 UDK 3

Revija izdajata Slovensko sociološko društvo in Fakulteta za družbene vede Univerze v Ljubljani. /
Published by the Slovenian Sociological Association and the Faculty of Social Sciences at the University of Ljubljana.

Glavna urednica / Main editor:

Alenka Švab

Uredniški odbor / Editorial board:

Milica Antič Gaber

Karmen Erjavec

Valentina Hlebec

Tanja Kamin

Matic Kavčič

Tina Kogovšek

Alenka Krašovec

Roman Kuhar

Miran Lavrič

Blaž Lenarčič

Vesna Leskošek

Majda Pahor

Mojca Pajnik

Tanja Renner

Mateja Sedmak

Miroslav Stanojević

Zdenka Šadl

Karmen Šterk

Pridruženi svetovalni uredniki / Advisory editors:

Nina Bandelj, *University of California, Irvine*

Ladislav Cabada, *University of West Bohemia, Pilsen*

Sonja Drobnič, *University of Hamburg*

Jana Javornik Skrbinšek, *Umeå University*

Thomas Luckmann, *Prof. Emeritus, University of Konstanz*

Sabina Mihelj, *Loughborough University*

Katarina Prpić, *Institute of Social Research in Zagreb*

Sabrina P. Ramet, *Norwegian University of Science and Technology*

Zlatko Skrbiš, *University of Queensland*

Judit Takacs, *Institute of Sociology, Hungarian Academy of Science*

Zala Volčič, *University of Queensland*

Tehnična urednica / Technical editor:

Tjaša Žakelj, *tjasa.zakelj@zrs.upr.si*

Urednica recenzij knjig / Reviews editor:

Andreja Vezovnik, *andreja.vezovnik@fdv.uni-lj.si*

Jezikovno svetovanje / Language editors:

Nataša Hribar, Tina Verovnik, Murray Bales

Bibliografska obdelava / Bibliographical classification of articles:

Janez Jug

Oblikovanje naslovnice / Cover design:

Amir Muratović

Prelom / Text design and Typeset:

Polona Mesec Kurdija

Tisk / Print:

Birografika BORI, Ljubljana

Naklada / Number of copies printed: 320

Naslov uredništva / Editors' postal address:

Revija Družboslovne razprave

Alenka Švab

Fakulteta za družbene vede

Kardeljeva pl. 5, SI-1000 Ljubljana

Tel. /Phone: (+386) 1 5805 202

Elektronska pošta / e-mail: *alenka.svab@fdv.uni-lj.si*

Spletna stran / Internet: *http://www.druzboslovnerazprave.org/sl/*

Revija sofinancira / The Journal is sponsored by:

Izid publikacije je finančno podprla Javna agencija za knjigo Republike Slovenije iz naslova razpisa za sofinanciranje domačih in znanstvenih periodičnih publikacij / Slovenian Book Agency.

Letna naročnina (3 številke) / Annual subscription (3 issues):

individualna naročnina / individual rate: 25 EUR; za organizacije / institutional rate: 50 EUR; za študente in brezposelne / students and unemployed discount rate: 16 EUR; cena posameznega izvoda / single issue rate: 16 EUR. Za člane Slovenskega sociološkega društva je naročnina vključena v društveno članarino. / The annual Slovenian Sociological Association membership fee includes the journal's annual subscription rate. Družboslovne razprave je mogoče naročiti na naslovu uredništva ali na spletni strani revije. / Subscription requests can be sent to the editors' postal address.

Družboslovne razprave so abstrahirane ali indeksirane v / Družboslovne razprave is abstracted or indexed in: CEEOL

(Central and Eastern European Online Library), COBIB.SI, CSA (Cambridge Scientific Abstracts): • CSA Worldwide Political Science Abstracts • CSA Social Services Abstracts • Sociological Abstracts (Online), EBSCOhost • Current Abstracts • Political Science Complete • SocINDEX • SocINDEX with Full Text • TOC Premier, OCLC • Sociological Abstracts (Online) • DOAJ (Directory of open access journals)

Uredniška politika: Družboslovne razprave so revija, ki objavlja kolegialno recenzirane znanstvene članke in recenzije knjig. V recenzijski postopke sprejema članke v slovenščini in angleščini s področja sociologije, komunikologije, politologije in kulturologije ter tem raziskovalnim področjem bližnjih družboslovnih disciplin. Pri izboru člankov za objavo se upošteva njihova raziskovalna inovativnost ter aktualnost glede na trende v znanstveni skupnosti, v kateri je revija zasidrana. V teoretskem in metodološkem pogledu je revija pluralistično naravnana, posebno skrb pa posveča utrjevanju slovenske družboslovne terminologije.

Editorial policy: Družboslovne razprave is a peer reviewed journal which publishes papers and book reviews. Contributions are invited in fields of sociology, media studies, political science, cultural studies and other studies which are close to these fields. The published contributions should display high level of research originality and address the themes which seem relevant to the scientific communities in which the journal is grounded. Both in theoretical and methodological respects the journal stands for pluralism.

Kazalo / Table of contents

UVODNIK

RAZREDNE DISTINKCIJE IN KULTURA V SLOVENIJI

Tanja Oblak Črnič 7

ČLANKI

POPULARNA KULTURA IN RAZREDNE DISTINKCIJE V SLOVENIJI: SIMBOLNE MEJE V EGALITARNI DRUŽBI / Popular culture and class distinctions in Slovenia: Symbolic boundaries in an egalitarian society

Breda Luthar 13

DIGITALNE RAZSLOJENOSTI: SPLETNA KULTURA SKOZI RAZREDNO IN KULTURNO DIFERENCIACIJO V LJUBLJANI IN MARIBORU / Digital splits: Web culture in Ljubljana and Maribor through class and cultural differentiations

Tanja Oblak Črnič 39

HIERARHIJE TELEVIZIJSKIH OKUSOV IN RAZREDNE DISTINKCIJE / Hierarchies of television tastes and class distinctions

Dejan Jontes 63

SYMBOLIC CAPITAL OF SLOVENIAN READING / Simbolni kapital slovenskega branja

Andrej Blatnik 83

KAJ IMAJO SKUPNEGA ANDY WARHOL, PEKORINO IN VASABI? PREHRANSKI VZORCI V LJUBLJANI IN MARIBORU / What do Andy Warhol, pecorino and wasabi have in common? Food practices in Ljubljana and Maribor

Tanja Kamin, Blanka Tivadar in Samo Kropivnik 93

SOCIOKULTURNI VIDIKI VEGETARIJANSTVA IN NJEGOVIH PERCEPCIJ / Social and cultural aspects of vegetarianism and its perceptions

Aleš Črnič 113

RECENZIJE

Tomo Stanič: Arhitekturni gledalec. <i>Franc Trček</i>	137
Gregor Tomc: Geni, nevroni & jeziki. Duševnost kot flogiston sodobne kognitivne znanosti? <i>Nataša Toplišek</i>	139
Frane Adam, Valentina Hlebec, Matic Kavčič, Maja Mrzel, Darka Podmenik, Tonka Poplas Susič, Danica Rotar Pavlič, Urša Lamut, Igor Švab: Kvalitativno raziskovanje v interdisciplinarni perspektivi. <i>Tina Kogovšek</i>	141
Karmen Medica in Goran Lukič: Migrantski circulus vitiosus. Delovne in življenjske razmere migrantov v Sloveniji. <i>Danijela Tamše</i>	143

UVODNIK

RAZREDNE DISTINKCIJE IN KULTURA V SLOVENIJI

Prispevki tukajšnje tematske številke vsebinsko poglobljeno in z empirično nadgradnjo nadaljujejo razpravo, ki je pred dobrim letom izšla v reviji *Teorija in praksa*. Njen cilj je bil med drugim ponuditi poskus razrešitve »tradicionalnega razcepa med klasičnim razumevanjem razreda, ki predpostavlja, da stratifikacija izhaja iz objektivno danih ekonomskih pogojev, in t. i. kulturnim pojmovanjem razreda, kjer statusni položaj obstaja razmeroma neodvisno od razrednega položaja in izhaja iz razlike med družbenimi skupinami v družbenem ugledu in prestižu ter je bolj vezan na poklic in odvisen od subjektivnega vrednotenja percepcije družbenega položaja«, kot sta v takratnem uvodniku izpostavili B. Malnar in B. Luthar (2011: 5). Skladno s tamkajšnjo predpostavko, da kultura ni le v korelaciji z razrednim položajem, temveč ima v okviru sistema razrednih razlik vlogo reprodukcije in proizvodnje teh razlik (Malnar in Luthar, prav tam), skušajo avtorji tukajšnjega tematskega bloka pokazati, v kolikšni meri in na kakšen način se razmerje med razredom in kulturno potrošnjo v slovenski urbani družbi spreminja ter kakšne skupine kulturno-razrednih tipologij nastajajo na področju potrošnje popularne kulture, branja, medijev (predvsem televizije in spleta), hrane ter izbranih prehranjevalnih praks. Teoretsko raznoliki, a med seboj komplementarni prispevki na začetno dilemo odgovarjajo tudi z jezikom podatkov in empiričnih preverb, saj prikazujejo prve rezultate empirične študije *Kultura in razred*, ki je nastala pod okriljem temeljnega raziskovalnega projekta z naslovom *Medijska potrošnja, razred in kultura* na Centru za raziskovanje družbenega komuniciranja pod vodstvom profesorice dr. Brede Luthar v sodelovanju s skupino sodelavcev.

Eden skupnih imenovalcev, ki je učinkovito zlepil na videz sicer ozko izbrane raziskovalne tematike, ki se nanašajo na proučevanje popularne kulture, televizijskega okusa, spletnih praks, prehranjevalnih vzorcev in bralnih navad, neposredno zadeva vprašanje razrednih distinkcij pri razumevanju različnih kulturnih praks in medijskih preferenc kot tudi njihove vloge pri vzpostavljanju ključnih razlik v predispozicijah, ki jih družbene skupine imajo, še preden zares »stopijo« v kulturo. Poglavitni cilj avtorjev tematske številke je zato s pomočjo empiričnih rezultatov testirati tezo, ki jo zelo nazorno napove vodilni prispevek v bloku, ki pravi, da »kultura še vedno, čeprav bolj kompleksno in manj očitno signalizira razredno pripadnost, pomaga ohranjati razredne razlike in oblikovati življenjske priložnosti posameznika« (Luthar 2012). Razredne distinkcije so zato postavljene pod drobnogled iz dveh zornih kotov – na eni strani se s pomočjo privzetih modelov, kot jih poznajo sodobna sociologija in študije neenakosti, išče odnos med razrednimi distinkcijami in specifičnimi kulturnimi praksami, na drugi strani pa se skozi razlike v hierarhijah kulturnega kapitala iščejo specifični razredni momenti, ki morda odstopajo od vnaprej fiksiranih določil razrednosti. Pri konceptualizaciji razrednosti se večina prispevkov naslanja na shemo poklicnih razredov, privzeto po Goldthropu (2000), ki temelji na delitvi posameznikov glede na poklic in položaj

na delovnem mestu, pri čemer je izvirna devetstopenjska klasifikacija združena v štiri enotne kategorije, in sicer skladno z obsegom raziskave in glede na populacijo, ki je bila v terenskem delu raziskave omejena na prebivalce Maribora in Ljubljane.

Podatki in izpeljane ugotovitve namreč izhajajo iz empirične raziskave *Kultura in razred*, ki je bila izvedena s standardiziranim vprašalnikom in osebnim anketiranjem na populaciji polnoletnih oseb s stalnim prebivališčem v mestnih občinah Ljubljana in Maribor. Vzorčni okvir raziskave je predstavljal Centralni register prebivalstva (CRP), iz katerega smo slučajno izbrali osebo, starejšo od 18 let, in izvedli anketiranje na njenem domu. Terenska faza raziskave, v kateri je bilo uspešno anketiranih 820 prebivalcev, od tega 408 oseb v Ljubljani in 412 v Mariboru, je potekala od 1. decembra 2009 do 15. februarja 2010. Po zaključku anketiranja smo preverili usklajenost strukture realiziranega vzorca s strukturo populacije in ocenili, da se za potrebe statističnih analiz izvede ustrezno uteževanje, predvsem v primeru spola in starosti. Vzorec tako sestavlja 49 % moških in 51 % žensk, glede na starost pa je 19 % vzorca mlajšega od 30 let, slaba tretjina ima od 31 do 45 let, 30 % jih je starih od 46 do 60 let in 21 % vzorca je starejšega od 60 let. Na osnovi teh podatkov avtorji analizirajo vlogo kulturnih distinkcij v razredni strukturi, oziroma konkretnije, vlogo kulturnih praks, okusov in kompetenc na področju prehranjevanja, visoke in popularne kulture, televizijske konzumpcije, spleta in branja z intenco, da bi prikazali specifične slovenske urbane populacije.

Slovenski kontekst je za proučevanje tovrstnih razmerij zagotovo zahteven, ker se znotraj družbenih struktur prepletajo mnogoteri razredni obrazi, pogojeni tudi z nekdanjim »brezrazrednim« časom socializma kot z novimi prehodi v »egalitarni« kapitalizem. Uvodni prispevek Brede Luthar se zato sprašuje, kako deluje »neekonomsko premoženje«, kot poimenuje kulturni kapital, v konstituiranju in reprodukciji družbene neenakosti znotraj konteksta razmeroma egalitarnega družbenega miljeja. Avtorica ugotavlja, da obstaja pet idealnotipskih kulturnih razredov, ki so sistematično pokriti s poklicnimi razredi. Podoben sklep izpelje Tanja O. Črnič, ki se omeji na povezanost med razrednimi distinkcijami in spletno kulturo ter pokaže, kako sta način in intenziteta vključenosti v digitalno kulturo posledica razlik v poklicni razrednosti in njune povezanosti s kulturnim kapitalom. Manj determinističen, a še vedno prepričljiv učinek razredne poklicne klasifikacije je razviden na področju televizijskega okusa. Prispevek D. Jontesa namreč v nasprotju s sodobno literaturo ugotavlja, da na izbranem vzorcu poklicni razred in izobrazba pomembno diferencirata televizijsko občinstvo, čeprav le na omejenem segmentu žanrov oziroma televizijskih oddaj. Kako se na Slovenskem udejanja specifični kulturni kapital v homologiji z ekonomskimi interesi na področju bralne kulture, razkriva edini v angleškem jeziku spisan prispevek A. Blatnika, zadnja dva prispevka pa se podrobneje lotevata analize prehranjevalnih vzorcev. Prispevek T. Kamin, B. Tivadar in S. Kropivnika potrjuje tezo o povezanosti med prehranskimi navadami, odnosom do prehranjevanja, vrednotami in kulturnimi praksami, kjer avtorji ugotavljajo, da v urbanem okolju kljub vse raznovrstnejši kulinarčni ponudbi še vedno prevladujejo tradicionalistične prehranske prakse. Da pa sta manj tradicionalen odnos in prakticiranje bolj urbanih praks prehranjevanja, kar naj bi veljalo ravno za pojav

vegetarijanstva, vendarle tudi razredno pogojena, podrobneje ponazarja prispevek A. Črnič. Poklicni razred šteje – to bi lahko bilo eno od skupnih sporočil vseh tukaj zbranih prispevkov, a ta je z nekaterimi kulturnimi miljeji bolj izrazito povezan kot z drugimi. Rezultati namreč govorijo o prevladi »domačijskega tipa« znotraj popularne kulture, ki je razredno omejen na srednji in nižji srednji razred (Luthar), o preferenčnosti »domačega televizijskega okusa«, ki z naraščanjem razredne pripadnosti pada (Jontes), in o »digitalnih povprečnežih« srednjega razreda (Oblak Črnič).

Obenem pa avtorji v en glas razkrivajo hierarhije znotraj posameznih kulturnih okusov ter z njimi povezanimi vrednotnimi in/ali političnimi stališči ter širšimi družbenimi diferenciacijami, vezanimi predvsem na spolne, starostne in tudi etnične razlike. Tako se denimo v prehranjevalnih navadah kaže dominantnost »aspirativnih in varčnih tradicionalistov«, kjer prevladujejo manj izobraženi in najmanj urbani sloji pretežno moškega spola, ki svoje tradicionalne prehranjevalne prakse črpajo iz nazadnjaških načel in siceršnjih tradicionalnih praks vsakdana (Kamin in drugi). Ali obratno – pojav vegetarijanstva kot »nove« prakse in strpen ali pozitiven odnos do njega sta pozitivno povezana z izobrazbo in poklicnim razredom (Črnič). Podobno se znotraj treh kulturnih tipov kažejo močni učinki spola, starosti, etničnosti in regionalnih distinkcij, ki predstavljajo pomemben vidik razlikovanja med »restriktivno ali izključevalno« in »nerestriktivno ali vključevalno« kulturo (Luthar). V vseh naštetih primerih se torej potrjuje teza, da se tradicionalni pogledi na kulturo ter s tradicijo, domačnostjo in lokalno ozko zamejenim prostorom povezane prakse ter skromne kompetence na področju kulture bolj povezujejo z nižjim kulturnim in šibkim ekonomskim kapitalom. Ti rezultati tako uresničujejo še enega od ciljev omenjenega projekta, in sicer ponuditi dobro operacionalizirane koncepte s področja kulturne potrošnje in razreda, ki bi zmogli na ustrezen in zanesljiv način »ujeti« kulturne tipe znotraj sodobne slovenske družbe in njihove družbeno-ekonomske plati. Tematski blok je zato vsaj dvakrat dobrodošel: kot svež vpogled v stanje kulturnega duha v Sloveniji in obenem kot odlično izhodišče za nadaljnje raziskovanje.

Tanja Oblak Črnič
gostujoča urednica tematske številke

ČLANKI / ARTICLES

Breda Luthar

POPULARNA KULTURA IN RAZREDNE DISTINKCIJE V SLOVENIJI: SIMBOLNE MEJE V EGALITARNI DRUŽBI

IZVLEČEK: Študija temelji na podatkih o kulturnih preferencah, kompetencah in praksah reprezentativnega vzorca prebivalcev Ljubljane in Maribora. Na tej osnovi avtorica analizira vlogo kulturnih distinkcij v razredni strukturi obeh mest. Zastavlja si vprašanje, kako deluje neekonomsko premoženje, to je kulturni kapital, v konstituiranju in reprodukciji družbene neenakosti in kako ekonomsko in neekonomsko premoženje delujeta skupaj in podpirata drug drugega ali pa si v določenih konstelacijah nasprotujeta in delujeta drug proti drugemu v oblikovanju družbenih skupin. Empirična analiza je pokazala na obstoj petih ločenih razredno-kulturnih formacij oz. razredno specifičnih pomenskih sistemov. Hkrati pa obstaja sistematična homologija med idealtipskimi kulturnimi razredi ter poklicnimi razredi. Študija ugotavlja, da posebej pri nižjem in nižjem srednjem razredu spolna, generacijska in etnična diferenciacija podpira učinek razrednih razlik.

KLJUČNE BESEDE: popularna kultura, kulturni kapital, razred, etničnost, spol, EseC, Slovenija

Popular culture and class distinctions in Slovenia: Symbolic boundaries in an egalitarian society

ABSTRACT: The study draws on survey data on the cultural preferences, competencies and practices of a representative sample of the population of the two largest Slovenian cities, Ljubljana and Maribor. The cultural dimensions of class and the role of cultural distinctions in the class structure of both cities are examined. The study focuses on the ways in which non-economic capital, i.e. cultural capital, works in the constitution and reproduction of social inequality. The empirical results point to the existence of five separate class-cultural formations or class-specific meaning systems that significantly differ from each another and to a systematic homology between ideal-type cultural classes and four occupational classes (EseC). Tastes are particularly strongly linked to social positions at the bottom and the top of the aesthetic hierarchy. The strongest effect of gender and ethnicity on taste cultures was established at the bottom of the occupational class hierarchy.

KEY WORDS: popular culture, cultural capital, class, ethnicity, gender, EseC, Slovenia

1 Uvod: razred in družbena funkcija kulturnega okusa¹

Na križišču med sociologijo kulture, medijskimi študijami, kulturnimi študijami in študijami stratifikacije že nekaj let poteka intenzivna razprava o kulturnem vidiku razrednih razlik. V zadnjih letih se je debata utrdila v interdisciplinarno podpodročje in institucionalizirala v akademskih revijah kot so »Poetics« in »Cultural Sociology«, občasno pa seže tudi v splošnejše sociološke ali kulturološke revije. Rdeča nit razprav je vprašanje distribucije kulturnih kompetenc in praks v družbi, povezanost te distribucije s kulturnimi hierarhijami, torej z družbeno močjo, ter spreminjanje odnosa med družbeno in kulturno hierarhijo v sodobnih družbah. Posebej se razprave osredotočajo na preoblikovanje konfiguracij neenakosti in na vprašanje razdruževanja zveze med visoko kulturo in elitnim položajem ter na vprašanja metodologije in epistemologije raziskovanja kulturnega vidika razrednih distinkcij. Eden od razlogov za intenzivno raziskovanje odnosa med družbenimi in kulturnimi razlikami lahko pripišemo t. i. »kulturnemu obratu« v družbenih vedah, ki izhaja iz predpostavke, da imajo pomenski sistemi in kultura konstitutivno vlogo v družbi. Večje upoštevanje simbolnih vidikov družbenega življenja na račun institucionalnih je v okviru proučevanja družbenih razlik pozornost premaknilo k vprašanju kulturnih hierarhij in kritičnemu distanciranju do klasičnega stratifikacijskega pristopa.²

V naši empirični študiji³ smo opravili sistematični statistični pregled kulturnih praks, okusov in znanja na reprezentativnem vzorcu prebivalcev dveh največjih slovenskih mest, Ljubljani in Mariboru. Na osnovi teh podatkov bomo analizirali vlogo kulturnih distinkcij v razredni strukturi. Izhajali bomo iz dveh raziskovalnih vprašanj. Prvič, ali lahko na vzorcu naših anketirancev najdemo sistematične (torej ne naključne) vzorce kulturnih praks in estetskih preferenc? Drugič, kako so skupine kulturnih okusov povezane z družbenimi položaji ali, z drugimi besedami, kako ljudje mobilizirajo kulturne vire v procesu družbene distinkcije? Skozi ti dve vprašanji bomo poskušali ugotoviti, v kolikšni meri kulturni kapital organizira družbene delitve med družbenoekonomskimi skupinami v slovenskem urbanem okolju. Predvidevamo, da bomo lahko ugotovili obstoj razmeroma ločenih in variabilnih razredno-kulturnih formacij ali razredno specifičnih »pomenskih sistemov« (Parkin 1971), ki jih lahko razkrijemo z večdimenzionalno analizo.

-
1. Zahvaljujem se Maji Mrzel in Andreji Trdina za metodološko pomoč, obema anonimima recenzentoma pa za skrbno branje ter izjemno koristne recenzentske pripombe in nasvete.
 2. Alexander in Thompson (2008: 265) ugotavljata, da je t. i. kulturni obrat v družbenih vedah potisnil v ospredje raziskovanje na štirih področjih: sestvo in identiteta, kulturne prakse, reprezentacijske prakse, vloga množičnih medijev, hkrati pa naj bi vsako področje družbenih ved, od ekonomije do študij spola, vključevalo kulturo, da bi res razumelo polje lastnega proučevanja. O sociologiji kulture in kulturnem obratu glej tudi E. Long, ur. (1997).
 3. Empirična študija *Kultura in razred* je bila izvedena s standardiziranim vprašalnikom in osebnim anketiranjem na populaciji oseb, starejših od 18 let, ki imajo stalno prebivališče v mestni občini Ljubljana ali Maribor (enostavni slučajni vzorec SRS). Predstavlja empirični del temeljnega projekta »Medijska potrošnja in kulturna stratifikacija«, ki ga je financirala ARRS. Glej Luthar in dr. (2011).

V prvem koraku bomo ugotavljali idealnotipske kulturne razrede glede na preference (okuse) ter znanje na izbranih področjih visoke in popularne kulture. Na ta način bomo dobili določeno število »kulturnih tipov«. V drugem koraku bomo ugotavljali razmerje med kulturnimi tipi in poklicnimi razredi ter prek izbranega nabora demografskih, stališčnih, vrednotnih, življenjskostilnih in drugih spremenljivk ugotavljali »družbeni značaj« teh skupin ali kulturnih idealtipov. Metodološko to pomeni, da bomo oblikovali prostor estetskih izbir/kulturnih okusov in kompetenc samo na osnovi medsebojnega odnosa spremenljivk, ki merijo kulturne okuse. Družbenoekonomske značilnosti in kulturne prakse (torej dejansko praktično udejanjanje lastnega okusa in znanja) pa bomo kot dodatne spremenljivke dodali prostoru kulturnih preferenc. Kulturna potrošnja ne bo obravnavana kot učinek strukture, temveč kot izhodišče razlikovanja.

V kontekstu proučevanja razrednih razlik v Sloveniji študij kulturnih distinkcij izpolnjuje dvojno vlogo. Po eni strani je bila kultura nasploh v slovenski sociologiji marginalizirana, ne glede na to, ali jo razumemo kot »celoten način življenja« ali pa kot specifične simbolne oblike, torej kot »umetnosti in vednosti« (Williams 2005/1958). Ostajala je le odvisna spremenljivka, tudi zaradi praktično neobstoječe sociologije kulture, ki bi se s kulturno potrošnjo in kulturnimi distinkcijami ter sploh teorijo okusa sistematično teoretsko in empirično ukvarjala, saj je bila »sociologija kulture« vse do institucionalizacije kulturnih študij in medijskih študij v Sloveniji razumljena bolj ali manj kot sociologija umetnosti, utemeljena pa je bila na hierarhični dvojnosti med visoko in množično kulturo ter ni bila empirično naravnana. Če pa se je lotila empirične analize, je bila to analiza kulturnih artefaktov, ki je bila v celoti »tekstualna« in se s sociologijo občinstva ali proučevanjem interpretacije oz. recepcije in razrednimi razlikami v kulturni potrošnji, kaj šele s popularno kulturo ali vprašanjem razmerja med vsakdanjim življenjem in kulturo, sploh ni ukvarjala.⁴ »Kulturni obrat« je slovensko sociologijo oplazil zelo pozno.

Po drugi strani je k zapostavljenosti kulture in simbolnega vidika razlikovanja prispeval ekonomski determinizem v konceptualizaciji razreda, saj se je vsako razmišljanje o razredni strukturi v sociologiji ali ekonomiji odvijalo v okviru klasičnih stratifikacijskih študij, kjer so kulturne spremenljivke funkcija bolj temeljnih, praviloma ekonomskih razlik. Kultura ni bila obravnavana kot »premoženje« ali simbolni material, ki ga je mogoče uporabiti v razrednem razlikovanju v procesu diskurzivnega umeščanja samega sebe v režim okusov kulturne skupnosti, ki ji pripadamo, temveč kot objektivni izraz razlik, ki so nastajale drugje. Zaradi težav z operacionalizacijo marksističnega koncepta razredov so praviloma, kot ugotavlja Hafner Fink (1994: 19), na osnovi podatkov o stratifikacijski strukturi družbe sklepali o razrednosti socialne strukture. Maloštevilstvo teh študij je bila tudi rezultat ideoloških razlogov, saj je na poti do brezrazredne družbe kategorijo delavskega razreda zamenjala kategorija delovnega

4. Gregor Tomc je gotovo izjema, saj je svoje raziskovanje glasbe utemeljeval ravno na problematizaciji režima vrednotenja, na katerem temelji delitev na visoko in popularno kulturo ter s to kategorizacijo povezana družbena avtoriteta.

ljudstva (Hafner Fink, prav tam).⁵ Tudi pri razmeroma številnih slovenskih raziskavah kvalitete življenja (npr. Klinar 1981, Rus 1985, Černigoj Sadar, 1991, Brešar Iskra 1995 ali Vrabič Kek 2012) gre praviloma za opisno beleženje »zadovoljevanja materialnih potreb« in za »razlike v izrabljanju prostega časa« (Klinar 1981: 43). Ne ukvarjajo se torej s simbolno razlikovalno vlogo praks in preferenc. Vprašanje, kako se primarni indikatorji družbene moči premestijo v delno avtonomni sistem estetskih in kulturnih vrednosti oz. kako »estetske sodbe razlike razreda transponirajo v razlike okusa in obratno ter s tem utrjujejo ločnice med razredi«, kot pravijo Bennett in sodelavci (2005: 10), pa je sploh onstran radarja teh študij.

2 Kultura kot premoženje: taksonomične meje med razredi v Sloveniji

Prepričanje o relevantnosti kulturnih distinkcij v družbenem razlikovanju ni samo rezultat epistemološkega obrata h kulturi ali poskus poprave preteklih krivic, temveč tudi odgovor na družbene spremembe v zadnjih desetletjih. Te so pripeljale do tez o t. i. »kompleksni nerazredni neenakosti« (Pakulski 2005: 179), ki v visokomoderni družbi nadomešča razredno neenakost industrijske dobe, ali do tez o naraščanju kulturne diferenciacije ob hkrati vedno manjši družbeni diferenciaciji in potrebi po bolj horizontalnem dojemanju različnih svetov življenja (glej npr. Schulze 2005: XXI).⁶ Po mnenju Pakulskega (2001, 2005) se oblikujejo nove statusne skupnosti, katerih položaj zahteva stalno pogajalsko vzdrževanje (2001: 178). Dostop do informacij, znakov in simbolov postane pomemben vidik življenjskih priložnosti. Pakulski kot primer hibridnih konfiguracij neenakosti in »kompleksne brezrazredne neenakosti« navaja primer spolno označenih poklicnih slojev in tržnih segmentov ter marginaliziranih etničnih enklav (npr. nekvalificirane delavke, neetnične Slovenke v enostarševskih družinah ali mladi samski izobraženci brez stalne zaposlitve in stanovanja). Vsaka razprava o razredno razdeljeni družbi mora danes ob neenaki distribuciji ekonomskega kapitala vključevati tudi neenako distribucijo kulturnega kapitala ali »simbolnega bogastva.« Še posebej v času ekonomske krize ter problematičnih reprezentacij krize in družbenih razlik v naših medijih je zavajajoče, da vprašanje neenakosti zreduciramo na ekonomsko neenakost. Problematično je tudi če – kot velik del novinarskih obravnav pri nas – vprašanje razreda reartikuliramo kot vprašanje ekstremnega bogastva in izjemne revščine ali zatona srednjega razreda, ki ga razumemo zgolj nominalno, torej kot skupino na sredini dohodkovne lestvice. Kulturne distinkcije so pri tem potlačene na račun vseprisotne

5. Zadnji veliki jugoslovanski in tudi slovenski projekt o razredu je nosil neuradni naslov *Klasno biče*, uradni naslov raziskovalnega projekta pa je *Razredna bit sodobne jugoslovanske družbe in delovanje Zveze komunistov Jugoslavije*. V vprašalniku Socialna struktura sodobne slovenske družbe v okviru tega projekta je bila kultura »pokrita« z vprašanji o preživljanju prostega časa, opremljenosti gospodinjstva z aparati, knjigami ter elektroniko in vprašanjem o pogostosti kulturne potrošnje (obisk gledališča, obisk glasbenih prireditev, branje knjig in časopisov ter gledanje televizije in poslušanje radija).

6. Več o tem glej v Luthar in Kurdija (2011).

ideološke konstrukcije »običajnega Slovenca« in slovenske »Volksgemeinschaft«, torej predpostavke enotnega moralnega reda in enega »pomenskega sistema« v družbi (gl. Parkin 1971). Vprašanje razrednih razlik je tako v javnem diskurzu individualizirano ter obravnavano kot moralni in psihološki problem, ki razdira skupnost.⁷

O vlogi ekonomskih in kulturnih vidikov stratifikacije se v sociologiji tradicionalno govori v okviru pojmov razreda in statusa. Razlika med razredom in statusom se običajno interpretira kot razlika med objektivnimi in subjektivnimi vidiki diferenciacije. Gre za dve obliki stratifikacije, ki naj bi bili sicer medsebojno povezani, hkrati pa delovali ločeno. Tako npr. Weber v svojih fragmentarnih zapisih o tej temi, predvsem v Ekonomiji in družbi (1978/1922: 305–307), pravi, da je razredni položaj ljudi njihov ekonomski, to je tržni položaj. Hkrati pa ugotavlja, da moč v družbi ne izhaja le iz ekonomske moči, temveč je poleg politične moči tudi družbeni prestiž lahko vir moči in časti, ni pa nujno povezan z denarjem ali premoženjem. Giddens (1973: 44) meni, da ni bistvo Webrove analize v tem, da razred in status konstituirata »dve dimenziji stratifikacije«, temveč v tem, da skupnosti, temelječe na razredu, oz. tiste, ki temeljijo na statusu, predstavljajo dva možna in tekmujoča načina oblikovanja skupine glede na delitev moči v družbi. Gre torej za dva vidika distribucije moči. V naši študiji razreda in statusa ne bomo obravnavali kot dveh povezanih, toda ločenih oblik stratifikacije (glej npr. Weber 1978/1922 ali Chan in Goldthorpe 2007), temveč bomo izhajali iz predpostavke, da ekonomski in kulturni vidik razrednosti soobstajata v isti družbeni realnosti.⁸ Pri tem se bomo teoretsko naslanjali na novejšo raziskovanje kulturne potrošnje, ki sega od socioloških študij kulturne potrošnje in okusa v povezavi z družbenoekonomsko hierarhijo, ki jo najbolje zastopajo ameriški sociologi H. Gans (1999/1974), diMaggio (1982) in Peterson (1992, 1996, 2005), prek epohalne Bourdieujeve teorije okusa (2000/1979) do najnovejšega raziskovanja kulturnih preferenc, ki se, izhajajoč iz kritične prisvojitve Bourdieujeve teorije estetskega okusa, ukvarjajo z vlogo simbolnih praks v razrednih razlikah (npr. A. Warde, J. Frow, T. Bennett, J. Savage, R. Crompton, M. Lamont itd.).

Čeprav torej v sodobnih družbah vsaj na prvi pogled prihaja do kulturne deklasifikacije in je vedno manj ritualne diferenciacije med statusnimi skupinami, v tem prispevku izhajamo iz stališča, da kultura še vedno, čeprav bolj kompleksno in manj očitno, signalizira in konstituira razredno pripadnost, pomaga ohranjati razredne razlike in oblikovati življenjske priložnosti posameznika. To velja tudi za Slovenijo, kjer je zaradi zgodovinskih razlogov klasifikacija med razredi šibkejša kot v državah, kjer imajo družbene razlike korenine že v fevdalni imperialni preteklosti, diferenciacija med statusnimi skupinami v Webrovem smislu pa je manjša kot v nacionalnih okoljih, kjer so taksonomične meje med razredi izrazitejše. Slovenska družba je bila namreč

7. O medijskem okvirjanju razreda glej D. Kendall (2005). O reprezentaciji razreda v slovenski televizijski popularni kulturi glej D. Jontes (2011).

8. Glej Bourdieu (2000/1979: xi–xii). Bourdieu si že na začetku »Distinkcije« za nalogo zada »oblikovanje modela odnosov med univerzumom ekonomskih in družbenih razmerij ter univerzumom stilov življenja«. Razred in status sta zanj le dve plati družbene stratifikacije, ne pa dve različni in ločeni obliki stratifikacije.

še med obema vojnama tako poklicno, izobrazbeno kot premoženjsko nerazčlenjena in homogenizirana, praktično brez podjetniškega meščanstva in tako del evropskega tretjega sveta ter »ujeta v začarani krog revščine« (Lazarević 2012: 6).⁹ Do druge svetovne vojne se je v tem oziru zelo malo spremenilo. M. Hafner Fink ugotavlja, da so bile tudi v socializmu razlike med najvišjimi in najnižjimi dohodki že (ali še) v Sloveniji med najnižjimi v Jugoslaviji, čeprav so bile razlike med razredi primerjalno največje, izobrazba pa je bila pomembnejša determinanta dohodka kot razredni položaj (Hafner Fink 1994: 192).¹⁰ Kakšno je danes stanje na področju ekonomskih razlik v Sloveniji, kakšna je reprezentacija in percepcija te neenakosti ter kaj to pomeni za raziskovanje kulturnih distinkcij? Poglejmo si nekaj osnovnih dejstev. Ginijev količnik kot mera neenakomerne porazdelitve dohodka je v Sloveniji zelo nizek in ostaja v zadnjih letih stabilen, to je nekaj več kot 0,2 ali, izraženo v odstotkih, 23,8 % v letu 2010 (glej Vrabčič Kek 2012: 9).¹¹ Dohodek je torej v Sloveniji v zadnjih desetletjih porazdeljen zelo enakomerno. Razmerje kvintilnih razredov, torej razmerje med dvajsetimi odstotki najvišjih dohodkov in dvajsetimi odstotki najnižjih, pa je bilo po Eurostatovih podatkih v Sloveniji leta 2011 3,4.¹² To pomeni, da je najvišja plača povprečno za 3,4-krat višja od najnižje, medtem ko je v Evropi ta višja za petkrat. Slovenija je torej po teh kazalnikih skupaj z Norveško in Madžarsko najbolj egalitarna država v Evropi. To se kaže tudi pri samouvrščanju anketirancev na hierarhični lestvici. Podatki, zbrani z vprašalnikom Kultura in razred (Luthar in dr. 2011), kažejo, da se na vprašanje, kam bi sebe uvrstili na lestvici od 1 do 10, ki predstavlja družbeno hierarhijo, večina anketirancev vseh kulturnih tipov ali poklicnih razredov umešča na sredino, med 5 in 6. Samouvrščanje tako kaže na majhne neenakosti, ki se ujemajo s statističnimi podatki.¹³

Po drugi strani pa B. Malnar (2011: 955) ugotavlja, da kljub samouvrščanju večine na sredino razredne lestvice javno mnenje popolnoma napačno presoja stanje glede neenakosti v dohodkih, ki ga opisujejo statistični kazalniki. V Sloveniji ljudje razlike vseskozi ocenjujejo kot prevelike, neodvisno od tega, kaj kažejo podatki, hkrati pa narašča število tistih, ki menijo, da bi bilo treba razlike v dohodkih zmanjšati. Diskurz o neenakosti in predstava o idealni družbeni strukturi kažeta na izrazito prevlado egalitarnega diskurza in protislovnega populizma. Eden možnih rezultatov relativne

-
9. O slovenskem gospodarskem in družbenem razvoju v 19. stoletju in družbenem razlikovanju glej tudi Fischer (2005) in Kresal (1998).
 10. Glej tudi Tomc (1983 in 1987). O sociološki analizi razpada Jugoslavije in o (republiških) stratifikacijskih sistemih v bivši Jugoslaviji, ki temelji na podatkih iz *Klasnega biča*, glej Mitja Hafner Fink (1994).
 11. Ginijev količnik lahko zavzame vrednost med 0 in 1, kjer 0 pomeni popolno enakost in 1 popolno neenakost, ali pa ga kot Ginijev indeks prikazujemo v odstotkih med 0 in 100 %. Podatki so dostopni na <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&plugin=1&language=en&pcode=tessi190> (15. 9. 2012)
 12. V Nemčiji je ta v letu 2011 znašal 4,4, na Hrvaškem 5,6, v Veliki Britaniji 5,4, na Češkem 5,9, v Avstriji 3,7 itd. Stanovnik in Verbič (2012: 11) ugotavljata, da je Ginijev količnik v Sloveniji dosegel vrh v poznih devetdesetih letih in rahlo padel v prvih letih po letu 2000.
 13. Čeprav naš vzorec tega ne pokaže, pa predvidevamo, da so premoženjske neenakosti verjetno večje, jih je pa pri nas težko meriti.

ekonomske enakosti in prevlade egalitarističnega diskurza je večja vloga drugih oblik kapitala v distinkcijskih praksah. Zaradi relativnega ekonomskega egalitarizma, ki je že desetletja značilen za razporeditev in prerazporejanje dohodkov v Sloveniji, bi lahko postavili tezo, da poteka proces družbene diferenciacije predvsem na področju kulturnih distinkcij ali statusa. Pri razmeroma majhnih razlikah v ekonomskem bogastvu se morda slovenski srednji razred bolj intenzivno ukvarja z dobičkom, ki ga prinašajo kulturne kompetence, ki lahko delujejo kot simbolni kapital.¹⁴ To pomeni, da ima lahko kultura pomembno mesto v družbenem razlikovanju in da »imeti kulturo« igra ključno vlogo pri reprodukciji življenjskih prednosti.

3 Podatki in metoda

Vzorčni okvir raziskave je predstavljal Centralni register prebivalstva (CRP), iz katerega smo naključno izbrali osebe, starejše od 18 let, s stalnim prebivališčem v mestnih občinah dveh največjih mest v Sloveniji – Ljubljani ali Mariboru. Zbiranje podatkov je potekalo od decembra 2010 do februarja 2011. Uspešno opravljenih intervjujev je bilo 820, delež vzorčne realizacije, ko odštejemo delež nedostopnih, tako znaša 45,2 %. Ocenili smo, da je za ta tip populacije in vrsto raziskave najprimernejši slučajni vzorec. Podatki iz naše ankete – ob upoštevanju uteži v primeru spola in starosti – odražajo dejansko strukturo definirane populacije. V vprašalnik so bila poleg kulture vsakdanjega življenja vključena naslednja področja: vizualna kultura, množični mediji, literatura, bralna kultura in glasba. Kulturne spremenljivke v vprašalniku *Kultura in razred* lahko razdelimo na štiri vrste glede na to, ali merijo okus/preference, znanje/poznavanje, lastništvo knjig, umetniških objektov itd. (to je objektivirani kulturni kapital) ali prakse po posameznih estetskih kategorijah (obiskovanje rock koncertov, obiskovanje koncertov klasične glasbe, gledališč, »špas teatrov« itd.).

Skupine smo oblikovali na osnovi indikatorjev okusa in znanja z vseh teh področij. Prakse in lastništvo kulturnih artefaktov pa smo tu obravnavali kot neodvisne spremenljivke, ki skupaj z demografskimi, stališčnimi, vrednotnimi idr. spremenljivkami govorijo o družbenem značaju kulturnega tipa, oblikovanega na osnovi okusa in znanja. Tako smo se odločili zaradi problematičnega razmerja med okusom in praksami v empiričnem raziskovanju kulturnega kapitala. V večini empiričnih študij kulturnega kapitala in kulturnih distinkcij raziskovalci namreč uporabljajo izključno podatke o praksah in participaciji (gl. npr. v preteklosti tudi *Klasno biće* ali študije kvalitete življenja pri nas). Yaish in Katz-Gerro (2012) svarita pred izključnim naslanjanjem na prakse, saj okus in prakse niso izmenljivi indikatorji utelešenega kulturnega kapitala, ampak so prakse pogosto bolj rezultat finančnih kot pa kulturnih virov, gotovo pa tudi

14. Glej. npr. Bernik in Trbanc (2005) o uprizarjanju slovenskega srednjega razreda v Dnevnikih v Sobotni prilogi Dela.

vprašanje spola, starosti, življenjske faze, dostopnosti kulturnih institucij in dogodkov.¹⁵ Ravno zaradi problematičnosti reduciranja raziskovanja razredne narave kulturnega kapitala na dejansko vedenje, torej prakse, smo v naši študiji za osnovo oblikovanja kulturnih tipov izbrali le spremenljivke, ki so merile znanje na področju legitimnega kulturnega kanona in okus (ki obstaja kot implicitno praktično znanje, utelešeno v habitusu kot interpretativnem okvirju).

Izhajali smo iz stališča, da analize kulturne potrošnje in njene družbene distribucije ni več mogoče utemeljevati na binarnem nasprotju med visoko in popularno kulturo, ker sta danes popularna kultura in kultura vsakdanjega življenja ključni za prakse distinkcije ter socialno distanco. Pri vprašanju kulturnih distinkcij tako izhajamo iz razlikovanja med visoko in popularno estetiko, ki odraža tudi notranjo diferenciranost popularne kulture, oz. iz uporabe t. i. estetske dispozicije (Bourdieu 2000/1979, glej tudi Weininger 2005). Večinoma različni pristopi razlikujejo tri vrste estetik ali diskurzov: umetniški diskurz, domačijski ali ljudski diskurz in pop diskurz (gl. Frith 1991).¹⁶ Ti trije diskurzi ali sheme ne pomenijo nekakšnih metažanrov, temveč medsebojno prekrivajoče se in le nejasno ločene mreže, skozi katere se »bere« popularna kultura. Holt (1997) celo meni, da umetnost danes konstituira le majhen del univerzuma potrošnih polj, ki se lahko izkoristijo za družbeno reprodukcijo. Če bi se osredotočili le na razmerje med visoko in množično kulturo ter spremenjeni odnos elite do visoke kulture (kot na primer študije omnivornosti), bi zapostavili notranjo diferenciacijo popularne kulture ter vrsto drugih praks s področja vsakdanjega življenja, ki jih vsakokratna elita uporablja v mikropolitikah kulturne distinkcije – od športa, socializiranja, prehrane, počitnic, opreme stanovanja itn. Oblikovanje kulturnih tipov je tako temeljilo na odgovorih na:

1. šest vprašanj, ki so na lestvici od ena do pet merila okus na različnih področjih: televizija, glasbeni žanri, žanri knjižne produkcije, televizija, film in likovna umetnost. Pri televiziji smo merili tako žanrske preference kot konkretne oddaje, pri filmu in likovni umetnosti pa konkretne filme oz. likovna dela. S konkretizacijo se pogosto izognemo normativno zaželenim odgovorom pri določenih skupinah anketirancev z manj kulturnega kapitala, kjer predstavlja preferenca za npr. televizijsko oddajo »Osmi dan« zanesljivejši podatek ali vsaj nujno dopolnilo kot pa le izražena preferenca za t. i. »oddaje o kulturi« na televiziji. Ali če parafraziramo Parkina (1971: 93), ko razpravlja o razredno specifičnih pomenskih sistemih: kjer se govori v abstraktnem jeziku, bodo nižji razredi bolj verjetno odgovarjali normativno, torej se bodo pri odgovorih pogosteje naslonili na moralni referenčni okvir, ki ga ponuja dominantni vrednostni sistem, če pa jim ponudimo konkretne situacije, na

15. Le manjše število študij proučevanje družbeno-kulturnih distinkcij utemeljuje na okusu. Najbolj znani primeri so Peterson (2005), Peterson in Simkus (1992) ter Peterson in Kern (1996), ki se prevladujoče ukvarjajo z distinkcijami na področju glasbe in okus za glasbene žanre razumejo kot najboljši približek okusu nasploh.

16. Schulze (1992) podobno uporablja diferenciacijo na tri sheme: visokokulturno shemo, trivialno shemo – ljudska kultura, shemo vznemirjenja – pop kultura). O treh kulturnih shemah glej tudi van Eijck in Lievens (2008).

podlagi katerih naj se odločajo, bo pri odgovoru bolj verjetno uporabljen podrejeni ali pogajalski moralni referenčni okvir.

2. tri vprašanja, s katerimi smo merili znanje na treh področjih kulturne produkcije: film, literatura in likovna umetnost.¹⁷ Podatke o znanju na področju kanoničnih del vizualne kulture in literature smo po eni strani uporabljali kot indikator samo-umevne domačnosti anketiranca z najbolj razvpitim kanonom legitimne kulture ter po drugi strani tudi kot surogatno mero za zmožnost potrošnje, presojanja in užitka v tej kulturi. Znanje je torej predpogoj za »kulturno samozaupanje« (Bennett in dr. 2009: 71), za eksperimentiranje s kulturnimi praksami in žanri (npr. »kamp« branje) in predpogoj za mikropolitiko klasifikacije.

Ker je to za naš model pomenilo preveč različnih dimenzij podatkov, smo, da bi reducirali razsežnost podatkov, za vsak posamezen sklop spremenljivk najprej naredili faktorске analize z ustreznimi rotacijami. Na podlagi rezultatov smo iz posameznih sklopov izločili neustrezne spremenljivke, iz ostalih spremenljivk pa smo sestavili posamezne faktorje, pri čemer je posameznikova vrednost pri določenem faktorju povprečje spremenljivk, ki faktor sestavljajo. V prvem koraku smo torej naše podatke z začetnih 89 spremenljivk (71 in 18) zreducirali na 20, te pa smo v nadaljevanju lahko uporabili v našem modelu. Naš cilj je bil, da anketirance razvrstimo v skupine glede na podobnosti, kjer so znotraj ene skupine enote, ki so si med seboj kar se da podobne, skupine pa so si med seboj kar se da različne po vseh merjenih lastnostih. Za razvrščanje smo uporabljali metodo voditeljev (K-means), ki spada med nehierarhične metode lokalne optimizacije.

4 Rezultati: pet kulturnih tipov in njihove družbene značilnosti

Na podlagi zgoraj naštetih desetih vprašanj in 71 spremenljivk, s katerimi smo merili bodisi estetske preference bodisi znanje, se je za optimalno izkazala razvrstitev v pet skupin. Teh pet skupin se torej razlikuje glede svojih preferenc na področju televizije, filma, vizualne umetnosti, glasbe in literature ter količine legitimnega kulturnega kapitala – torej znanja na področju vizualnih umetnosti in literature. Vsaka skupina ima specifičen kulturni karakter, ki je oblikovan na podlagi zgoraj naštetih spremenljivk. V tabelah P1 in P2 (glej prilogo) lahko vidimo vrednosti tistih spremenljivk pri posameznih tipih, na podlagi katerih so bile skupine oblikovane. Izognili smo se številčnim vrednostim in smo predstavili le odstopanje navzgor ali navzdol od povprečnih vrednosti spremenljivke na celotnem vzorcu vseh anketirancev skupaj oz. celotne populacije. Na ta način smo bolj pregledno predstavili kulturni značaj posameznega tipa. Značaj petih kulturnih tipov bomo najprej na kratko opredelili, ne da bi ugotavljali družbeno ozadje teh petih distinktivnih kulturnih profilov. Vprašanja strukturnih pogojev, ki generirajo različne oblike kulturne in ideološke kompetence, se bomo lotili v naslednjem koraku.

17. Anketiranci na primer dobili v roke barvne reprodukcije (Grohar, Kobilca, Hirst, NSK, Lichtenstein, Warhol, Kahlo) in se do njih opredeljevali na lestvici od ena do pet ter imenovali avtorja, če so ga identificirali.

Glasba ostaja področje kulture, kjer so tradicionalne hierarhije estetskega vrednotenja še najbolj utrjene, glasbeni okus pa je dober barometer bolj splošnih kulturnih dispozicij (gl. Peterson in Kern 1992, Peterson in Simkus 1996, Bourdieu 2000/1979, Bennett in dr. 1999). Če specifični značaj petih kulturnih skupin opazujemo le skozi njihove glasbene preference in predpostavljamo homologijo tega okusa z okusi na drugih področjih kulture, je razlika med njimi zelo očitna: prva skupina preferira tako klasično kot popularno glasbo (npr. rock, alter rock, jazz, etno), vendar pa kljub prestopanju meja med »sveto« in »profano« kulturo nekatere meje ostajajo jasno začrtane in jih ta skupina ne prestopi, saj zavrača stigmatizirane domačijske in komercialno-domačijske žanre (narodno-zabavna glasba, slovenski in jugoturbofolk) ter metal in komercialni pop. Ker so glasbene preference te skupine omejene na visoko kulturo in t. i. visoko popularno kulturo, torej na umetniški diskurz (Frith 1991, Collins 2002), ji recimo »elita A«. Drugi in tretji tip najvišje ocene dajeta narodno-zabavni glasbi in turbofolku kot nasprotnemu polu hierarhije glasbenih okusov. Drugo skupino bomo zato poimenovali »domačijski tip«, tretjo pa »pasivni domačijski tip«, ker so zanj značilne nizke ocene vseh glasbenih žanrov, razen narodno-zabavne glasbe, hkrati pa nizko ocenjuje in slabo pozna praktično vse kulturne artefakte, na podlagi katerih je bila tipologija ustvarjena. Četrta skupina (recimo ji »elita B«) preferira tako klasiko kot pop in ima torej v primerjavi z elito A eklektičen ter manj distinktiven sredinski okus, z manjšimi vrednostmi pri alternativnih glasbenih žanrih, višjim vrednotenjem komercialnega popa in manjšim odporom do komercialno-domačijskih žanrov. Peti skupini bomo rekli »komercialni tip«, ker preferira praktično vse žanre popularne glasbe, izrazito nizke ocene pa daje visoki in visoki popularni kulturi, torej umetniškemu diskurzu in domačijskim žanrom. Anketirana populacija prebivalcev mestnih občin Maribora in Ljubljane je tako razdeljena na izrazito elitno skupino z visoko količino kulturnega kapitala (prva skupina ali elita A, 102 enoti), ki konzumira tako visoko kulturo kot nekomercialno popularno kulturo, na dve skupini z nizkim kulturnim kapitalom in domačijskim okusom, torej na domačijski tip in na pasivni domačijski tip (druga in tretja skupina, 252 oz. 135 enote), na potrošnike sredinske kulture ali elita B (četrta skupina, 172 enoti) in na potrošnike komercialne množične kulture, torej komercialni tip (peta skupina, 159 enot).

Tabela 1: Izbrane preference in kompetence po kulturnih tipih
Okus smo merili na lestevici od 1 do 5, pri čemer 1 pomeni najslabša ocena, 5 pa najboljša. Znanje smo merili z nič ali ena (1 pomeni, da je anketiranec avtorja pravilno identificiral).

	Elita A	Domač. tip	Pasivni domač. tip	Elita B	Komerc. tip	Povprečje
Okus – glasba						
Nar.-zab. glasba	1,95	4,14	3,68	2,76	2,36	3,10
Alter rock	3,13	1,62	1,49	2,15	2,37	2,09
Pop	2,93	3,02	2,47	3,18	3,61	3,09
Klasika	3,81	3,13	2,82	3,73	2,02	3,06
Okus TV						
Big Brother slavnih	1,54	3,03	1,80	1,50	2,40	2,18
Lepo je biti sosed	1,81	3,93	2,56	2,08	2,53	2,74
Knjiga mene briga	3,31	2,90	2,21	2,92	2,10	2,72
Na zdravje	1,75	3,90	2,71	1,93	2,00	2,64
CSI	3,53	3,76	2,89	3,18	4,27	3,61
Novice	3,06	4,17	3,90	3,47	3,17	3,63
Kultura, umetnost	3,48	3,02	2,58	3,11	2,31	2,89
Znanje						
Gospa Bovary – Flaubert	0,63	0,11	0,13	0,27	0,23	0,24
Proces – Kafka	0,66	0,07	0,07	0,28	0,09	0,20
Grohar	0,83	0,36	0,39	0,70	0,31	0,49
Kobilca	0,78	0,18	0,22	0,38	0,12	0,38
Warhol	0,45	0,01	0,00	0,07	0,04	0,08
Boter – Coppolla	0,62	0,05	0,07	0,10	0,16	0,16
E.T. – Spielberg	0,89	0,20	0,30	0,56	0,60	0,47

a. Intelktualna in sredinska elita

Oba elitna tipa (elita A in elita B) družijo nizke ocene različnih žanrov televizijske pop kulture in posebej nizko vrednotenje domačijske televizijske kulture. Na vseh področjih je okus elite B bolj sredinsko povprečen, kot da bi bili razpeti med okusom, h kateremu se bolj nagibajo (pop), in okusom, ki se jim zdi bolj primeren (klasika). Preferenco elite B za visoko in hkrati pop kulturo lahko pojasnimo z vlogo, ki jo danes igra del visoke kulture. Ta namreč tako v družbenoritualnem kot v estetskem smislu deluje kot konformistična sredinska kultura. Sredinski kulturni okus elite B najbolje označuje značilno odklanjanje avantgardnega eksperimentiranja z obliko v umetnosti, kar jih razlikuje od bolj »intelektualnega okusa« prve skupine. Pri likovni umetnosti tako nizko vrednotijo »sodobno umetnost« (v našem vprašalniku npr. Hirst, NSK, Lichtenstein), visoko pa kanonizirano klasiko (Grohar, van Gogh, Kobilca), torej realistično oz. reprezentacijsko umetnost. Po poznavanju vseh treh

področij kulture indeksi elite B precej zaostajajo za elito A, so pa dobro zasidrani na drugem mestu pred vsemi ostalimi skupinami. Okus elite B je v resnici okus, ki ga Gans (1999/1974) in Bourdieu (2000/1979) imenujeta sredinski okus (»middlebrow« oz. »culture moyenne«), torej povprečna kultura s pretenzijo za konvencionalno visoko kulturo, kjer pomembno vlogo igrajo rituali, ki gredo z roko v roki s potrošnjo te kulture (npr. družbenostatusni rituali v okviru abonmajev dostopne klasične glasbe). Ali, kot pravi Bourdieu, sredinska kultura »kombinira dve sicer izključujoči se značilnosti, neposredno dostopnost in zunanje znake kulturne legitimnosti, /.../ sredinska kultura je odločno proti vulgarnosti« (2000/1979: 323, 326).

b. Komercialni tip

Komercialni tip je v celoti distanciran od visoke kulture in izrazito odstopa od povprečja po nizkih ocenah vseh literarnih žanrov, nizkih ocenah slikarskega kanona ter nizkih ocenah vseh glasbenih žanrov, ki se uvrščajo bodisi v visoko kulturo ali visoko popularno kulturo; edina izjema sta rock in alternativni rock. To je skupina z izrazitimi preferencami za urbano popularno glasbo, posebej pa odstopa tudi po visokih ocenah elektronike. Popularna glasba in popularni film sta osrednjega pomena za ta kulturni tip. To se kaže tudi v najvišjem številu glasbenih albumov in filmov v elektronski obliki, prenesenih z interneta (več kot 120), in najnižjem številu knjig med vsemi petimi skupinami (štiri). Za komercialni tip so značilne nadpovprečne ocene za komercialno televizijsko kulturo, podpovprečne ocene za visoko televizijsko kulturo in za ljudsko-domačijske oddaje domače produkcije tipa »Na zdravje« ter izrazito podpovprečne ocene za informativne žanre. Distanca do visoke kulture se še izraziteje kaže na področju znanja. Komercialni tip se pri poznavanju komercialnega filma giblje okoli povprečja, je pa izrazit nepoznavalec vizualne umetnosti, tudi njenih najbolj kanoničnih primerkov, in onstran najbolj očitnega šolskega obveznega čtiva (*Zločin in kazen*, *Gospa Bovary*) ne pozna literarnih avtorjev, po katerih smo spraševali. Ta skupina je v primerjavi z ostalimi štirimi kulturnimi tipi najverjetneje v povprečju mlajša, njen kulturni okus pa bo treba interpretirati s pomočjo dodatnih neodvisnih spremenljivk, saj je njen glasbeni okus tako generacijsko kot razredno specifičen.

c. Domačijska tipa in ljudski diskurz

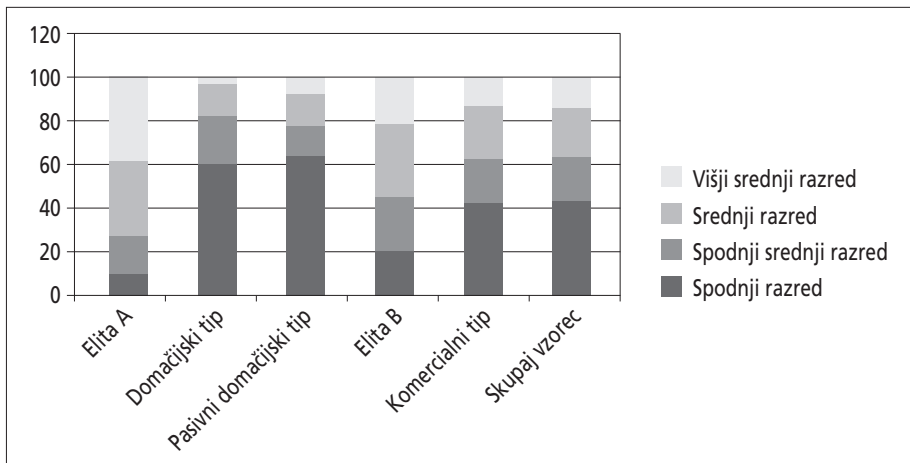
Oba domačijska tipa izstopata po visokih ocenah domačijske kulture ali t. i. ljudskega diskurza (Frith 1991) in najnižjih indeksih znanja na področju kanonizirane »šolske« kulture. Izrazito ju razlikujejo ocene televizijske kulture: domačijski tip je popolnoma vpet v televizijsko kulturo in pozitivno ocenjuje praktično vse televizijske žanre, še najvišje domače nadaljevanke, aktualnodokumentarni program in domače pogovorno-varietejske oddaje (npr. *Spet doma*, *Na zdravje*, *Lepo je biti sosed*, *Preverjeno*). Za pasivni domačijski tip pa so po drugi strani značilne podpovprečne ocene večine kulturnih artefaktov razen informativnih žanrov. V celoti so povprečne ocene kulturnih artefaktov pasivnega domačijskega tipa bistveno nižje od ocen ostalih skupin, najbolj izrazite pa so te razlike pri tradicionalnih oblikah legitimne visoke kulture (literatura, slikarstvo). Glasba in kultura nasploh torej za to skupino nimata pomembne vloge. Po literarnih preferencah in televizijskem

okusu domačijskega tipa (višje preference za psihološke priročnike in ljubezenske romane ter televizijsko fikcijo) ter po indiferentnosti pasivnega domačijskega tipa do kulture nasploh pa sklepamo, da je spol ob drugih družbenih lastnostih pomemben vir razlik med obema domačijskima kulturnima tipoma.

4.1 Družbeni značaj skupin in kulturne prakse

V nabor neodvisnih spremenljivk, ki so nam dale dodatne informacije o petih kulturnih tipih, smo vključili družbenodemografske lastnosti in družinsko ozadje (spol, starost, dohodek, premoženje, izobrazba, izobrazba staršev, poklic, poklic staršev ...) ter vrednote. Poleg sociodemografskih spremenljivk smo kulturne skupine definirali še z dodatnimi kulturnimi spremenljivkami, ki niso bile vključene v osnovno razvrščanje, gre pa predvsem za spremenljivke, ki merijo prakse na področju popularne in visoke kulture ter prakse na področju vsakdanjega življenja. Najprej smo ugotavljali, v kakšnem odnosu so kulturni tipi do poklicnih razredov. Pri tem smo se naslonili na Goldthorpovo (2000: 206–229) shemo poklicnih razredov, ki temelji na delitvi ljudi glede na poklic in položaj na delovnem mestu ter kot izhodišče klasifikacije upošteva položaj posameznika znotraj trga dela in pogoje zaposlitve: varnost oz. tveganje zaposlitve, stabilnost dohodkov, možnosti za napredovanje, stopnjo avtonomnosti pri opravljanju dela, položaj v zaposlitveni hierarhiji. Goldthorpova razredna shema (ESeC) je v bolj ali manj agregiranih oblikah (enajst, sedem ali štirje poklicni razredi) dobila veliko podporo v okviru empiričnega raziskovanja. V naši raziskavi smo glede na obsega raziskave in glede na populacijo, ki je bile omejena na prebivalce Ljubljane in Maribora, devetstopenjsko lestvico združili v štiri enotne kategorije. Štirje poklicni razredi, ki smo jih na osnovi odgovorov na vprašanje, kakšno delo oz. poklic opravljajo naši anketiranci (oz. kakšnega so opravljali pred upokojitvijo ali preden so izgubili zaposlitev), oblikovali na osnovi Goldthorpove sheme poklicnih razredov, so: 1. spodnji razred, 42,2 % celotnega vzorca (sem štejejo rutinski delavci in nižji uslužbenci, ki opravljajo nefizična dela), 2. spodnji srednji razred, 20,2 % vzorca (uslužbenci, samozaposleni), 3. srednji razred, 22,7 % (srednji menedžerji, strokovnjaki), in 4. višji srednji oz. zgornji razred, 13,9 % (višji menedžerji, najvišje zaposlitvene kategorije). Graf št. 1 ponazarja razmerje med kulturnimi tipi in poklicnimi razredi, v prilogi pa najdemo še tabelarni prikaz razmerja med poklicnimi in kulturnimi razredi (Tabela P3).¹⁸

18. ESeC je okrajšava za The European Soci-economic Classification. Univerzitetni profesor in zdravnik, na primer, sta bila uvrščena v višji srednji/višji razred, osnovnošolski učitelj ali medicinska sestra v srednji razred, tajnica v spodnji srednji, prodajalka, skladiščnik in čistilka pa v nižji razred. Dostopno prek <https://www.iser.essex.ac.uk/archives/esecc/user-guide/the-european-socio-economic-classification> (15. 9. 2012)

Graf 1: Razmerje med kulturnimi tipi in poklicnimi razredi

Kot vidimo, se tri kulturne skupine izraziteje ujemajo s poklicnim razredom – elita A s srednjim in višjim srednjim, domačijski tip in pasivni domačijski tip pa s spodnjim ter spodnjim srednjim razredom. Pri eliti B in komercialnem tipu je zveza med razredom in kulturo bolj zabrisana. Čeprav poklicni razred torej pomembno strukturira kulturni okus in kompetence na področju kulture, pa to drži le za elitno in domačijsko kulturo, ki se ujemata z vrhom in dnom družbene lestvice. Pri komercialni kulturi in konvencionalni sredinski kulturi, ki jo poosebljata komercialni tip in elita B, so kulturne preference in kompetence manj jasno povezane z razrednostjo, kot jo konstituira poklicno-razredna klasifikacija ESeC, simbolne meje med poklicnimi razredi pa so bolj difuzne. Elita B in komercialni tip torej nista jasno povezana z eno od poklicnorazrednih formacij, temveč v reificirani obliki kulturnih tipov poosebljata značilnosti kulturne potrošnje vseh formacij srednjega razreda (sredinska kultura pri eliti B) oz. nižjega in nižjega srednjega razreda (komercialna kultura).

4.2 Kulturni frakciji srednjega razreda vs. domačijsko-komercialna kultura spodnjega razreda

Elito A in elito B lahko glede na poklicnorazredno klasifikacijo uvrstimo v srednji oz. višji srednji razred (glej Tabela št. P3 in Graf št. 1). Tako se približno 70% respondentov, ki so uvrščeni v elito A uvršča v srednji poklicni razred ali višji srednji/zgornji razred, medtem ko se približno 80% respondentov tako iz domačijske in pasivno-domačijske skupine uvršča v nižji razred ali nižji srednji poklicni razred. Približno 70% anketirank in anketirancev iz višjega srednjega razreda so v naši študiji uvrščeni v druge kulturne tipe, in čeprav je v komercialnem tipu polovica anketirancev starih do 30 let, ima tako elita A kot elita B precejšen odstotek anketirancev, starih do 30 let (16,5% oz. 16,9%). Ker je delež neetničnih Slovencev pri obeh domačijskih tipih in pri komercialnem tipu izrazito nadpovprečen (glej tabelo 2), je očitno, da je v Sloveniji vprašanje razmerja med kulturo in razredom povezano z etnično pripadnostjo ter da

etnična marginalizacija podpira učinek razrednih distinkcij. Starost, spol in etničnost igrata na dnu lestvice veliko večjo vlogo kot pri njenem vrhu.

Tabela 2: Izbrane demografske in družbene značilnosti, kulturne prakse ter lastništvo glede na kulturni tip¹⁹

	Elita A	Domač. tip	Pasivni domač. tip	Elita B	Komerc. tip	Povprečje
Demografija¹						
MB/LJ	bolj LJ	bolj ženski	bolj MB		bolj moški	
Povpr. starost	45,5	53,7	55,2	46,4	32,5	46,8
Višja, visoka izobr.	66,7	16,3	13,5	56,4	26,6	33,3
Samouvrstitev	5,95	5,19	5,01	6,09	5,97	5,62
Vrednote, stališča²						
Pol. stranka – blizu	Bolj LDS, bolj Zares	Bolj DESUS	Bolj SNS	Bolj SD, SDS	Bolj SNS, bolj LDS	
Druge narodn.	77,1	56,2	58,6	72,8	52,0	62,0
Pravice homoseks.	54,1	15,0	7,8	34,1	24,6	24,5
Ženske – kariera	9,3	51,3	60,9	35,6	37,1	42,2
Aktivnosti						
Kino	70,4	23,8	22,2	67,6	74,6	47,7
Klas. konc.	46,8	9,9	12,5	36,6	6,4	20,1
Galerije	45,4	2,1	5,4	30,9	3,5	14,7
Gledališča	60,1	20,9	18,4	51,5	20,2	32,0
Rock, pop koncert	56,9	15,8	8,6	27,9	48,8	29,7
Lokal	75,0	52,8	49,2	68,2	92,4	66,9

OPOMBE: 1. Ugotavljali smo, ali je skupina neuravnotežena glede na spol in mesto prebivanja (Maribor oz. Ljubljana), povprečno starost kulturnega tipa in samouvrstitev po tipih. Anketiranci so se samouvrstili na hierarhični lestvici družbenih razredov od 1 do 10 (ena je dno, deset pa vrh družbene lestvice).

2. Spodaj v celoti navajamo trditve, do katerih so se anketiranci opredeljevali na lestvici od ena do pet.

Odstotki se nanašajo na odstotek tistih anketirancev v posameznem kulturnem tipu, ki so na trditve odgovorili z odgovorom »se strinjam« ali »popolnoma se strinjam«: A: Druge narodnosti, ki živijo stalno v Sloveniji, prispevajo k večji kulturni pestrosti. B: Homoseksualci bi morali imeti tako kot drugi pravico do poroke in posvojitve otrok. F: Samo eden od staršev lahko prav tako dobro vzgaja otroka kot oba skupaj. C: Ženske bi morale več časa posvetiti skrbi za otroke in družino kot pa karieri.

Domačijski in pasivni domačijski tip sta torej skupini z najnižjim ekonomskih in kulturnim kapitalom, razlike v kulturnih preferencah med njima pa gre interpretirati

19. Pri aktivnostih odstotki vključujejo odstotek tistih anketirancev iz posameznega kulturnega tipa, ki to počno redno ali vsaj nekajkrat letno. Število prebranih knjig navajamo v absolutnih številkah. Okus smo merili na lestvici od 1 do 5, pri čemer 1 pomeni najslabša ocena, 5 pa najboljša. Znanje smo merili z nič ali ena (1 pomeni, da je anketiranec avtorja pravilno identificiral). Pri lastništvu smo merili število izvirnih likovnih del, ki jih ima doma anketiranec, in število glasbenih albumov v elektronski obliki.

predvsem skozi razlike v spolni sestavi in regionalni specifičnosti obeh skupin. Spolna in generacijska diferenciacija v okusu se pri teh treh skupinah s spodnje polovice poklicne lestvice kaže veliko izraziteje kot v srednjem razredu. V generacijskem smislu se to izraža v premiku od domačijske kulture h komercialni popularni kulturi pri mlajši urbani generaciji. Ker je televizijski okus razredno bolj konvergenten kot okus na kateremkoli drugem področju, se spolna diferenciacija kulturnih okusov najočitneje kaže skozi televizijski okus. Izraža se kot razlika med »navznoter usmerjenimi okusi« prevladujoče ženskega domačijskega tipa za nadaljevanke, nanizanke in kuharske oddaje ter »navzven usmerjenimi okusi« pasivnega domačijskega tipa (glej Bennett 2009: 232) kot preference za novice, aktualno-dokumentarni program, okrogle mize in debate. Spol je priznana močna sila, ki strukturira organizacijo kulturnih okusov in praks ter pogosto preči razredne distinkcije ravno zaradi konvencionalnih spolnih vlog, ki so na dnu družbene lestvice bistveno manj subvertirane kot na njenem vrhu.

Razred in izobrazba partnerjev in staršev pri vseh petih kulturnih tipih govori v prid znani Webrovi (1978: 187) tezi, da status temelji na stilu življenja, v praksi pa se izraža skozi »connubium«, torej poroke, delitev »mize in hrane«, tj. prijateljske in osebne mreže, skozi monopolistično prisvajanje določenih možnosti ter iz drugih statusnih konvencij. Naj za primer navedemo, da imajo partnerji elite A v 64,2 % visoko izobrazbo, razmerja pri obeh domačijskih tipih pa so ravno obratna – kar 70 % partnerjev domačijskega tipa ima namreč le osnovno ali poklicno šolo. Hierarhija se reproducira v vsakdanjem delovanju in skozi vsakdanje izbire (iskanje partnerja, prijateljske zveze, potrošne izbire, estetske izbire, politične ali etične izbire) in je posledica ali stranski produkt rutinskih odnosov. Meje med kulturnimi razredi se tako konstituirajo skozi socialne in intimne odnose v okviru mikropolitike vsakdanje družbene interakcije. Družbene kolektivitete, ki lahko izhajajo iz teh praks, pa vzpostavljajo simbolne meje med posamezniki, pripadniki različnih statusnih skupin in razrednih frakcij.

Samouvrščanje oz. samopercepcija petih kulturnih tipov na hierarhični lestvici družbenih razredov od ena do deset kaže drugačne in presenetljive rezultate. Tri skupine – elita A, elita B in komercialni tip – se gnetejo na šestici, oba domačijska tipa pa na petici. Razpon med petimi skupinami in štirimi poklicnimi razredi je izredno majhen. Ker elita A nima samo več kulturnega, temveč tudi več ekonomskega kapitala, samouvrščanja elite B in komercialnega tipa ob bok eliti A ne moremo pojasniti npr. s prevlado ekonomskega kapitala na račun kulturnega pri eliti B in komercialnem tipu. Elita A namreč živi v gospodinjstvu, kjer je povprečni dohodek 2700 evrov neto mesečno, elita B in komercialni tip pa v gospodinjstvu s povprečno 2200 oz. 1700 evri dohodka. Na boljši ekonomski položaj elite A kažejo tudi vsi premoženjski indikatorji (vikend ali dodatno stanovanje, delnice ali vrednostni papirji, gospodinjstva pomoč itd.).²⁰ Tisti z več denarja imajo po naših podatkih v obeh mestih tudi večji kulturni kapital. Bourdieujeve delitve na dve krili višjega srednjega razreda – na »bogate v kulturi«

20. Dobrine, pri katerih elita B »prekaša« elito A, so predvsem zabavna elektronika in gospodinjstva oprema: LCD ali plazma televizor, sušilni stroj, DVD-snemalnik, domači kinosistem.

(servisni razred) in »bogate v denarju« (upravljavski razred) – torej v naši študiji ne moremo potrditi (Bourdieu 2000/1979, Bennett in drugi 2009).

5 Sklep

Kljub ekonomsko razmeroma egalitarni distribuciji dohodkov v Sloveniji ali pa ravno zaradi ekonomskega egalitarizma in nizkih taksonomičnih mej med razredi ter politično in medijsko intenzivni konstrukciji populistične fikcije »običajnega Slovencea« smo ugotovili obstoj razmeroma izrazitih simbolnih distinkcij, ki podpirajo v evropskem kontekstu majhne ekonomske distinkcije. Pri tem zvezo med razredom in kulturo posredujejo tudi druge demografsko-socialne značilnosti. Spol ali etničnost sta kot način strukturiranja družbene prakse nasploh nujno prepletena z drugimi družbenimi institucijami, torej tudi razredom. V študiji smo tako hkrati odkrili vsaj štiri tekmujoče vidike kulturnih distinkcij: distinkcije glede na razred, spol, generacijo in etnično pripadnost. Toda za vse velja, da so pogojene s poklicnim razredom, ki smo ga merili s klasifikacijo ESeC. Spolne, generacijske in etnične razlike v kulturnih preferencah ter potrošnji se namreč najmočneje izražajo v nižjih poklicnorazrednih kategorijah. Obvladovanje nacionalno specifičnega kulturnega kapitala zmanjšuje relevantnost etnične pripadnosti ali učinek starostne kohorte oz. spolnih razlik v kulturnih preferencah, praksah in kompetencah. Dve kulturni skupini se tako v ekonomskem kot kulturnem smislu umeščata v srednji in višji srednji razred. Spolne in generacijske razlike igrajo tu majhno vlogo, presenetljivo vlogo pa igra mesto prebivanja anketiranca. Razlike med bolj ljubljansko elito (elita A) in regionalno uravnoteženo elito B verjetno izhajajo iz koncentracije kreativnih ekonomij in profesionalnega servisnega razreda v Ljubljani.

Trije kulturni tipi se uvrščajo v nižji razred ali nižji srednji razred. Pri vseh velja, da spolne, generacijske, etnične in regionalne distinkcije pomembno okrepijo učinek razrednih razlik oz., obratno, biti nižjega razreda podpre učinek spola, generacije in etnične pripadnosti. Okus žensk iz nižjega razreda je tako bolj specifično ženski kot okus žensk iz višjega srednjega razreda.²¹ Kulturni okus kot indikator kulturnega kapitala pojasnjujejo tudi politične vrednote, saj oba strukturira isti habitus (gl. Van Eijck in Lievens 2008: 225). Vrsta hegemonične moškosti, ki je tipična za delavski razred in se kaže v njegovi politični distinktivnosti z močno avtoritarno črto, se odraža tudi v odgovorih, s katerimi smo merili liberalne vrednote. Za oba bolj moška kulturna tipa nižjega in nižjega srednjega poklicnega razreda (pasivni domačijski tip in komercialni tip) je značilna nadpovprečna simpatija do nacionalistične politične stranke. Hkrati vse tri skupine domačijsko-komercialne kulture v nadpovprečni meri nasprotujejo migraciji,

21. Morda bi se z drugačno metodo, ki bi bila bolj občutljiva za simbolni vidik materialnih artefaktov, dokopali do drugačnih rezultatov. R. Collins (1992) govori o weberjanski družinski delitvi dela, kjer se moški specializirajo za razred, ženske pa te resurse konvertirajo v status (1982: 227). Proizvodnja kulturnih meja je tako bolj ženska domena, kjer je vloga gospodinje definirana primarno kot »produkcija in potrošnja statusa« (oprema stanovanja, prezentacija hrane, samoprezentacija). To morda velja zlasti za ženske srednjega razreda, ki se posebej ukvarjajo z estetskimi dimenzijami potrošnje.

državljskim pravicam spolnih manjšin in delno tudi ženski enakopravnosti (razen mlajšega komercialnega tipa).²²

Kulturno pasivnost domačijskih skupin, ki se prevladujoče uvrščata v nižji oz. delavski razred in delno v nižji srednji razred, moramo interpretirati v kontekstu področij, ki jih naš vprašalnik preiskuje, in tistih področij, ki niso bila vključena v vprašalnik. Prakse, povezane z gradnjo hiše, popravili okoli nje, ročnimi deli, avtomobilom, vrtnarjenjem, gasilstvom, različnimi oblikami sive ekonomije, obiskovanjem sorodnikov in pomočjo sorodnikom, sosedsko in sorodstveno solidarnostjo ter družabnostjo, so aktivnosti, po katerih nismo spraševali, so pa konstitutivni del življenja teh kulturnih in razrednih formacij, ki imajo intenzivno družbeno življenje, temelječe na sorodstvu, sosedstvu in lokalni skupnosti. Njihovo očitno kulturno abstinenco, na katero kažejo naši rezultati, moramo torej brati le v kontekstu odnosa do legitimne kulture ter distribucije moči in prestiža, ki je povezan z obvladovanjem legitimne kulture. Toda to ne postavlja pod vprašaj naših rezultatov, saj jasno govori o tem, da imamo opravka z razredno specifičnimi pomenskimi sistemi, ki so kulturno in politično distinktivni ter imajo večjo ali manjšo možnost transformacije kulturnega kapitala v socialni ali ekonomski kapital. Družbene meje, ki se kažejo skozi kulturne distinkcije, v Sloveniji ne potekajo med visoko legitimno kulturo na eni strani in množično popularno kulturo na drugi, temveč osrednja kulturna distinkcija, ki ima funkcijo družbenih meja, poteka znotraj popularne kulture kot delitev med domačijsko-komercialno kulturo, komercialno kulturo in »visoko« ali urbano popularno kulturo, obenem pa je mikropolitika distinkcijskih praks konstitutivna za vrednote in politična stališča ter sestavni del praks vsakdanjega življenja (skrb za telo, prehranski režimi in podobno). Politična stališča in vrednote vseh petih kulturnih tipov kažejo na to, da sta liberalnost in toleranca sestavni del kulturnega kapitala ter prestižni simbol višjega srednjega razreda, neliberalna politična stališča in vrednote treh domačijsko-komercialnih tipov pa so simbolni izraz politične retorike in demagoškega etosa nacionalne komercialne kulture, ki jo ti trije kulturni tipi v največji meri konzumirajo.

Literatura

- Alexander, C. Jeffrey, in Thompson, Kenneth (2008): *A Contemporary Introduction to Sociology. Culture and Society in Transition*. Boulder: Paradigm Publishers.
- Bennett, Tony, Emmison, Michael, in Frow, John (2001): *Accounting for Tastes: Australian Everyday Cultures*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bennett, Tony, Savage, Mike, Silva, B. Elizabeth, Warde, Alan, Gayo-Cal Modesto, in Wright, David (2009): *Culture, Clas, Distinction*. London: Routledge.
- Bernik, Ivan, in Trbanc, Martina (2005): Avtoportret višjega srednjega sloja: izjemnost in konformnost. *Teorija in praksa*, 42 (1): 65–86.

22. O splošni političnodiskurzivni protislovnosti komercialne kulture govorijo tudi strankarske preference obeh tipov, ki ju ta kultura najbolj opredeljuje, elite B in komercialnega tipa. Komercialni tip odstopa od povprečja pri simpatijah za LDS in SNS, elita B pa za SD in hkrati SDS. LDS in SNS sta bili v času anketiranja še parlamentarni stranki.

- Bottero, Wendy (2005): *Stratification. Social division and inequality*. New York, London: Routledge.
- Bourdieu, Pierre (2000/1979): *Distinction*. New York, London: Routledge.
- Bourdieu, Pierre (1986): *The Forms of Capital*. V J. F. Richardson (ur.). *Handbook of Theory of Research for the Sociology of Education*, 241-252. New York: Greenwood.
- Brešar Iskra, Alenka, in dr. (1995): *Kvaliteta življenja: 1984–1994*. Raziskovalno poročilo. Ljubljana: FDV, IDV.
- Chan, Wak Wing, in Goldthorpe, John H. (2007): *Social Stratification and Cultural Consumption: Music in England*. *European Sociological Review*, 23 (1): 1-19.
- Collins, Jim (2002): *High Pop: An Introduction*. V Jim Collins (ur.): *High-Pop: Making Culture into Popular Entertainment*, 1–31. Malden and Oxford: Blackwell.
- Collins, Randal (1982): *Women and the Production of Status Cultures*. V M. Lamont in M. Fournier (ur.): *Cultivating Differences: Symbolic Boundaries and the Making of Inequality*: 213-231. Chicago: University of Chicago Press.
- Crompton, Rosemary (2008): *Class & Stratification*. Cambridge: Polity Press.
- Černigoj-Sadar, Nevenka (1991): *Socialni položaj, materialni standard in način preživljanja prostega časa*. *Družboslovne razprave*, VIII (12): 52-65.
- DiMaggio, Paul (1982): *Cultural boundaries and structural change: the extension of the high culture model to theatre, opera and dance, 1900-1940*. V M. Lamont in M. Fournier (ur.): *Cultivating Differences: Symbolic Boundaries and the Making of Inequality*: 21-57. Chicago: University of Chicago Press.
- Eijck, van Koen, in Lievens, John (2008): *Cultural omnivorousness as a combination of high-brow, pop and folk elements: The relation between taste patterns and attitudes concerning social integration*. *Poetics*, 36 (2-39): 217-242.
- Erikson, Robert, in Goldthorpe, John H. (1992): *The Constant Flux: A Study of Class Mobility in Industrial Societies*. Oxford: Oxford University Press.
- Fischer, Jasna (2005): *Družba, gospodarstvo, prebivalstvo*. Ljubljana: Inštitut za novejšo zgodovino.
- Flere, Sergej, in Lavrič, Mila. (2005): *Družbene neenakosti in terciarno izobraževanje na Slovenskem*, *Teorija in praksa*, 42 (4-69): 730-743.
- Frith, Simon (1991): *The Good, the Bad, and the Indifferent: Defending popular culture from the populists*. *Diacritics* 21 (4): 102–115.
- Frow, John (1995): *Cultural Studies and Cultural Value*. Oxford: Oxford University Press.
- Gans, Herbert (1999/1974): *Popular Culture & High Culture*. New York: Basic Books.
- Giddens, Anthony (1973): *The Class Structure of the Advanced Societies*. London: Hutchinson.
- Ginijev količnik. Dostopno prek: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&plugin=1&language=en&pcode=tessi190> (15. 9. 2012)
- Goldthorpe, John H. (2000): *On Sociology. Numbers, Narratives and the integration of research and theory*. Oxford: Oxford University Press.
- Hafner-Fink, Mitja (1994): *Sociološka razsežja razpada Jugoslavije*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Holt, B. Douglas (1997): *Distinction in America? Recovering Bourdieu's theory of tastes from its critics*. *Poetics*, 25 (1): 93-120.

- Jontes, Dejan (2011): Razred v popularnih televizijskih žanrih. *Teorija in praksa*, 48 (4): 968-981.
- Kendall, Diana (2005): *Framing Class. Media Representation of Wealth and Poverty in America*. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.
- Klinar, Peter (1981): O življenjskem stilu Slovencev: raziskovalno poročilo. RSS: Ljubljana.
- Kresal, France (1998): *Zgodovina socialne in gospodarske politike v Sloveniji*. Cankarjeva založba: Ljubljana.
- Lazarevič, Žarko (2012): *Družba in gospodarstvo med obema vojnoma. Vprašanja ravni modernizacije*. Rokopis.
- Lamont, Michele (1992): *Money, Morals & Manners. The Culture of the French and the American Upper-Middle Class*. Chicago: University of Chicago Press.
- Long, Elizabeth (ur.) (1997): *From sociology to cultural studies*. Cambridge: Blackwell.
- Luthar, Breda, Kurdija, Slavko, Jontes, Dejan, Malnar, Brina, Tivadar, Blanka, Kamin, Tanja, in Oblak, Tanja (2011): *Medijska potrošnja, razred in kulturna stratifikacija: končno raziskovalno poročilo s sumarnikom*. Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede.
- Luthar, Breda, in Kurdija, Slavko (2011): Razred in kulturne distinkcije: 982-1003.
- Malnar, Brina (2011): *Trendi neenakosti v Sloveniji. Med statistiko in javnim mnenjem. Teorija in praksa*, letnik 48 (4): 951-967.
- Pakulski, Jan (2001): *Class and Politics*. V T. N. Clark in S. M. Lipset (ur.): *The Breakdown of Class Politics: 36–49*. Baltimore: The John Hopkins University Press.
- Pakulski, Jan (2005): *Foundations of a post-class analysis*. V Eric Olin Wright (ur.), *Approaches to Class Analysis: 152–179*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Parkin, Frank (1971): *Class Inequality and Political Order*. New York: Praeger.
- Peterson, Richard (1992): *Understanding Audience Segmentation: from elite to mass to omnivore and univore*. *Poetics*, 21 (4): 257–282.
- Peterson, Richard, in Simkus, Albert (1992): *How musical tastes mark occupational status groups*. V Michele Lamont in Fournier M. (ur.): *Cultivating Differences: Symbolic Boundaries and the Making of Inequality: 152–186*. Chicago and London: Chicago University Press.
- Peterson, Richard, in Kern, Roger (1996): *Changing Highbrow taste: from snob to omnivore*. *American Sociological Review*, 61 (5): 900–907.
- Richard, A. Peterson (2005): *Problems in comparative research: the example of omnivorousness*. *Poetics*, 33 (5-6): 257-282.
- Rus, Veljko (1985): *Društveni razvoj i kvalitet života*. *Sociologija*, 27 (1-2): 81-89.
- Savage, Mike (2000): *Class Analysis and Social Transformation*. Buckingham: Open University Press.
- Schulze, Gerhart (2005): *Die Erlebnisgesellschaft—Kultursoziologie der Gegenwart*. Frankfurt/ New York: Campus Verlag.
- Skeggs, Beverley (2004): *Class, Self, Culture*. London, New York: Routledge.
- Stanovnik, Tine, in Verbič, Miroslav (2012): *The Distribution of Wages and Employee Incomes in Slovenia, 1991 – 2009 (Working Paper No. 60)*. Ljubljana: Institute for Economic Research, The European Soci-economic Classification. Dostopno prek: <https://www.iser.essex.ac.uk/archives/esecc/user-guide/the-european-socio-economic-classification> (15. 9. 2012)
- Tomc, Gregor (1987): *Razredna dekompozicija in nacionalno formiranje v povojni Jugoslaviji. Problemi (Literatura)*, 25 (4): 175-194.

- Tomc, Gregor (1983): Družbena enakost in neenakost v Jugoslaviji II. *Nova revija*, 2 (10-11): 1171-1179.
- Vrabič Kek, Brigita (2012): *Kakovost življenja*. Ljubljana: Statistični urad Republike Slovenije.
- Warde, Alan, Wright, David, in Gayo-Cal, Modesto (2007): Understanding Cultural Omnivorousness: Or, the Myth of the Cultural Omnivore. *Cultural Sociology* 1 (2): 143-164.
- Warde, Alan, Wright, David, in Gayo-Cal, Modesto (2008): The omnivorous orientation in the UK. *Poetics* 36 (2): 148-165.
- Weber, Max (1978/1922): *Economy and Society*. Berkley: The University of California Press.
- Weininger, Elliot B. (2005): Foundations of Pierre Bourdieu's class analysis. V Eric Olin Wright (ur.): *Approaches to Class Analysis*: 82-118. Cambridge: Cambridge University Press.
- Williams, Raymond (2005/1958): *Navadna kultura*. Ljubljana: ISH.
- Yaish, Meir, in Katz-Gerro, Tally (2012): Disentangling 'Cultural Capital: The Consequences of Cultural and Economic Resources for Taste and Participation. *European Sociological Review*, 25 (2): 169-185.

Priloga

Tabela P1: Pet skupin, oblikovanih na podlagi vrednosti kulturnih spremenljivk, ki merijo okus²³

TV - vsečnost	1. sk. Elita A	2. sk. Domačij. tip A	3. sk. Domač. tip B	4. sk. Elita B	5. sk. Komer. tip
Novice	-	++	+	0-	-
Kultura + um.	++	0+	0-	+	--
Domače nad.	--	++	-	--	0-
Tuje nad. + filmi	0-	+	-	--	++
Resnič. TV	--	++	-	--	+
Kuh. odd.	-	++	-	-	--
Pog./variete	--	++	+	--	-
Zdr. vest	0+	+	-	-	+
Pogledi SLO	--	++	+	-	--
BB slavnih	--	++	-	--	+
Lepo je biti sosed	--	++	-	--	0-
Na zdravje					
Knjiga mene briga	++	0+	-	+	--
Na kraju zločina CSI	0	0+	--	-	++
Tudorji	++	++	--	-	0-

23. Če smo spraševali po preferencah do konkretnih televizijskih oddaj, filmov itd., v tabeli ne navajamo celotnega seznama oddaj, na podlagi katerih so bile skupine oblikovane, saj smo izbrali le najbolj razlikovalne.

Film – všečnost					
Butec in butec	--	+	0	-	++
Dvoriščno okno	+	0-	-	0	-
Literatura – preference					
Sod. leposl.	+	-	-	+	--
Klasič. leposl.	++	-	-	++	--
Psih. priroč.	-	+	0+	+	-
Ljub. romani	-	++	-	0-	-
Knjige o umet.	++	0	-	+	--
Glasba – preference					
Rock	++	--	--	+	+
Alter rock	+	--	--	0+	+
Džez	++	-	-	+	-
Etno	+	-	--	+	-
Klasika + opera	+	0+	-	+	--
Slov. nar.-zabavna	--	++	+	-	-
Elektronika	0+	-	--	0	++
Pop	-	0	-	0+	+
Metal	+	-	-	0	+
Slov. turbofolk	--	++	+	-	-
Hip hop, R&B	0	-	--	0	0-
YU zurbo in nar. zab.	--	++	0	-	0+
Slikarstvo – všečnost					
Grohar	++	0+	-	+	--
van Gogh	+	+	-	+	--
Kobilca	+	+	0	++	-
Hirst	++	+	-	--	0
Warhol	+	0	-	-	0+
Kahlo	++	+	-	0-	-
NSK	+	0	-	-	+
Lichtenstein	+	0+	-	-	+

Tabela P2: Pet skupin, oblikovanih na podlagi vrednosti kulturnih spremenljivk, ki merijo formalne kulturne kompetence na področju filmske kulture, literature in slikarstva

Film – režiser	1. sk. Elita A	2. sk. Domačij.tip A	3. sk. Domač. tip B	4. sk. Elita B	5. sk. Komer. tip
E.T.	++	--	--	+	+
Stekli psi	++	--	--	-	0+
Boter	++	--	--	-	0
Peklensk pomaranča	++	-	-	-	0-
Ples v dežju	++	0-	--	-	0-
Literatura					
Zločin in kazen	++	-	-	+	0+
Gospa Bovary	++	--	--	0+	0
Kralj na Betajnovi	++	-	-	+	-
Mojster in Margareta	++	-	--	0	--
Proces	++	--	--	0+	--
Slikarstvo					
Grohar	++	-	-	+	-
van Gogh	++	--	-	+	-
Kobilca	++	-	-	0+	--
Hirst	++	-	-	-	-
Warhol	++	--	--	0	-
Kahlo	++	--	-	0+	-
NSK	++	-	-	0+	-
Lichtenstein	++	-	--	-	--

Tabela P3: Distribucija ESeC poklicnih razredov po kulturnih tipih

	Spodnji razred (v %)	Spodnji sr. razred (v %)	Sr. razred (v %)	Višji sr. razred/ zgornji r. (v %)
1. Elita A	10,7	17,9	33,3	38,1
2. Domačijski tip	60,6	22,2	14,6	2,5
3. Pasivni domač. tip	64,4	13,6	14,4	7,6
4. Elita B	21,3	24,1	33,3	21,3
5. Komer. tip	43,0	19,6	24,3	13,1
Skupaj	43,4	20,1	22,7	13,9

Summary

The study draws on survey data on cultural preferences, competences and practices of a representative sample of inhabitants of two largest Slovenian cities, Ljubljana and Maribor. The cultural dimensions of class and the role of cultural distinctions in the class structure of both cities are examined. The study enquires about the ways in which the non-economic resources, i.e. the cultural capital, informs the construction and reproduction of social divisions. The EseC occupational class scheme was used to measure occupational class differences. Slovenia is a relatively egalitarian society with traditionally low taxonomic boundaries between classes and the lowest economic inequality within Europe. Have in this context the symbolic boundaries replaced economic differences and do the cultural distinctions play an independent role in establishing class differences? The discussion built on two research questions. Firstly, does the sample of our respondents reveal any systematic patterns of aesthetic preferences and competences? And secondly, how are groups of cultural tastes linked to social positions (defined as occupational class) or, in other words, how do people mobilise their cultural sources in the process of social distinction? To which extent, thus, the cultural capital organises social divisions between socio-economic groups in Slovenian urban population? How does gender, generation and ethnicity relate to cultural distinctions and class differences? We expected to uncover the existence of relatively distinct and variable class-cultural formations or class-specific “meaning systems” (Parkin 1971) that may be revealed through a multidimensional analysis.

In the first step, five ideal-type cultural types with regard to preferences (tastes) and knowledge in selected areas of high and popular culture were established (television, visual art, music, literature, cinema). A tripartite classification of taste and practices was applied: art discourse, pop discourse and folk discourse (Frith, 1991). In the second step, the relation between obtained cultural types and the selected range of independent variables were used in order to establish the “social character” of cultural ideal-types. In methodological terms this means that we created the space of cultural types only on the basis of mutual relationship between variables measuring cultural tastes and competences. Socio-economic characteristics, occupational class, values, political preferences, lifestyle indicators, and cultural practices (i.e. the actual, practical enactment of one’s taste and knowledge) were included in the area of cultural preferences as additional variables. In this study, cultural taste is thus discussed as the starting point of social distinctions and not as the effect of structure.

The empirical results point to the existence of five separate class-cultural formations or class-specific meaning systems that significantly differ from one another. Of the three univorous types two are defined by their preference for “folk discourse”, and one for commercial discourse. Another two omnivorous types are defined either by art discourse (high culture and high popular culture) and the second one by middlebrow culture (conventional high culture and pop culture). The data further point to a systematic homology between ideal-type cultural classes and four occupational classes (EseC). Tastes are particularly strongly linked to social positions at the bottom and

at the top of social hierarchy. Social boundaries that are manifested through cultural distinctions in Slovenia do not run between the high legitimate culture on one hand and mass popular culture on the other. Rather, the central cultural distinction which has the role of a social boundary runs within popular culture itself. It is manifested as a division between commercial folk culture, commercial culture and “high” or urban popular culture. Values and political views of all five cultural types show that liberal disposition and tolerance form an integral part of cultural capital and stand as a prestigious symbol of the upper middle class, whereas non-liberal political views and values of the three types defined by commercial folk culture or pop culture are a symbolic expression of the political rhetoric and demagogical ethos of national commercial culture consumed by the said three cultural types to the largest possible extent.

We can conclude that despite the economically relatively egalitarian distribution of income in Slovenia, or perhaps precisely because of the economic egalitarianism and low taxonomic boundaries between classes, as well as due to intensive construction of populist fiction of an “ordinary Slovene” in the political and media discourses, the existence of relatively strong symbolic distinctions that support the distinctions between occupational classes was established. Further, the effect of gender and ethnic inequality supports the effects of cultural distinctions and occupational class distinctions. The strongest effect of gender and ethnic inequality as articulated through the cultural distinctions was established at the bottom of occupational class hierarchy.

Podatki o avtorici:

red. prof. dr. Breda Luthar

Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede

Kardeljeva pl. 5, 1000 Ljubljana

breda.luthar@fdv.uni-lj.si

Tanja Oblak Črnič

DIGITALNE RAZSLOJENOSTI: SPLETNA KULTURA SKOZI RAZREDNO IN KULTURNO DIFERENCIACIJO V LJUBLJANI IN MARIBORU

IZVLEČEK: Prispevek se loteva poglobljene analize »prepada« med digitalno vključenimi in digitalno izključenimi kot enega od sodobnih virov družbene neenakosti. Na podlagi empirične raziskave na reprezentativnem vzorcu prebivalcev Ljubljane in Maribora avtorica ugotavlja, da izključenost iz digitalne kulture ni razredno določena, je pa pogojena glede na motivacijo, veščine in materialne (o)vire. Če vprašanje dostopa oz. nedostopa do novih tehnologij, ki se kaže v skupinah motivacijsko izključenih, celostno izključenih in namerno samoizključenih, ni posledica razrednih neenakosti, sta stopnja in način vključenosti v digitalno kulturo odraz tako razrednih razlik kot kulturnega kapitala. Štiri homogene skupine – digitalno šibki (9 % vseh z dostopom), digitalni skeptiki (29 % vseh z dostopom), digitalni povprečneži (40 % vseh z dostopom) in digitalna elita (22 % vseh z dostopom) – po študiji sodeč tipične skupine digitalno vključenih – se namreč med seboj ločujejo glede na razredne specifikke ter različne vpetosti v kulturno in medijsko potrošnjo. Digitalno najšibkejši skupini sta v povprečju najbolj izključeni iz kulturnih praks in razredno najnižje uvrščeni, medtem ko najvišji delež višjega razreda sodi v digitalno elito. Članek tako dokazuje, da je spletna kultura prepleten družbeni pojav, ki ni determiniran le s družbenoekonomskim položajem posameznika, temveč je intenzivno povezan z njegovo razredno pripadnostjo in kulturnim kapitalom.

KLJUČNE BESEDE: digitalna razslojenost, razred, kulturni kapital, dostop, medijska potrošnja

Digital splits: Web culture in Ljubljana and Maribor through class and cultural differentiations

ABSTRACT: The paper presents an in-depth analysis of the recent 'divide' between the digitally rich and the digitally poor that seems to be a new source of social inequality. Based on a quantitative survey on a representative sample of residents in the two biggest Slovenian cities – Ljubljana and Maribor – the author argues that digital culture is not a space of class emancipation, but remains a sphere where the usual social, cultural

and class inequalities continue to (re)emerge. While the questions of digital access, shown in three groups of motivational exclusion, intentional self-exclusion and general exclusion, is not a consequence of class divisions, the level of digital inclusion and participation in digital culture are statistically related with class structure and cultural capital. The four different groups of digital audiences – digital poor, digital sceptics, digital mainstream and digital elite – clearly repeat the general inequalities between them on the class level and show specific ways of participation in culture and media consumption. The two digitally weakest groups are on average the most excluded from other cultural practices and the lowest on the class structure, whereas the highest level of high class belongs to the digital elite. The paper therefore argues that digital culture is an intertwined social phenomenon not simply related to an individual's socio-demographic situation, but is also strongly connected with its class and cultural capital.

KEY WORDS: digital division, class, cultural capital, access, media consumption

1 Uvod

Digitalna kultura postaja ena vse bolj pomembnih plati posameznikovega vsakdana. Kaj ljudje počnejo, ko so priklopljeni na internet? Kako konzumirajo spletne vsebine? S kakšnimi motivi in kakšnim odnosom se vključujejo v spletna okolja? Dnevna raba interneta je že na ravni praks in zanimanja za spletne vsebine neenakomerno razdeljena: rabe za politične namene pogosto prehitujejo druge bolj vsakodnevne potrebe, kot so zabava, družbeni stiki, klepet, nakupovanje, igre itd. A tudi bolj »zabavna« potrošnja novih tehnologij prinaša pritisk časa in veščin, saj sodobne oblike vzdrževanja komunikacijskih stikov in odnosov z drugimi zahtevajo čas, določene kompetence in ustreznega znanja.

Tehnološki objekti, lastništvo nad njimi in konkretne rabe predstavljajo tudi strahove, projekcije iz preteklih izkušenj v smislu pričakovanih veščin ter različne biografske kontekste, v katerih se posamezniki kot (ne)člani spletne kulture nahajajo. Neenakosti v dostopu do sodobnih tehnologij in sposobnostih za njihovo rabo, ki so se v mnogih razpravah poenotila pod terminom *digitalni razkorak* (Gunkel 2003; Chandler 1994; Wilson, Walin in Reiser 2003; van Dijk 2005), odražajo širše procese stratifikacije, ki so obenem ključni tudi za vzpostavljanje »novih« razredov digitalnih poražencev in zmagovalcev v sodobni družbi. Stratifikacijski vzorci se vzpostavljajo skozi družbene hierarhije glede na posameznikovo starost, položaj družine, zmožnosti, spol, etničnost, poreklo, jezik in prostor. Neenakosti v dostopu do materialnih ravni, zmožnosti na ravni rab, koristi od tehnologij in participacije v odnosu do institucij, ki proizvajajo nove tehnologije, pa so po Fuchsu (2008) tudi posledica asimetrične distribucije ekonomskega (denar, lastnina), političnega oz. socialnega (moč, družbeni odnosi) in kulturnega kapitala (veščine in kulturne prakse), kar je razvidno iz naslednje teze:

Ljudje z višjimi dohodki, daljnosežnimi in vplivnimi družbenimi vezmi, dobro izobrazbo in izpiljenimi veščinami imajo v večji meri dostop do novih tehnologij, lažje jih uporabljajo, več koristi imajo in bolj politično delujejo prek njih kot tisti z nizko stopnjo ekonomskega, političnega ali kulturnega kapitala (Fuchs 2008: 216).

Teza ponazarja celovitejši vpogled v dogajanja na področju digitalne kulture, kot je to značilno za razprave o digitalnem razkoraku, ki skušajo šele v zadnjih letih preseči bipolarno razumevanje razkola med t. i. »informatijsko izključenimi« in »informatijsko bogatimi« (van Dijk 2006; Dolničar 2008; Tondeur in dr. 2010). Ena ključnih omejitev koncepta digitalnega razkoraka je, da gradi na razmeroma trajni in nefleksibilni delitvi med (digitalno) vključenimi in izključenimi, ne da bi upoštevala pomembne družbene dinamike, ki obstoječa delitvena razmerja na eni strani utrjujejo, na drugi pa preoblikujejo. Druga omejitev izhaja iz ateoretskega značaja obravnav digitalnega razkoraka, ki so sicer empirično dovršene, a v odnosu do dostopa do tehnologij in njihovih rab ne sežejo dlje od socio-demografskih razlik med uporabniki (glede na njihov spol, starost, izobrazbo ali dohodek). Potrebo po teoretsko trdnejših izhodiščih nakazuje hipotetična ocena: če raba tehnologij za uporabnike ne bi imela pomembnih prednosti (oz. če neuporabniki ne bi čutili negativnih posledic zaradi nerabe), bi razprave o digitalnem razkoraku ostale skrčene na poročanje o razlikah v odstotnih točkah med različnimi skupinami (Mason in Hacker 2003: 41).

Namen pričujočega besedila je kritično prevetrili koncept digitalnega razkoraka in empirično raziskati pojasnjevalno trdnost Fuchsove teze, ki predvideva neposredno povezanost ekonomskega, političnega in kulturnega kapitala z dostopom ter načinom potrošnje novih medijev. V članku zato ločujemo in empirično raziskujemo *dve vrsti (ne)vključenosti v spletno kulturo*: a) *izločenost iz digitalne kulture*, ki zadeva motivacijske in materialne vidike digitalnega razkoraka ter b) *stratifikacijo znotraj spletne kulture*, ki neposredno zadeva različno vpletenost v prakse, uporabo in pogostost rab ter tudi različno stopnjo veščin in odnosa do tehnologij v vsakdanjem življenju. Članek tako obravnava spletno kulturo kot prepleten družbeni pojav, ki ni determiniran le s družbenoekonomskim položajem posameznika, temveč je intenzivno povezan z njegovo razredno pripadnostjo. Ker splet dojemamo manj kot materialni in bolj kot kulturni pojav, tesno prepleten s širšo medijsko kulturo, pa digitalno stratifikacijo postavljamo ob bok objektiviranega in utelešenega kulturnega kapitala po Bourdieju (1986/1997). Poudarjamo, da je umeščanje posameznika *znotraj* digitalne kulture rezultat prepletajočih se izkušenj na področju kulturnih praks, predispozicij v obliki znanj in veščin ter tudi materialno objektiviranih razlik, ki so povezane z medijsko konzumpcijo.

Razlike v razslojenosti digitalne kulture preverjamo s kvantitativno empirično študijo Kultura in razred, ki je bila izvedena na reprezentativnem vzorcu prebivalcev Ljubljane in Maribora¹ (več o raziskavi v Luthar in Kurdija 2011), v kateri smo oblikovali daljši niz vprašanj o (ne)dostopu in načinih uporabe interneta, pogostosti uporabe, motivacijah in odnosu do interneta nasploh. Z metodo hierarhičnega razvrščanja in izbranih indikatorjev za identifikacijo tipičnih skupin digitalno vključenih ter digitalno izključenih ugotavljamo dvoje: 1) govorimo lahko o treh vrstah digitalne

1. Študija je bila izvedena s standardiziranim vprašalnikom na populaciji polnoletnih oseb s stalnim prebivališčem v mestni občini Ljubljana in Maribor. Predstavlja empirični del temeljnega projekta »Medijska potrošnja in kulturna stratifikacija«, ki ga je finančno podprla Agencija za raziskovanje RS.

izključenosti – motivacijski, celostni in namerni izključenosti, ki je bolj kot razredno kulturno pogojena; 2) razredna struktura se kaže kot ključna determinanta razlik med digitalnimi občinstvi glede na povezanost in intenziteto vključenosti v digitalno kulturo. Razvrščanje gospodinjstev z internetnim dostopom na ljubljanskem in mariborskem vzorcu namreč pokaže štiri zelo tipične skupine uporabnikov – od digitalno šibkih, digitalnih skeptikov, digitalnih povprečnežev do digitalne elite –, kjer so razredne razlike med skupinami še posebej zgovorne. Rezultate povezujemo tudi z analizo vstopanja računalniške tehnologije in interneta skozi čas, pri čemer so podatki prvenstveno deskriptivnega značaja.

2 Razumevanje (razredne) stratifikacije digitalnih občinstev

Študije, vezane na digitalni razkorak, vključujejo vrsto analiz, ki opisujejo vprašanje fizičnega dostopa skozi generacijske, spolne, starostne, dohodkovne in izobrazbene razlike, primanjkuje pa študij, ki bi znale razložiti, kako družbene razlike in veščine določajo to, kar ljudje počnejo na spletu (Chadwick 2006: 51). Vse preveč napora je usmerjenega v zmotno predpostavko t. i. tehnološkega fetišizma, na katerega je opozoril že Garnham (1990), ko naj bi »več« »novejših« in »boljših« tehnologij čudežno premostilo probleme neenakega dostopa. Prepletenost socialnega, političnega in kulturnega kapitala pri (ne)vstopanju v spletno kulturo je predmet številnih razprav, ki šele v zadnjih letih prepoznavajo konceptualne šibkosti vodilnega koncepta za razumevanje družbene stratifikacije digitalnih občinstev, poimenovanega kot digitalni razkorak.

2.1 Digitalni razkorak kot nova oblika družbene neenakosti

Vzpon razprav o digitalnem razkoraku je v znanstveni prostor vnesel več zmede kot jasnosti, saj je pripomogel k ustvarjanju mitskih razumevanj o tem, kaj povzroča sodobne digitalne izključenosti in kakšne učinke imajo. Digitalni razkorak ali digitalna ločnica v najbolj splošnem pomenu predstavlja fizični (ne)dostop do interneta ter z njim povezano strojno in programsko opremo. Ker na strukturni ravni obstaja del populacije, ki dostopa do tehnologij nima, se – preprosto rečeno – ustvarja (nov) primer družbene neenakosti, ko imajo internetno priklopljeni več možnosti za dostop do informacij, novih vsebin, novih stikov in povezovanj z drugimi ter tudi novih oblik raznovrstnih storitev.

Digitalni razkorak ima sicer kot koncept kratko, a pestro zgodovino, v kateri se sočasno prepletajo znanstveno-analitični, žurnalistično-poslovni in politično-promotorski diskurzi.² Pojem se je v znanstveni produkciji pričel uveljavljati konec 90. let prejšnjega stoletja ter kot »buzz word« hitro nadomestil pred tem pogostejše in bolj sociološko obarvane termine, kot so npr. informacijska neenakost, informacijski ali vedenjski razkorak, računalniška ali medijska pismenost (van Dijk 2006: 221). Gunkel (2003) je skozi poglobljeno analizo zgodovinskega razvoja samega pojma in družbenega konteksta, v katerem se je pojavljal, nazorno ponazoril njegove specifikke. Ugotavlja namreč, da se je razumevanje digitalnega razkoraka spreminjalo in utrjevalo skozi

2. Zaradi prostorske omejitve in vsebinske usmerjenosti se na tem mestu omejujemo le na spoznanja znanstvenega diskurza.

različna obdobja (Gunkel 2003: 502–504), ki smo jih pojmovno razdelili na tri ključne kontekste:

- a) *digitalni razkorak v kontekstu idej*: sredi 90. let prejšnjega stoletja se je nanašal na razkol med t. i. tehnofobi, ki so izražali izrazit dvom do naglega tehnološkega razvoja, ter njihovimi nasprotniki, ki so v vzponu tehnologije in inženirske miselnosti ter znanstvene racionalnosti prepoznavali »rešitev« za družbeni preporod;
- b) *digitalni razkorak v kontekstu tehnologij*: v začetku leta 1997 se pojem ne nanaša več na razlikovanje med dvema stališčnima taboroma do digitalnih tehnologij, temveč nastopa kot opis nekompatibilnosti med analogno in digitalno tehniko, med digitalno televizijo in satelitsko televizijo ali med filmsko ali nefilmsko radiologijo;
- c) *digitalni razkorak v kontekstu neenakosti*: šele leta 1999 se v poročilu Ameriškega oddelka za komercialne telekomunikacije in informacijsko administracijo (NTIA) prvič nanaša na »razkol med tistimi z dostopom do novih tehnologij in tistimi brez njega« (Gunkel 2003: 503), torej na novo obliko družbeno-ekonomske neenakosti, ki jo označuje raven dostopa do novih informacijskih in komunikacijskih tehnologij. Digitalni razkorak s tem postane novo ime za označevanje problematike o prepadu med *razredom* informacijskih »bogatašev« in informacijsko »revnim« slojem, kot tudi za naslavljanje vprašanj o dostopu do informacij in univerzalnih storitev.

Problem pojma ni le v vsebinskem spreminjanju skozi čas, temveč, kot opozarja Gunkel (2003: 504), gre za permanentno pluralni termin, kar prinaša dve posledici: prvič, o digitalnem razkoraku ni mogoče govoriti v ednini, temveč ga je ustrezneje misliti kot »konstalacijo različnih in prepletajočih se družbenih, ekonomskih in tehnoloških razlik«, ki se vse skupaj imenujejo »digitalni razkorak«. Drugič, leksična multiplikacija pojma ni le semantičen problem in spreminjajoče se definicije samega pojma niso nujno odraz nenatančnosti. Po Gunklovem mnenju se je termin v času spreminjal tudi zato, ker se je pomembno razvijala tudi sama tehnologija.

Alternativa t. i. »teorijam razkoraka« so teorije kontinuitete, ki opozarjajo na trajno in dinamično prehajanje ter interakcijo med različnimi tehnološkimi mediji namesto njihove medsebojne izključenosti in paradigme nadomeščanja starih medijev z novimi. Warschauer (2001: 1 v Gunkel 2003: 507) denimo predlaga, da digitalni razkorak že na semantični ravni redefiniramo v pojem »digitalne stratifikacije«, saj že sam termin »razkorak« – ki ga v slovenski literaturi izmenično prevajamo tudi kot razkol, prepad ali ločnica – predpostavlja delitev na dva nasprotujoča si dela neke celote, kar Warschauer (2001: 1) nazorno ponazori z naslednjim primerom:

Primerjajte denimo profesorico na kalifornijski univerzi, ki ima v kabinetu hiter dostop do »interneta 2.0«, študenta v Seulu, ki obiskuje kibernetске kavarne, in ruralno aktivistko v Indoneziji, ki nima niti računalnika niti telefonske zveze, ima pa kolege v nevladni organizaciji, ki zanjo zbirajo informacije. Koncept binarnega razkoraka postane tako neustrezen in je lahko celo zavajajoč, saj ne upošteva vloge družbenih virov, ki jih našteje družbene skupine imajo na voljo.

Medtem ko pojem »razkorak« predvideva delitev na dva binarna pola, se pojem »stratifikacija« nanaša na kontinuiteto, ki poudarja različne možne stopnje dostopa do interneta. Tudi za van Dijka je delitev (ne)uporabnikov digitalnih tehnologij na dva

ločena pola sporna – v prvega spadajo vsi, ki so »vključeni«, v drugega pa vsi ostali –, kar po njegovem mnenju prinaša več težav (van Dijk 2006: 227): 1) zanemarja možnost prehajanja uporabnikov iz enega v drugi pol, torej obstoj »sporadičnih uporabnikov«, ki enkrat bolj, drugič manj sodelujejo na internetu; 2) pozablja na »odpadnike«, ki so dostop do interneta nekoč imeli, a so ga iz različnih razlogov izgubili; 3) ne upošteva »namerno izključenih«, ki zavračajo priključitev na internet ne glede na svoje vire.³

Dotatna omejitev digitalnega razkoraka je v implicitni predpostavki, da vsi z dostopom do interneta vedno in na enak način uporabljajo internetne tehnologije ter njihove aplikacije, na spletu iščejo sorodne vsebine, se na njem enako zadržujejo in ga enako poznajo. V nasprotju s to tezo Van Dijk (2006: 222) shematično ponazori, kako se digitalni razkorak nanaša na več *različnih vrst (ne)enakosti*.

Tabela 1: Digitalni razkorak in vrste neenakosti

Tehnološka neenakost	Tehnološke možnosti
Nematerialna neenakost	Življenjske priložnosti Svoboda
Materialna neenakost	Kapital (ekonomski, družbeni, kulturni) Viri
Družbena neenakost	Položaj Moč Participacija
Izobrazbena neenakost	Sposobnosti Veščine

Vir: Van Dijk (2006).

Neenakosti v odnosu do interneta torej niso zgolj tehnološke narave, temveč gre za kompleksno prepletanje individualnih dispozicij, družbene lokacije, ekonomskih, političnih, kulturnih in ne nazadnje tudi jezikovnih virov. Neenakosti se kažejo tudi na ravni starosti, razreda, spola, etničnosti in geografske pripadnosti (Dahlgren 2009: 171). Vprašanje zato je, kaj novega sploh vnašajo sodobne tehnologije v konceptualizacijo družbene stratifikacije. Ali se skozi internetno tehnologijo ustvarjajo nove vrste neenakosti, in če da, za kako »nove« vrste neenakosti gre?

Logika razumevanja digitalnega razkoraka onemogoča postavljanje tovrstnih vprašanj, saj internet in tehnologije privzema kot vzrok za nastalo družbeno neenakost, ovire za (ne)dostop pa povezuje izključno skozi materialno optiko. Problem pa ni le v kriterijih, ki naj bi dostop do sodobnih tehnologij bolj ali manj ovirali. Omejitve, ki jih sam koncept digitalnega razkoraka vnaša v razumevanje družbenih in kulturnih razsežnosti s tehnologijami vse bolj prežetega vsakdana, slikovito ponazarja naslednji citat (Shapiro 1999: xvi):

3. Kot zanimiv primer te vrste neuporabnikov van Dijk navaja starejše menedžerje, ki rabo e-pošte in brskanja po spletu prelagajo na svoje podrejene (običajno ženske tajnice). Vzporedni primer takšne javne in medijsko znane osebe, ki pa zagotovo ni osamljen, je denimo ljubljanski župan Zoran Jankovič.

Tehnologija ni inčun, ki ga nekateri obožujejo, drugi pa sovražijo, niti ni pravica do splava, ki jo nekateri zagovarjajo, drugi pa ji nasprotujejo. Bolj verjetno je neločljiva značilnost našega kulturnega okolja – za katero se moramo truditi, da bi jo razumeli v vsej njeni sivo obarvani kompleksnosti.

Dostopi do tehnologij in načini njihovih (ne)rab so tesno vpeti v kulturne in družbene realnosti. Lahko bi celo trdili, da je stopnja (ne)vključenosti v tehnološke inovacije odraz socialnega in kulturnega kapitala, kar posledično pomeni, da sta način dojemanja in stopnja rokovanja s posameznimi tehnološkimi artefakti prej indikator, ne pa dejavnik družbene stratifikacije. Digitalni razkorak skladno s to interpretacijo torej *ni vzrok za digitalno razslojenost*, kot predvideva pogosto prisoten tehnološko determinističen pogled na razmerje med razvojem tehnologije in družbenimi spremembami. Nasprotno, digitalna stratifikacija je odraz socialnih, ekonomskih in kulturnih razlik znotraj družb ter med njimi.

2.2 Materialni, motivacijski, veščinski in uporabniški vidiki digitalne stratifikacije

Van Dijkova metaanaliza (2005) je dober vpogled v razvoj študij digitalnega razkoraka, ki so z upoštevanjem družbenih, psihosocialnih in kulturnih ozadij uspele preseči vprašanje dostopa kot izključno tehničnega problema ter pogledale tudi »onstran dostopa« (Selwyn 2004). Dostop se namreč nanaša na več ravni (glej van Dijk 2005):

- a) *Materialna raven* se neposredno nanaša na odsotnost posedovanja računalnika in fizičnega dostopa do omrežnih povezav, kjer so razlike odraz distribucije virov, določene skozi pripisane demografske kategorije, kot so spol, izobrazba, poklic, družbeni status itd.
- b) *Motivacijska raven* se nasprotno nanaša na odsotnost osnovnih digitalnih izkušenj bodisi kot posledic pomanjkanja zanimanja bodisi pretiranega strahu in nepri-vlačnosti teh tehnologij. Motivacija opozarja na pomen potreb in predstav, ki jih posamezniki oblikujejo do neke tehnologije, še preden se zanjo zares odločijo.⁴
- c) *Veščinska raven* kaže, da je pomanjkanje digitalnih veščin pogojeno z nezadostno izobrazbo, odsotnostjo družbene pomoči pri uporabi ali/in uporabnikovo percep-cijo interneta kot neprijazne tehnologije, praktično pa se nanaša na multimedijsko pismenost, računalniški oz. informacijski kapital uporabnika.⁵
- d) *Uporabniška raven* se nanaša na pomanjkljive zmožnosti uporabe tehnologij, kar lahko merimo skozi čas uporabe, vrsto uporabljenih aplikacij in njihovo razn-ovrstnost, tip omrežne povezave in stopnjo aktivne oz. ustvarjalne rabe. Različne študije ugotavljajo, da so kreativne, interaktivne rabe spletnih tehnologij razmeroma redek pojav med uporabniki ter da se ravno skozi način uporabe kažejo temeljne družbene in kulturne razlike znotraj spletnih občinstev.

-
4. Motivacijska dimenzija zato v analizo uvršča tudi vse tiste (ne)uporabnike, ki se morebiti načrtno ali namerno samoizločijo iz digitalnega sveta, bodisi ker zanj nimajo časa ali zato, ker jim sam medij kot tak niti ni všeč.
 5. Študije tako kažejo, da medtem ko se omejitev materialnega dostopa v družbi zmanjšuje, pa se razlike na ravni veščinskega dostopa povečujejo, kjer naj bi »tradicionalna« pismenost v veliki meri pozitivno določala digitalno pismenost.

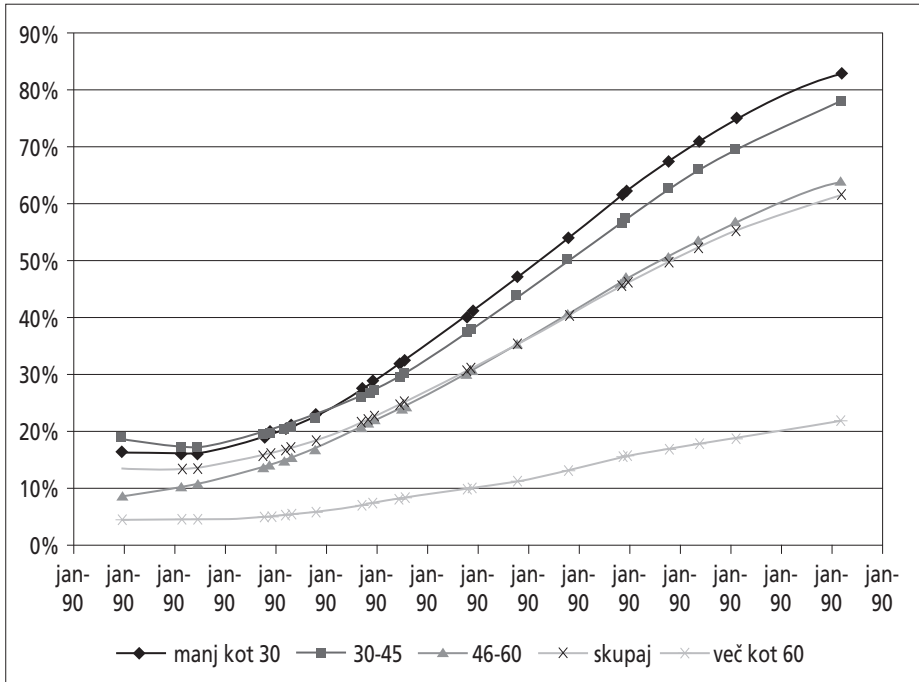
Čeprav študije digitalnega razkoraka naslavljajo vse od naštetih vrst neenakosti, pa ostaja največ pozornosti – kot ugotavlja van Dijk (2006) – usmerjene na analizo tehnoloških možnosti dostopa do računalnikov, omrežij ter drugih mobilnih in pаметnih tehnologij. Velik del študij je osredotočen tudi na analizo sposobnosti in veščin, povezanih z razlikami v doseženi stopnji izobrazbe med uporabniki, medtem ko se vprašanja kulturnega in socialnega kapitala ter materialnih virov ohlapno povezuje z analizo razlik v demografskih ozadjih samih uporabnikov (glede na njihov ekonomski status, poklic, starost in spol itd.), ne da bi se jih sočasno utemeljevalo z drugimi vrstami neenakosti. Prav odsotnost socioloških konceptualizacij neenakosti v smislu lastnine, družbenega statusa, moči, pomena profesije in neenakih pozicij do moči je eden ključnih primanjkljajev študij digitalnega razkoraka kot tudi njihovo zanemarjanje vloge kulturnega udejstvovanja in medijske potrošnje.

3. (Ne)priklopljeni in (ne)vešči: dejavniki (ne)vklučenosti na splet

Raziskovanje digitalne razslojenosti je tesno povezano s poznavanjem splošne tehnološke kulture v nekem nacionalnem kontekstu. Čeprav sega zgodovina prehajanja računalniške in internetne tehnologije v prostore zasebnosti v zgodnja 90. leta prejšnjega stoletja, lahko o prepletenosti vsakdanjega življenja z internetom na Slovenskem govorimo šele od leta 2006 dalje, ko je večina gospodinjstev dobila dostop. Graf 1 prikazuje naraščanje deleža slovenskih gospodinjstev z osebnim računalnikom od leta 1990 dalje in razlike med njimi glede na starostno strukturo. Razvidno je, da se naraščanje osebnih računalnikov prične leta 1994 in od takrat v desetih letih strmo skoči s približno 15 % (januar 1994) na 60 % gospodinjstev (januar 2004). Sodeč po podatkih, vse od leta 1996 dalje beležimo rahlo višji delež lastništva osebnih računalnikov v gospodinjstvih s člani, starimi manj kot 30 let.

Tudi na podlagi podatkov, generiranih iz Statističnih letopisov, je mogoče spremljati spreminjanje računalniške in internetne kulture v slovenskih gospodinjstvih. Tabela 2 vsebuje podatke o deležih gospodinjstev z osebnim računalnikom in dostopom do interneta od leta 1996 dalje, ko je že zaznan trend »odraščanja« gospodinjstev z računalniškimi tehnologijami.⁶

6. Za starejše obdobje Statistični letopisi podatkov ne vsebujejo. Do leta 2003 služijo kot vir podatki iz projekta Raba interneta v Sloveniji (RIS), od leta 2004 dalje pa podatki iz Statističnega urada RS (SURS).

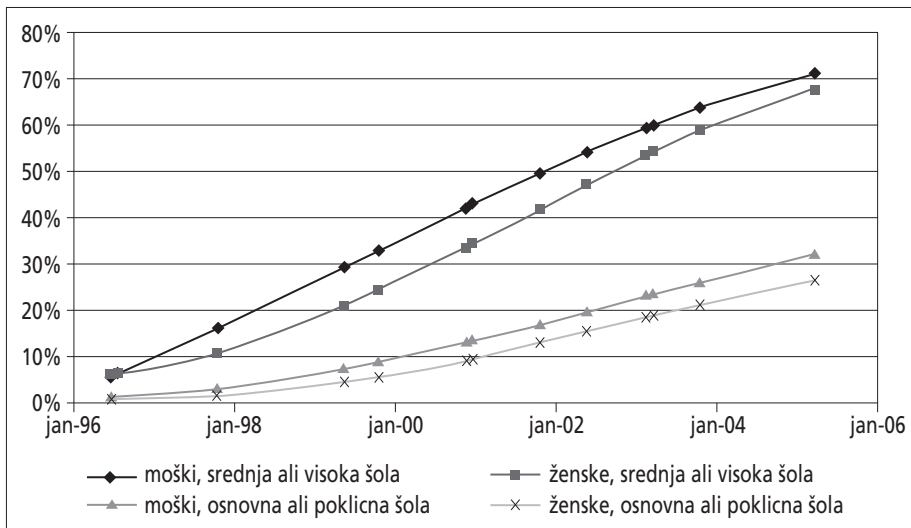
Graf 1: Deleži slovenskih gospodinjstev z računalnikom glede na starostno strukturo od 1990 do 2006 (Vir: SJM)**Tabela 2: Spreminjanje deležev gospodinjstev z osebnim računalnikom in dostopom do interneta (1996–2007)**

Delež gospodinjstev z ...	96	97	98	99	00	01	02	03	04	05	06	07
osebnim računalnikom	24	32	35	42	46	47	58	55	58	61	65	66
dostopom do interneta	3	8	9	15	21	24	37	40	47	48	54	58

Vir: Statistični letopisi.

Podatki iz Statističnih letopisov kažejo letni porast tako števila računalnikov kot dostopa do interneta v slovenskih gospodinjstvih: še leta 1996 ga je imelo le 3 % gospodinjstev, leta 1999 pa 15 % domov. Lahko torej rečemo, da je internetu preboj v zasebno sfero uspel razmeroma pozno – šele po letu 2006.⁷ Pomembna dejavnika delitve med »ne vključenimi« in »internetno vključenimi« gospodinjstvi vsa leta ostajata izobrazba in spol. Razkorak med skupino s končano srednjo ali visoko šolo in osnovno ali poklicno šolo se z leti celo pogloblja, čeprav je iz grafa 2 razvidno, da vse skupine povečujejo dostop do interneta: v letu 2006 je imela dostop le *slaba tretjina nižje izobraženih*, medtem ko je bil delež višje izobraženih večji za dobrih 40 %.

7. Raziskave RIS še danes beležijo primerljivo večji delež službenega dostopa do interneta v primerjavi z drugimi državami EU. Za podrobnosti glej poročilo projekta RIS iz l. 2007 (Vehovar in Brečko 2007: 33).

Graf 2: Delež moških in žensk z dostopom do interneta od doma glede na izobrazbo od 1996 do 2006 (Vir: SJM)

Tudi novejši podatki, ki izhajajo iz reprezentativnega vzorca Ljubljancanov in Mariborčanov,⁸ potrjujejo močno povezanost med dostopom do interneta in izobrazbo (tabela 3). Najbolj ranljive skupine, ki kažejo na večje ovire pri vključenosti na slovenski splet, so torej starejši, nižje oz. najnižje izobraženi in ženske.

Tabela 3: Deleži moških in žensk z osebnim računalnikom in dostopom do interneta glede na spol, izobrazbo in starost (Vir: Luthar in dr. 2011)

		Osebni računalnik		Internet dostop	
		Da	Ne	Da	Ne
2010					
Spol	M	85,5	14,5	83,2	16,8
	Ž	78,5	21,5	76,7	23,3
Starost	pod 30	100		99,5	0,5
	30–45	95,0	5,0	94,2	5,8
	46–60	84,0	16,0	81,3	18,7
	nad 61	44,0	56,0	39,6	60,4
Izobrazba	osnovna	47,5	52,5	43,8	56,2
	triletna srednja šola	70,3	29,7	72,8	27,2
	štiriletna srednja šola	94,9	5,1	94,1	5,9
	višja ali visoka	95,0	5,0	92,3	7,7

8. Zbiranje podatkov je potekalo od decembra 2010 do februarja 2011. Uspešno opravljenih osebnih intervjujev na domu polnoletnih oseb je bilo 820. Podatki ankete Kultura in razred, ob upoštevanju uteži v primeru spola in starosti, odražajo dejansko strukturo definirane populacije.

3.1 Dostop kot materialna, motivacijska ali razredna ovira?

Podatki zgoraj slikajo demografsko-ekonomske dejavnike, ki ohranjajo razmik med tistimi z dostopom do interneta in onimi brez njega, bolj malo pa pomagajo k razumevanju ovir, ki posameznike oddaljujejo od digitalne kulture. O razlogih, zakaj nekateri posamezniki ne uporabljajo interneta, lahko vsaj delno sklepamo na osnovi podatkov iz *Ankete o uporabi IKT (RIS/SURS 2005)*,⁹ kjer so anketiranci ocenjevali niz vnaprej izbranih ovir za neuporabo interneta. Rezultati so pokazali, da vprašani med tri najmočnejše ovire uvrščajo nezanimanje za internet (povprečje 3,7), neznanje za uporabo interneta (3,5) in slabo znanje angleščine (3,5) ter oceno, da starostno niso »kompatibilni« z internetom (ocena 3). V omenjeni raziskavi *Razred in kultura* pa smo na soroden način identificirali šest različnih dejavnikov, ki vsebinsko pokrivajo tri različne ravni dostopa po van Dijku: a) za merjenje *motivacijske ravni* smo spraševali o nezanimanju za dostop do interneta in časovnih ovirah za rabo interneta, b) za merjenje *materialne ravni* smo spraševali o finančnih ovirah za nakup opreme in povezav do spleta, c) za merjenje *veščinske ravni* smo spraševali o neznanju in občutku strahu do tehnologij. Izbrane ovire so vprašani ocenjevali na večstopenjski lestvici odgovorov, kjer je 1 pomenilo, da ovire ni, in 5, da gre za najpomembnejšo oviro.¹⁰ Študija je podobno kot projekt RIS pred šestimi leti pokazala, da je na prvem mestu nezanimanje za internet (3,7), nato neznanje (3,4) in na tretjem mestu cena oz. strošek nakupa računalnika (3,3) oz. priklopa do internetne povezave (3,1).

V tokratni študiji pa nas je zanimalo, ali obstajajo tipične *skupine digitalne izključenosti*, ki so po zaznanih ovirah notranje homogene, a strukturno različne. Kot namreč dokazujejo druge raziskave digitalnega razkoraka, se navedene ravni dostopa različno povezujejo z izobrazbo, spolom, starostjo itd. Za ta namen smo uporabili Wardovo metodo hierarhičnega združevanja enot v skupine in po optimizaciji rešitev pridobili tri skupine, ki kažejo na različne oblike digitalne izključenosti (glej tabelo 4).¹¹ Značilnosti posameznih skupin smo ocenjevali skozi primerjavo povprečnih vrednosti s pomočjo metode ANOVA.

9. Rezultati se nanašajo na vzorec neuporabnikov interneta (n = 498), ki so vsako od omenjenih ovir ocenjevali na lestvici od 1 – to zame sploh ne velja do 5 – to je zame velika ovira.

10. Vzorec neuporabnikov interneta je v tej študiji v primerjavi s prej omenjeno RIS-ovo študijo bistveno manjši (n = 156).

11. Pomembnejše razlike na ravni podatkov v tej in nekaterih naslednjih tabelah so posebej označene: vrednostim, ki odstopajo od povprečij navzgor, je dodan znak +, vrednostim, ki odstopajo od povprečij navzdol, pa znak -. Večji je odmik od povprečja, več znakov je dodanih. Odstotni deleži so poudarjeni še s krepkim tiskom, vse vrednosti pa kažejo na statistično značilne razlike, razen v primerih, ko je to posebej zapisano.

Tabela 4: Skupine spletno izključenih glede na zaznane ovire in demografske karakteristike (povprečne vrednosti na posameznih lestvicah in odstotni deleži na demografskih spremenljivkah)

	Motivacijsko izključeni	Celostno izključeni	Namerno samoizključeni	Skupaj
Ker ga ne znam uporabljati	– 2,68	++ 4,38	-- 2,18	3,37
Ker je nakup ustreznega računalnika predrag	-- 1,81	++ 4,55	– 2,61	3,30
Ker je dostop do internetne povezave predrag	-- 1,81	++ 4,14	– 2,73	3,13
Ker za te stvari nimam časa	– 2,49	+ 3,20	-- 1,46	2,57
Ker me internet sploh ne zanima	++ 4,21	++ 4,46	-- 1,48	3,67
Ker me je teh stvari malo strah	– 2,09	++ 3,60	-- 1,53	2,67
Demografske značilnosti skupin	(v %)			
Moški	56,8	30,8	51,4	42,8
Ženske	43,2	69,2	48,6	57,2
Do 30 let	–	–	5,4	1,3
30-45 let	6,8	9,0	5,4	7,5
46-60 let	20,5	24,4	43,2	27,7
Nad 61 let	72,7	66,7	45,9	63,5
Osnovna	11,6	37,7	30,6	28,8
Poklicna	20,9	28,6	2,8	20,5
Srednja strokovna	34,9	24,7	44,4	32,1
Srednja splošna	7,0	1,3	13,9	5,8
Višja, visoka	25,6	7,8	8,3	12,8
Zaposlen	15,6	7,8	31,6	15,6
Samozaposlen	2,2	–	2,6	1,3
Nezaposlen	2,2	10,4	–	5,6
Upokojen, neaktiven	80,0	81,8	65,8	77,5
N	44	74	37	156

Glede na percepcijo ovir za dostop do interneta lahko govorimo o treh ločenih skupinah digitalno izključenih:

- 1. Motivacijsko izključeni (28 % vseh brez dostopa):** gre za dobro tretjino vseh digitalno izključenih, pri katerih je kot edina ovira motivacijski manko, saj jih internet sploh ne zanima. Nedostop ni pogojen s finančnimi viri; nasprotno, obe materialni oviri sta v povprečju gledano najmanj pereči. Veščinske ovire prav tako niso krive za digitalno izključenost te skupine, v kateri gre za najstarejšo skupino moških upokoencev z visoko izobrazbo. Izključenost iz digitalne kulture se tako bolj kot

strukturne narave zdi rezultat specifične percepcije, kaj internet je oz., bolje, kaj internet ni, saj bi si dostop lahko privoščili.

2. **Celostno izključeni (47 % vseh brez dostopa):** številčno najbolj zastopano skupino sestavljajo tisti, ki so materialno in veččinsko ter tudi motivacijsko izključeni. Zanje so namreč razlogi bistveno širši kot za prvo skupino; problem predstavljajo tako cena programske tehnologije kot internetne povezave, neznanje, strah pred tehnologijo in pomanjkanje zanimanja zanjo. Izključenost je torej celovita, saj so njihovi odgovori na vseh ovirah visoko nad povprečjem. Skupina je po spolni strukturi izrazito ženska in najnižje izobrazena (dve tretjini imata končano le osnovno ali poklicno šolo). V skupini je največ upokoencev in nezaposlenih, starostno pa je v povprečju mlajša kot prva.
3. **Namerno samoizključeni (24 % vseh brez dostopa):** zadnja, številčno najmanjša skupina, je glede navedb ovir diametralno nasprotna drugi, saj so na vseh ovirah njihove vrednosti izrazito podpovprečne. Zanje niti denar niti neznanje nista oviri; zdi se, da tudi zanimanje za internet ni premajhno, medtem ko je strah do tehnologij še najmanj problematičen od vseh skupin. Ker noben od navedenih omejitvenih razlogov zanje ne velja, domnevamo, da gre za manjšo skupino »načrtno« izključenih. Posebnost te skupine je v tem, da je starostno gledano najmlajša s srednješolsko in osnovnošolsko izobrazbo, kjer je velik del (kar tretjina) zaposlenih.

Vprašanje dostopa do internetnih tehnologij torej ni enostranski pojav, pač pa gre za raznotere oblike izključenosti, ki so – kot se je pokazalo že na primeru mobilne telefonije (Luthar in Kropivnik 2007, Oblak Črnič 2007, Petrič 2007, Trček in Platinovšek 2007) – posledica strukturnih (celostno izključeni) ali mikroomejitev (motivacijsko izključeni) kot tudi svobodne samoizbire (namerno samoizključeni). Poleg ocen na izbranih ovirah in demografskih razlik med tremi skupinami bi zato veljalo preveriti, v kolikšni meri je digitalna izključenost treh skupin pogojena z drugimi dejavniki družbene stratifikacije. Rezultate smo najprej preverjali glede na razredne razlike, in sicer z dvema skupinama indikatorjev: s samouvrstitvijo posameznika na razredni lestvici 1 – nižji delavski, 2 – nižji srednji, 3 – srednji, 4 – višji srednji, ki jo imenujemo »subjektivni razred«, in s konstruirano ESEC-delitvijo poklicne razrednosti, ki v ospredje postavlja pomen poklica in položaja na delovnem mestu: 1 – spodnji srednji (rutinski), 2 – srednji, 3 – višji srednji (nižji menedžerji in profesorji), 4 – zgornji (višji menedžerji, direktorji).¹²

Kot je razvidno iz tabele 5, so se statistično značilne razlike pokazale le v primeru razredne samouvrstitve, *torej subjektivne samoocene razrednosti*: medtem ko je skupina celostno izključenih razredno gledano najšibkeje uvrščena (kar 40 % se jih je vključilo v najnižji razred, dodatna petina v nižji srednji razred), sta ostali dve skupini razredno bolje situirani. Razredno najbolj homogena je skupina *namerno samoizključenih*, kjer se dve tretjini uvrščata v srednji razred.

12. Podrobna razredna klasifikacija, ki je predvsem »delovni instrument, ne pa dokončni zemljevid razredne strukture« (Luthar in Kurdija 2011: 285), je pri celotnem projektu vnaprej privzeta, podrobna utemeljitev in opis zanjo pa sta navedeni v Luthar in Kurdija (2011: 284–285) ter v prvem prispevku pričujoče tematske številke (Luthar 2012).

Tabela 5: Skupine spletno izključenih glede na razredne razlike (v odstotkih)

	Motivacijsko izključeni	Celostno izključeni	Namerno samoizključeni	Skupaj
Subjektivni razred:				
nižji, delavski	28,6	39,5	15,6	31,3
nižji srednji	19,0	22,4	18,8	20,7
srednji	45,2	32,9	65,6	43,3
višji srednji, visok	7,1	5,3	–	4,7
Poklicni razred:				
spodnji srednji	52,6	71,2	52,8	61,9
srednji	18,4	13,7	22,2	17,0
višji srednji	13,2	8,2	19,4	12,2
zgornji	15,8	6,8	5,6	8,8

Skladno z izhodiščno predpostavko, da je digitalni razkorak indikator kulturne izključenosti oz. šibkega kulturnega kapitala, samo preverjali še povezanost skupin s kulturno in medijsko potrošnjo. V prvo uvrščamo vse indikatorje, s katerimi smo merili *objektivirani in utelešeni kulturni kapital* (Bourdieu 1987/1997): kulturno participacijo kot (ne)obiskovanje kulturnih in družabnih prireditev (od prostorov klasične umetnosti do popularne kulture in druženja v lokalih); kulturni kapital kot kombinacijo znanja in veščin (poznavanje literature, jezikov) ter posedovanja kulturnih dobrin (knjige, glasba, umetniška dela itd). Med medijsko potrošnjo smo uvrstili vsa vprašanja, vezana na spremljanje časopisov, revij in TV ter gledanje TV-oddaj. Rezultati so zbrani v tabeli 6.

Tabela 6: Skupine spletno izključenih glede na kulturni kapital in medijsko potrošnjo (povprečne vrednosti na posameznih lestvicah in odstotni deleži na demografskih spremenljivkah)

Kulturna in medijska potrošnja	Motivacijsko izključeni	Celostno izključeni	Namerno samoizključeni	Skupaj
Kulturna participacija:				
neobiskovanje muzejev	4,28	4,75	4,55	4,58
neobiskovanje umetniških galerij	4,41	4,84	4,53	4,65
Kulturne veščine:				
poznavanje literature	1,36	0,48	1,29	0,91
Kulturni objektivirani kapital:				
št. izvirnih glasbenih produktov	47,64	19,38	101,47	98,26
št. knjig	175,97	74,25	105,22	110,19
Materialnost doma:				
DVD	1,51	1,69	1,43	1,84
vikend	1,71	1,89	1,84	1,83
skupni indeks posedovanja	2,28	1,36	1,98	1,76

Medijska potrošnja:				
SLO 1 + SLO 2	46,5 %	33,3	25,6	35,0
POP TV	27,9 %	48,7	46,2	42,5
indeks spremljanja informativnih oddaj	2,75	3,27	2,56	2,96
branost časopisov	0,93	0,81	0,94	0,87 – ni stat. razlik
spremljanje medijev na spletu	0,11	0,03	0,24	0,10
(ne)branost revij	27,9 %	41,9 %	51,4 %	40,3 %

Na ravni kulturne participacije kažeta dve praksi statistično značilno povezanost z digitalno izključenostjo, in sicer so *celostno izključeni iz digitalne kulture obenem nadpovprečno izključeni iz kulturnih okolij klasične umetnosti (umetnostne galerije) in visoke kulture (muzejev)*, medtem ko za druge kulturne prireditve te povezanosti podatki ne potrjujejo. Največji manko znotraj skupine celostno izključenih se v kulturnem smislu nadaljuje na drugih indikatorjih kulturnega kapitala: skupina je najbolj šibka pri poznavanju literature kot tudi pri dostopu do kulturnih produktov (knjig in glasbe). Objektivirani kulturni kapital je največji v skupini motivacijsko izključenih, ki pa je medijsko bolj naklonjena slovenski javni televiziji, medtem ko je skupina celostno izključenih nadpovprečno »poptvjevska«. Kar se medijske potrošnje tiče, je skupina celostno izključenih še posebej zanimiva, saj v primerjavi s preostalima dvema *nadpovprečno spremlja informativne/dokumentarne TV-oddaje*. Branost časopisov skupin ne diferencira, jih pa medsebojno statistično ločuje spremljanje medijev na spletu.

3.2 Spletna vključenost in (novi) razred

V nadaljevanju namenjamo pozornost interni diferenciaciji oz. razslojenosti samih uporabnikov interneta. Izhajamo iz predpostavke, da je binarno delitev na homogen »razred« informacijsko bogatih in informacijsko revnih treba preseči ter razlikovati stopnjo in način sodelovanja v digitalni kulturi, torej digitalno stratifikacijo. Rezultate prikazujemo na dveh ločenih ravneh. V prvem delu se posvečamo analizi tipičnih skupin uporabnikov glede na veščine, motivacije in način uporabe: sprašujemo se o različnih stopnjah, motivacijah in predispozicijah, potrebnih za vpletenost v digitalno kulturo, ki jo dojemamo kot raznovrsten konglomerat strukturnih možnosti in subjektivnih praks; tu se analize lotevamo skozi povezanost tipičnih skupin digitalne vključenosti z demografskimi značilnostmi, kot so spol, starost, izobrazba in zaposlitev. Po opisu pridobljenih skupin se usmerjamo na razredne razlike med skupinami ter na povezanost s kulturnim kapitalom in medijsko potrošnjo.

3.2.1 Od digitalno šibkih do digitalne elite

Podobno kot na primeru neuporabnikov nas zanima, ali obstajajo tipične skupine *digitalno vključenih*, da bi prepoznali njihove demografske, razredne in kulturne specifične. Podobnosti oz. razlike znotraj vzorca tistih z dostopom do interneta smo skladno z van Dijkovo razdelitvijo digitalnega dostopa (2005) razgradili na naslednje ravni:

- a) *raven motivov*: da bi ujeli razpon raznovrstnosti motivov za uporabo interneta, smo ponudili lestvico pomembnosti interneta pri različnih stvareh (od raziskovanja in učenja do druženja, nakupovanja, dela itd.) in oblikovali skupen faktor *razpon motivov*; višja je vrednost na omenjenem faktorju, bolj pomemben je splet za posameznika, kar pomeni, da je splet v večji meri vpleten v raznolike dejavnosti posameznika;
- b) *raven (inter)aktivnih rab*: ker je internet na ravni praks in rab izjemno heterogen medij, je pri analizi tipičnih skupin uporabnikov treba meriti raznovrstnost njihovih rab; v ta namen so se uporabniki opredeljevali do desetih različnih praks (od objave bloga videa, prenašanja glasbe/filmov do kupovanja, sodelovanja v forumih, spletnih omrežjih itd.) in ocenjevali njihovo pogostost; tako oblikovan faktor *(inter) aktivnih rab* je mera raznolikosti poznavanja in uporabe interneta – višja je njegova vrednost, bolj raznovrsten je način posameznikove uporabe spleta;
- c) *raven veščin*: ob predpostavki, da se uporabniki med seboj precej razlikujejo po kompetencah in poznavanju interneta, smo merili samopercepčijo poznavanja; posameznik je na lestvici od 1 do 7 ovrednotil lastno poznavanje interneta, kar imenujemo *percepčija veščosti*; višja je vrednost indeksa, bolj se posameznik uvršča med poznavalce interneta;
- d) *raven intenzivnosti*: podobno kot pri veščinah smo merili pogostost uporabe; posamezniki so na lestvici od 1 do 7 ocenili, kako pogosto uporabljajo internet; višja je vrednost indeksa *percepčija intenzivnosti*, bolj pogosto je uporabnik priklopljen na splet;
- e) *raven odnosa do interneta*: glede na spoznanje, da je internet v prostorih slovenskih domov prisoten že dalj časa, a s povsem raznolikimi ocenami učinkov (glej denimo Oblak Črnič 2009), smo uporabnike skušali ločevati tudi v odnosu do presoje »mitskih« učinkov interneta v vsakdanu; v ta namen so uporabniki ocenjevali (ne) strinjanje z osmimi trditvami o tem, kaj vse se zaradi interneta v družbi spreminja; pridobljeni faktor »sprejemanja mitov o internetu« tako kaže, da višje je strinjanje, bolj nekritično uporabnik sprejema stališče, da internet v vsakdanje življenje vnaša radikalne spremembe (odtujenost, odvisnost, slabšanje odnosov itd.).

Sprašujemo se, ali se v zajetem vzorcu internetnih uporabnikov na omenjenih ravneh kažejo kakšne tipične skupine. V ta namen smo ponovno uporabili metodo hierarhičnega združevanja enot v skupine s pomočjo Wardove metode in po optimizaciji rešitev pridobili štiri, ki kažejo različne oblike digitalne vključenosti (glej tabelo 7). Tipične značilnosti skupin smo določili s pomočjo primerjave povprečij z metodo ANOVA.

Tabela 7: Skupine digitalno vključenih glede na motivacijsko, veččinsko, uporabniško raven in demografske značilnosti (povprečne vrednosti na posameznih lestvicah in odstotni deleži na demografskih spremenljivkah)

	Digitalno šibki	Digitalni povprečneži	Digitalna elita	Digitalni skeptiki	skupaj
Raven (inter)aktivnih rab	-- 1,05	0 1,78	++ 2,53	- 1,32	1,74
Raven motivov	-- 1,62	+ 3,89	++ 4,14	- 3,51	3,68
Odnos do učinkov interneta	++ 4,33	0 3,78	- 3,02	+ 4,09	3,75
Percepcija veččosti	-- 1,72	++ 5,55	++ 5,95	- 3,57	4,71
Percepcija intenzivnosti	-- 1,55	++ 6,01	++ 6,41	- 3,17	4,87
Demografske značilnosti skupin					
moški	37,1	50,4	66,0	45,2	51,1
ženske	62,9	49,6	34,0	54,8	48,9
do 30 let	1,6	29,0	52,1	5,3	24,7
30–45 let	12,9	38,0	36,1	36,4	34,7
46–60 let	51,6	28,2	11,1	41,2	30,4
nad 61 let	33,9	4,7	0,7	17,1	10,2
osnovna	23,0	3,1	6,3	4,3	6,0
poklicna	24,6	8,3	4,9	19,8	12,4
srednja strokovna	26,2	18,5	22,2	31,6	23,8
srednja splošna	8,2	22,4	27,1	12,8	19,3
višja, visoka	18,0	47,6	39,6	31,6	38,4
zaposleni	40,3	62,4	50,3	57,0	56,0
samozaposleni	4,8	6,7	5,6	5,9	6,0
nezaposleni	3,2	7,1	7,7	5,4	6,3
študent	0	17,3	34,3	2,7	15,2
upokojen, neaktiven	51,6	6,7	2,1	29,0	16,4
N	58	246	135	178	618

Digitalno šibki (9 % vseh z dostopom): najmanjša skupina uporabnikov je digitalno najšibkejša in najredkeje »priklopljena« skupina, ki internet zelo slabo pozna. Splet jim v vsakdanjem življenju sploh ni pomemben, a kljub temu v primerjavi z drugimi skupinami najbolj pozitivno sodijo »mite o internetu«: zdi se jim, da ogroža družinsko življenje in ljudi odtuja med seboj. Majhna udeležba na spletu in slabo poznavanje različnih praks jih utrjuje v stereotipno dojetje interneta v vsakdanjem življenju. Gre za marginalno skupino »poluporabnikov«, ki je po spolni strukturi izrazito ženska, najnižje izobražena in starostno najstarejša, v kateri je najvišji delež upokojencev oz. delovno neaktivnih Ljubljancev in Mariborčanov.

Digitalni povprečnejši (40 % vseh z dostopom): številčno največja skupina se ocenjuje za večše in pogoste uporabnike, vendar je razpon interaktivnih rab v tej skupini razmeroma nizek. Sami sebe torej ocenjujejo kot uporabnike z znanjem, ki so intenzivno priključeni na splet, a ga v praksi ne uporabljajo raznovrstno. Splet je pomemben del njihovega vsakdana, a je ta deloma nereflektiran in povprečen. Domnevamo, da vanjo sodijo t. i. zgodnji posvojitelji interneta (Oblak Črnič 2009), ki so internet spoznavali še v času spleta 1.0 – s tem bi lahko pojasnili visoko vrednotenje interneta in nizko participacijo oz. rabo interaktivnih praks, ki so v ospredje stopile bistveno kasneje. Gre za izobrazeno skupino, z največjim deležem zaposlenih srednje generacije (40–60 let), v kateri je delež moških in žensk približno enak.

Digitalna elita (22 % vseh z dostopom): gre za skupino najbolj kompetentnih, v odnosu do interneta najbolj refleksivnih in kritičnih uporabnikov, ki so vanj intenzivno vključeni, zato jih prištevamo med digitalno elito. Na ravni praks so najbolj raznovrstni in edini, ki kritično dojemajo mite o internetu; je izrazito moška skupina in v primerjavi s preostalimi najmlajša – kar 50 % članov je mlajših od 30 let; vanjo spada največji delež študentov. Številčno gledano je tretja največja skupina, ki intenzivno »odrašča« s spletom kot medijem, ki je tesno prepleten z njihovim vsakdanjim življenjem.

Digitalni skeptiki (29 % vseh z dostopom): v zadnjo skupino spadajo precej neredni, neuki in izrazito nekritični uporabniki, ki pa v primerjavi s prvo skupino splet ocenjujejo kot pomemben medij, čeprav imajo do njega zelo negativen odnos. Njihova lastna ocena večšosti in pogostosti je sicer nižja od povprečja, a v primerjavi s prvo skupino višja. Ker imajo do interneta ambivalenten odnos, jih imenujemo digitalni skeptiki – v skupini je rahlo večji delež žensk kot moških, zaposlenih in/ali upokojenih. Starostno gledano je rahlo starejša od digitalnih mainstreamovcev, številčno pa druga največja skupina uporabnikov.

Če povzamemo: najmlajša, izrazito moškocentrična in študentska skupina predstavlja digitalno elito, ki je najbolj veščica, najpogosteje in najbolj interaktivno vključena v digitalno kulturo ter ima razmeroma »zdrav« odnos do interneta. Srednja generacija je največja skupina, ki predstavlja digitalni »srednji« razred – so pogosto priklopljeni, pomembnost interneta je zanje »srednja«, vendar na ravni interaktivnih rab povprečna skupina. Uporabniki poznih srednjih let so druga največja skupina t. i. digitalnih skeptikov, ki sprejemajo mitske učinke interneta v vsakdanu, so pa drugače povsod podpovprečni – tako na ravni razpona motivov kot tudi rab, veščin in pogostosti. Zadnja, najmanjša skupina digitalno šibkih je izrazito ženska, nadpovprečno stara in pretežno upokojena; ti so najmanj kritični in najmanj pogosti uporabniki spleta.

3.2.2 Razredne in kulturne specifike digitalne vključenosti

Na tem mestu se sprašujemo, kako je vpletenost v digitalno kulturo povezana z razredom ter kulturno in medijsko konzumpcijo. Je večja kulturna participacija pozitivno povezana z načinom digitalne vključenosti in kakšna je razredna struktura pridobljenih skupin?

Tabela 8: Skupine digitalno vključenih glede na razred, kulturni kapital in medijsko potrošnjo (povprečne vrednosti na posameznih lestvicah in odstotni deleži na demografskih spremenljivkah)

	Digitalno šibki	Digitalni povprečneži	Digitalna elita	Digitalni skeptiki	Skupaj
Subjektivni razred:					
nižji, delavski	22,6	3,7	6,6	13,7	9,1
nižji srednji	12,9	8,2	8,8	10,4	9,4
srednji	54,8	65,6	63,5	63,9	63,6
višji srednji, visok	9,7	22,5	21,2	12,0	17,9
Poklicni razred:					
spodnji srednji	55,2	29,3	29,3	42,6	36,8
srednji	17,2	25,0	17,1	21,9	21,7
višji srednji	24,1	25,0	23,2	27,8	25,6
zgornji	3,4	20,7	30,5	7,7	15,9
Kulturna participacija:					
neobiskovanje kina	4,39	3,11	2,87	3,78	3,37
neobiskovanje muzejev	4,43	4,01	4,01	4,28	4,13
neodhod zvečer v lokal na pijačo	3,85	2,20	1,84	3,02	2,51
neobiskovanje koncertov					
popularne glasbe	4,55	3,68	3,48	4,31	3,90
neobiskovanje umetniških galerij	4,65	4,29	4,29	4,53	4,30
Kulturni objektivirani kapital:					
število glasbenih in filmskih albumov	25,11	81,68	138,79	51,04	88,04
indeks kulturnih produktov	2,33	3,04	3,06	2,69	2,88
Materialnost doma:					
skupni indeks posedovanja	2,43	3,85	3,98	3,28	3,58
Medijska potrošnja:					
branje časopisov	87,3 %	82,7 %	69,4 %	86,2 %	81,8
branje spletnih časopisov	22,0 %	83,3 %	76,2 %	62,8 %	70,2
indeks spremljanja popularnih oddaj (kvizi itd.)	2,81	2,47	2,55	2,64	2,57
indeks spremljanja informativno-pogovornih oddaj	3,67	2,98	2,77	3,36	3,11

Razredna delitev se kaže kot statistično značilna tako pri samopercepciji razrednosti kot pri privzeti ESEC-klasifikaciji poklicne razrednosti. Lahko bi celo trdili, da razredna tipologija bolj kot skupine digitalno izključenih diferencira same uporabnike: najvišji delež višjega oz. visokega razreda se nahaja v skupini digitalne elite (dobra tretjina) in digitalnega mainstreama (dobra petina). Nasprotno je skupina digitalno šibkih, tudi razredno gledano, najšibkejša, saj je v njej več kot 55 % predstavnikov rutinskega spodnjega razreda oz. dobra petina se samo-uvršča v delavski, nižji razred.

Tudi participacija v kulturi kaže zanimivo sliko: dve digitalno najšibkejši skupini sta, gledano v povprečju, najbolj izključeni iz kulturnega okolja, saj najredkeje obiskujejo kino, koncerte, muzeje in galerije. Tudi teza, da so digitalno najbolj vpleteni odtrgani od kulturnega dogajanja, ne drži – digitalna elita namreč najpogosteje zvečer zahaja v družbo, kino in na koncerte, podobno velja za digitalne povprečneže. Medijsko gledano, se kažejo pričakovane razlike: klasične časopise v največji meri spremljajo digitalno šibki, medtem ko jih najmanj berejo predstavniki digitalne elite. Skupine se razlikujejo tudi po TV-okusu: popularno TV-produkcijo (sitcomi, resničnostna TV, nadaljevanke, serije, kvizi) najmanj spremlja skupina digitalnega mainstreama, ki najpogosteje bere spletne medije, medtem ko digitalna elita najmanj spremlja informativno-pogovorne oddaje. Na drugi strani obe digitalno šibki skupini nadpovprečno gledata tako popularne kot informativne oddaje. Lahko bi rekli, da gre za skupini, ki medijsko konzumpcijo izrazito omejujeta na »stare« medije in obratno – digitalno najbolj vključeni skupini se do njih najpogosteje ograjujeta.

Podobno razlikovanje med dvema paroma skupin najdemo tudi v odnosu do kulturnega objektiviranega kapitala in materialnosti doma. Izrazito najnižji objektivirani kapital imata skupini digitalno šibkih in digitalnih skeptikov, medtem ko imajo predstavniki digitalne elite doma največje število filmskih in glasbenih albumov ter materialnih pripomočkov v gospodinjstvu. Takšno tehnološko in kulturno sosledje je zaznati tudi v skupini digitalnih povprečnežev, a v manjši meri. Način vključenosti v digitalno kulturo je tako pogojen tudi s siceršnjo tehnološko prepletenostjo gospodinjstev in njihovim domačim kulturnim miljejem.

4 Sklep

Ključne ugotovitve pričujoče analize ustrezno ponazarja naslednja Bourdiejeva misel: »Za lastništvo strojev je potreben ekonomski kapital; za njihovo prisvajanje in rabo, ki bi ustrezala specifičnim namenom, je potreben utelešen kulturni kapital« (Bourdieu 1997: 50). Če je dostop do digitalne kulture izrazito pogojen z ekonomskimi in materialnimi ovirami, manj pa z razredno stratifikacijo, so razlike znotraj digitalne kulture tako razredno kot kulturno pogojene. Socializacija skozi »tehnokulturo«, izpostavljenost različnim kulturnim produktom, medijska potrošnja na intervalu med starimi in novimi mediji ter materialni viri doma pomembno razlikujejo skupine digitalnih občinstev. Dve digitalno najšibkejši skupini sta tako tudi v kulturnem pogledu najbolj izključeni – kulturnih dogodkov (kot so kino, koncerti, galerije) se ne udeležujejo niti nimajo kulturnih produktov v lastnem domu, so pa v večji meri vpeti v »televizijsko« kulturo doma, bistveno bolj kot preostali digitalni skupini, ki bolj kot stare medije spremljajo medije na spletu. Ob kulturnem kapitalu so digitalna občinstva med seboj tudi izrazito razredno diferencirana – digitalna elita je elitna tudi v razrednem smislu, medtem ko je digitalno najšibkejša skupina razredno najnižje situirana, tako na ravni subjektivne samoocene razrednosti kot na ravni razreda po ESEC-delitvi. Več kot tretjina digitalno šibkih namreč spada v spodnji razred ali nižji srednji razred in več kot polovica jih opravlja rutinska dela. Na drugi strani pa se več kot 80 % predstavnikov

digitalne elite samouvršča v srednji ali višji srednji razred, pri čemer jih vsaj tretjina spada v zgornji razred menedžerjev in direktorjev. Dve digitalno najbolj intenzivno vključeni skupini sta tudi v kulturnem smislu najmočnejši – pogosto se udeležujeta kulturnih dogodkov in imata nadpovprečen kulturni objektivirani kapital. Digitalni svet v tem oziru *ni prostor razrednih emancipacij ali družbene mobilnosti kot tudi ni vzrok družbenih neenakosti*, prej nasprotno – je podaljšek obstoječih družbenih razlik. S tem se rezultati tukajšnje empirične analize lahko postavljajo ob bok vsem tistim novejšim tezam, ki nasprotujejo razumevanju sodobnih medijev kot ključnega dejavnika digitalnega razkoraka; poudarjajo namreč, kako je »digitalni razkorak« zares indikator družbenih razlik (Tondeur in dr. 2011).

Drugi sklep, ki ga lahko povzamemo iz obstoječe empirične analize, pritrjuje tezi, da *obstaja več digitalnih razkorakov* in da je o digitalni razslojenosti treba govoriti v množini. S tem se študija še za korak približa avtorjem, ki so do samega pojma kritični in predlagajo, da se študije na ravni teorij kot tudi empirije usmerijo na proučevanje digitalne stratifikacije. Zato velja ob sklepih izpostaviti tudi načine, kako omejitev digitalnega razkoraka za empirično raziskovanje v prihodnje preseči (van Dijk 2006): Prvič, treba se je zavedati teoretske siromašnosti samega pojma, ki je v zadnjih 15 letih ostal na ravni deskripcije, poudarjajoč demografske učinke dohodka, izobrazbe, starosti, spola in etničnosti, ne da bi pri tem naslavljal poglobljene družbene, kulturne in socialne razlage za »nove« neenakosti (van Dijk 2006: 232). Drugič, empirično raziskovanje bi veljalo postavljati v interdisciplinarni kontekst različnih družboslovnih znanstvenih polj – od sociologije, komunikologije, pedagogike do ekonomije. Tretjič, empirične študije bi bilo treba podkrepiti s kvalitativnimi metodami raziskovanja, ki bi se podrobneje osredotočile na razlago apropiacije in umeščanja sodobnih tehnologij v vsakdanje življenje, podobno kot raziskovalci medijskih študij počno že več desetletij v odnosu do »starih« medijskih praks.

Literatura

- Bourdieu, Pierre (1986/1997): The forms of capital. V A. H. Halsey, H. Lauder, P. Brown, A. S. Wells (ur.): Education, Culture, Economy, and Society, 46–58. Oxford: Oxford University Press.
- Chadwick, Andrew (2006): Internet politics: States, Citizens, and New Communication Technologies. Oxford: Oxford University Press.
- Chandler, David (1994): Biases of the ear and eye: Great divide theories, phonocentrism, graphocentrism, and logocentrism. Dostopno na: www.aber.ac.uk/media/documents/litoral.litoral.html (8. 8. 2012).
- Curran, James, in Seaton, Jean (2003): Power without Responsibility. London: Routledge.
- Dahlgren, Peter (2009): Media and Political Engagement: Citizens, Communication and Democracy. Cambridge: Cambridge Press.
- Dolničar, Vesna (2008): Merjenje dinamike digitalnega razkoraka. Ljubljana: FDV.
- Fuchs, Christian (2008): Internet and Society: Social Theory in the Information Age. London: Routledge.

- Garnham, Nicholas (1990): *Capitalism and Communication: Global Culture and the Economics of Information*. London: Sage.
- Gunkel, David (2003): Second thoughts: toward a critique of the digital divide. *New media & society*, 5 (4): 499–522.
- Hindman, Matthew (2009): *The Myth of Digital Democracy*. Princeton in Oxford: Princeton Press.
- Johnson, Bobbie (2007): Facebook v. Myspace. A class divide. *The Guardian*, 26. junij, dostopno na: <http://www.guardian.co.uk/world/2007/jun/26/usa.news> (10.10.2011).
- Kamin, Tanja, in Tivadar, Blanka (2011): Kapitali(i) in zdravje. *Teorija in praksa*, 48 (4): 1004–1023.
- Luthar, Breda, in Kropivnik, Samo (2007): Razred, kulturni kapital in mobilni telefon. V V. Vehovar (ur.): *Mobilne refleksije*, 55–86. Ljubljana: FDV.
- Luthar, Breda, in Kurdija, Samo (2011): Razred in kulturne distinkcije. *Teorija in praksa*, 48 (4): 982–1003.
- Luthar, Breda, in dr. (2011): *Medijska potrošnja, razred in kulturna stratifikacija: končno poročilo s sumarnikom*. Ljubljana. FDV.
- Nunes, Mark (2006): *Cyberspace of Everyday Life*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Mason, Shana M., in Hacker, Kenneth L. (2003): Applying Communication Theory to Digital Divide Research. *IT & Society*, 1 (5): 40–44.
- Mossberger Karen, Tolbert, Caroline J., in McNeal, Ramona S. (2008): *Digital Citizenship: The internet, society, and participation*. The MIT Press.
- Oblak, Tanja, in Petrič, Gregor (2005): Splet kot medij in mediji na spletu. Ljubljana: FDV.
- Petrič, Gregor (2007): Pretnja preračunljivega individualizma v družbi posredovanih odnosov. V V. Vehovar (ur.): *Mobilne refleksije*, 115–146. Ljubljana: FDV.
- Trček, Franc, in Platinovšek, Rok (2007): Uporabniki mobilnih telefonov med pragmatičnostjo in ekspresivnostjo. V V. Vehovar (ur.): *Mobilne refleksije*, 147–166. Ljubljana: FDV.
- Quan-Haase, Anabel, in Young, Alyson L. (2010): Uses and Gratifications of Social Media: A comparison of Facebook and Instant Messaging. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 30 (5): 350–361.
- Selwyn, Neil (2004): Reconsidering Political and Popular Understanding of the Digital Divide. *New Media & Society*, 6 (3): 341–362.
- Shapiro, Andrew (1999): *The Control Revolution: How the internet is putting individuals in charge and changing the world we know*. New York: Century Foundation Books.
- Tondeur, Jo, Sinneave, Ilse, van Houtte, Mieke, in van Braak, Johan (2010): ICT as cultural capital: The relationship between socioeconomic status and the computer-use profile of young people. *New Media & Society*, 13: 151–168.
- Van Dijk, Jan (2005): *The deepening divide: Inequality in the information society*. London: Sage.
- Van Dijk, Jan (2006): Digital divide research, achievements and shortcomings. *Poetics*, 34: 221–235.
- Warschauer, Mark (2001): What is digital divide?, dostopno na: <http://www.gse.uci.edu/markw> (6. 6. 2012).
- Warschauer, Mark (2002): Reconceptualizing the digital divide, *First Monday*, 7, 1, dostopno na: <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/967/888> (6. 6. 2012).

- Wilson, Kenneth R., Wallin S. Jennifer, in Reiser, Christa (2003): Social Stratification and Digital Divide. *Social Science Computer Review*, 21: 133–143.
- Winner, Langdon (1985): Do artifacts have politics? V D. Mac Kenzie in J. Wajcman (ur.): *The Social Shaping of Technology*, 26–38. Milton Keynes: Open University Press.

Abstract

The paper addresses an in-depth analysis of recent splits within the Slovenian digital culture that seems to represent one of the new sources for social inequalities and cultural differentiation of media audiences. However, the differences between practices and consumption of new media are not understood in the opposition between the digital poor and the digital rich, as is the usual assumption in the digital divide studies. On the contrary, the aim of the paper is to examine the relationship between social class, cultural capital and digital engagement in order to test the thesis that the everyday pattern towards the Web and the practices on the Web are strongly determined by cultural capital of its users and their media consumption. The paper analyses digital culture as an engagement in different online practices, combined with the digital competence and skills, the inclusion of the Web in everyday life and attitudes towards the Web. The “digital splits” are therefore based on the differences in digital (un)engagement and the question that the paper addresses is to what extent different groups of digitally (un)engaged users relate to other types of media consumption, class distinctions and cultural capital. If the Internet seems to lack the aura of “exclusivity” that is in comparison to other cultural practices commonly accessed and used, does this mean that the Web is “egalitarian” in the sense of class distinctions? Based on the empirical research project *Media consumption, social class and cultural stratification* and a quantitative survey conducted on a representative sample of 820 residents in two biggest Slovenian cities – Ljubljana and Maribor, the author argues that digital culture is not a space of class emancipations, but it rather remains a sphere where the usual social, cultural and class inequalities continue to (re)emerge. Class was operationalized with the help of Goldthorpe’s class scheme, reduced to four categories: lower class, middle class, upper middle class, and upper class. However, social class matters in a limited way: the digital split on the level of access has shown that three specific groups of exclusion from digital culture – the motivational exclusion, the intentional self-exclusion and the general exclusion - are not primarily a consequence of internal class divisions, while for the four types of digital engagement class structure and cultural capital are statistically significant. The entrance or non-entrance in digital culture is more a reflection of different cultural aspirations than of economic or class distinctions. On the other hand, the four groups of digital audiences – the digitally uninvolved, the digital sceptics, the digital mainstream and the digitally engaged – much more clearly reflect general class inequalities among them: the two digitally weakest groups are on average mostly excluded from other cultural practices and belong to the low levels of the class structure; therefore, the higher the class, the more intensive the engagement in digital culture. The paper therefore argues that digital culture is an intertwined social

phenomenon which is not related just to an individual socio-demographic situation, but is also strongly connected with class distinctions and differences in cultural capital. In this light, the concept of the digital divide should be seriously questioned within scientific discourse and used only with reflected reservations.

Podatki o avtorici:

izr. prof. dr. Tanja Oblak Črnič

Katedra za medijske in komunikacijske študije, FDV

Univerza v Ljubljani

tanja.oblak@fdv.uni-lj.si

Dejan Jontes

HIERARHIJE TELEVIZIJSKIH OKUSOV IN RAZREDNE DISTINKCIJE

IZVLEČEK: Izhajajoč iz empirične raziskave *Medijska potrošnja, razred in kulturna stratifikacija*, ki je bila izvedena z vprašalnikom na vzorcu 820 prebivalcev Ljubljane in Maribora, v članku preverjamo povezavo med razredom, izobrazbo in televizijskim okusom ter se posledično sprašujemo, kakšno vlogo igra potrošnja televizije v organizaciji razrednih distinkcij. V nasprotju z delom novejša literature, ki ugotavlja šibko povezavo med razrednimi pozicijami in vzorci televizijske potrošnje, na slovenskem vzorcu pokažemo, da poklicni razred in izobrazba pomembno diferencirata občinstvo, čeprav le na omejenem segmentu žanrov oziroma televizijskih oddaj. V zaključku postavljamo pomembnost proučevanja televizijskih preferenc in averzij v povezavi z ostalimi področji kulturne potrošnje.

KLJUČNE BESEDE: televizija, razred, kulturna potrošnja, okus, Slovenija

Hierarchies of television tastes and class distinctions

ABSTRACT: Drawing on data from the empirical research project *Media consumption, social class and cultural stratification* carried out with the help of a questionnaire administered to 820 residents of Ljubljana and Maribor, the paper examines the relationship between social class, education and television tastes. Contrary to some of the recent literature which emphasises a weak or non-existent connection between class positions and patterns of television consumption, the author uses the Slovenian sample to show that class and education differentiate television preferences significantly although only in some segments of the television repertoire. In the conclusion of the paper, the importance of studying television preferences in connection with other fields of cultural consumption is stressed.

KEY WORDS: television, social class, cultural consumption, taste, Slovenia

1 Uvod

Skorajda ni televizijskega teksta, ki ne bi na takšen ali drugačen način govoril o razredu, ugotovljata H. Wood in B. Skeggs (2011), vendar pa raziskovalno zanimanje v medijskih in kulturnih študijah ni sledilo tej ugotovitvi. Tako na ravni teksta kot tudi na ravni občinstva je bilo namreč vprašanje povezave med televizijo in razredom obravnavano le občasno. Razloge za odklik raziskovalnega zanimanja stran od razreda lahko po mnenju B. Skeggs in dr. (2008: 6) iščemo predvsem v vplivu poststrukturalizma na kulturne študije, kar pa je David Morley (2006: 108) označil za eno večjih napak:

Nedavni odklik od teorij družbene determinacije k trenutno široko sprejeti predpostavki o »neodločenosti« teh vplivov je prispeval k vzponu verjetno najbolj škodljivega mita, ki prevladuje v našem polju ... Kljub trditvam večine poststrukturalistične teorije je razred še vedno zelo prisoten, čeprav v novi in vedno spreminjajoči se obliki.

V prejšnjih¹ delih smo se ukvarjali z reprezentacijami razreda na televiziji, tokrat pa nas bo zanimalo predvsem, ali se pri potrošnji² televizije izrisujejo jasne razredne in/ali izobrazbene ločnice, čeprav pri tem že uvodoma opozarjamo, da nikakor ne gre za ločeni vprašanji. Težko se denimo ustrezno lotimo vprašanja povezanosti razreda in izobrazbe s priljubljenostjo npr. resničnostne televizije, ne da bi ob tem razmišljali o reprezentiranju (in uprizarjanju) razreda v resničnostnih šovih. Kljub tem pomislekom bomo v tem besedilu vprašanje razreda na ravni televizijskega teksta pustili nekoliko v ozadju.

Povezava med razredom in televizijsko potrošnjo je zelo izmuzljiva, po eni strani zato, ker se zaradi nizkega statusa³ televizije in nekompatibilnosti z jasno začrtanimi hierarhijami okusov televizijski programi izmikajo hierarhičnemu razvrščanju (Kuipers 2006: 359). Po mnenju G. Kuipers klasično razlikovanje med visoko in nizko kulturo namreč ni smiselno, ko govorimo o televiziji, saj takšne hierarhične razvrstitve okusov izgubijo skoraj vso svojo veljavnost pri fragmentirani in eklektični televizijski mešanici informacij, zabave in umetnosti. Večino televizijskih vsebin lahko namreč umestimo pod splošno oznako popularne kulture (prav tam). Čeprav je gledanje televizije skupaj z obiskovanjem kina in branjem dnevnih časopisov med najbolj obširno prakticiranimi

1. Glej Jontes (2011a in 2011b).

2. Na tem mestu moramo izpostaviti tudi pomembno, a zelo redko naslovljeno vprašanje razreda in televizijskih producentov, ne le gledalcev. Če je ukvarjanje z razredom na recepcijskem koncu kulturnega krogotoka v zadnjih letih vendarle ponovno v vzponu, to težko rečemo za produkcijsko stran. Gans (1992: xi) ugotavlja, da vemo zelo malo o ljudeh znotraj kulturnih institucij, saj še niso raziskani vplivi na njihove intelektualno-estetske usmeritve, prav tako pa bi morali po njegovem mnenju proučiti zasebno kulturno življenje te profesionalne skupine. Hesmondhalgh (2006) je glede tega kritičen do Bourdieuja, za katerega pravi, da se zanj »kulturne industrije sploh niso zgodile«, saj ocenjuje, da v njegovem delu prihaja do sistematičnega zapostavljanja analize kulture velikega obsega.

3. O zakoreninjenosti zmotne predstave, da je televizijski tekst inferiornejši od filmskega in da na televiziji ni možno umetniško izražanje, glej razpravo Jacobsa (2001).

kulturnimi aktivnostmi⁴ (Bennett in dr. 1999; Bennett in dr. 2009), je televizija posledično le redko predmet analize, ko govorimo o razmerju med kulturnim kapitalom in kulturno potrošnjo. Sicer zelo obširna literatura na področju stratifikacije kulturne potrošnje se (je) namreč osredotoča(la) predvsem na glasbo, film in »visoko«kulturo (obiskovanje muzejev, vizualna umetnost itd.). Posledično je »potrošnja« televizije po našem mnenju neupravičeno skoraj v celoti izvzeta tudi iz sicer izredno obširne in intenzivne razprave o omnivornosti. Med redkimi izjemami, ki se ukvarjajo s tem vprašanjem, lahko namreč navedemo le raziskavo Koniga in dr. (2006), kjer avtorji na primeru Nizozemske ugotavljajo, da pri televizijskem okusu vse statusne skupine in izobrazbeni sloji izkazujejo podobno stopnjo omnivornosti/univornosti, tako da odmevne teze Petersona in Simkusa (1992) ne potrdijo.

Po drugi strani pa gre razloge za pomanjkanje obravnave televizije v omenjenem kontekstu gotovo iskati tudi v naravi gledanja televizije, ki je običajno vezana na zasebno, družinsko sfero in posledično ni toliko povezana z javnim razkazovanjem statusa. Vendar pa se ljudje o gledanju televizije – podobno kot denimo o branju,⁵ ki tudi tipično spada v zasebno sfero – pogovarjajo z drugimi, saj »ljudje poskrbijo, da lahko ostali sklepajo o statusu iz njihovega gledanja televizije. Aktivnost gledanja televizije je tako lahko zasebna in izven doma komajda vidna, vendar pa ljudje skozi pogovore dobijo dokaj natančno predstavo, kaj drugi gledajo in čemu se izogibajo« (Konig in dr. 2006: 15).

V članku izhajamo iz podatkov, zbranih v okviru projekta *Medijska potrošnja, razred in kulturna stratifikacija*.⁶ Razred, ki nas bo v nadaljevanju najbolj zanimal, smo v tem članku operacionalizirali s pomočjo Goldthorpove⁷ sheme poklicnih razredov, kjer pa smo glede na obseg raziskave in populacijo, omejeno na Ljubljano in Maribor, devetstopenjsko klasifikacijo združili v štiri enotne kategorije: **spodnji razred** (rutinski delavci, nižji uslužbenci, 43,2-odstotni delež v vzorcu), **srednji razred** (srednja zaposlitvena struktura, uslužbenci, samozaposleni, 20,2-odstotni delež v vzorcu), **višji srednji razred** (nižji, srednji, menedžerji, višje zaposlitvene kategorije, strokovnjaki, 22,7-odstotni delež v vzorcu), **zgornji razred** (višji menedžerji, najvišje zaposlitvene kategorije, direktorji, 13,9-odstotni delež v vzorcu). Izobrazba kot osnovni indikator institucionaliziranega kulturnega kapitala je v visoki korelaciji s to razredno delitvijo (koeficient korelacije 0,65).

4. V anketi, iz katere izhajamo v tem besedilu, sicer nismo spraševali po količini gledanja televizije. Raziskava o medijski porabi, ki jo je sredi leta 2011 opravil Valicon, pa navaja, da je gledanje televizije po deležu porabljenega časa v povprečnem dnevu med tednom na tretjem mestu za poslušanjem radia in uporabo interneta, čez vikend pa na drugem mestu le za poslušanjem radia (Internet 1).
5. O vplivu statusa na branje glej članek F. Torche (2007).
6. Empirična študija *Kultura in razred* (gl. Luthar in dr. 2011) je bila izvedena s standardiziranim vprašalnikom in osebnim anketiranjem na populaciji oseb, starejših od 18 let, ki imajo stalno prebivališče v mestni občini Ljubljana ali mestni občini Maribor (vzorec SRS). Teren je bil izveden med novembrom 2010 in februarjem 2011, realiziranih pa je bilo 820 anket (približno polovica v Ljubljani in polovica v Mariboru).
7. Več o tem glej v Luthar in Kurdija (2011: 984–985).

S pomočjo teh podatkov bomo preverjali zvezo med televizijskim okusom na eni strani ter razredom in izobrazbo na drugi. Zanimalo nas bo, ali se pri televizijskih preferencah izrisujejo jasne razredne oziroma izobrazbene ločnice in kakšno vlogo posledično igra potrošnja televizije v organizaciji razrednih distinkcij. Ali lahko televizija kljub dostopnosti igra pomembno vlogo v oblikovanju in vzdrževanju kulturnih hierarhij? Kako deluje kulturni kapital v polju popularne kulture?

Kot ugotavljata Luthar in Kurdija (2011: 982), ima razredna klasifikacija tudi v Sloveniji jasne kulturne dimenzije kljub domnevnemu zatonu distinkcijske vloge visoke kulture in vseprisotnosti popularne kulture. To ne pomeni, kot pravita Malnar in Luthar (2011: 949), da je kulturni kapital pomembnejši od ekonomskega ali da je družbena stratifikacija bolj kulturna kot družbena oziroma bolj odvisna od življenjskega sloga kot od življenjskih možnosti, temveč da moramo kulturo obravnavati kot neodvisno spremenljivko v konstrukciji in reprodukciji razrednega položaja. Ali kot pravi S. Lawler (2005: 804): obravnavati moramo kompleksnost razreda, kjer ta ni razumljen le kot poklicna ali ekonomska kategorija, pač pa je analiziran kot nekaj, kar *počnemo* tako v zasebnih kot javnih arenah, in ni razumljen le kot sistem, v katerega smo umeščeni. »Razred je ena os, okoli katere se oblikujejo identitete in kulture. Ne obstaja ločeno od drugih osi – spola, rase, narodnosti, seksualnosti in tako naprej – in tudi nikoli ni« (prav tam).

2 Gledanje televizije in (razredne) distinkcije

Kot smo omenili uvodoma, je bila televizija redko obravnavana v okviru vprašanja o kulturnem kapitalu in kulturni potrošnji. Televizija je namreč zaradi mešane ekonomije, hibridnih institucij in neopredeljivih žanrov bolj raznolika od ostalih polj kulturne produkcije, s čimer postavlja pod vprašaj preprosto razliko med kulturnim in ekonomskim kapitalom, ugotavlja Born (2003). Bennett (2006: 6) izpostavlja predvsem drugačen odnos televizije do institucij legitimacije, predvsem izobraževalnega sistema, kjer se različnim oblikam kulture podeljuje legitimnost. Ugotavlja, da je v izobraževalnem sistemu po eni strani gledanje televizije ovrednoteno kot kulturna aktivnost z nizko veljavo, podobno kot na drugi strani programi medijskih študij zasedajo nizko mesto v hierarhiji akademskih disciplin, na elitnih angleških in ameriških univerzah pa jih sploh ni. Posledično v institucijah in procesih legitimacije tudi televizijska kritika in analiza zasedata bistveno nižje mesto kot denimo literarna ali umetnostna kritika (prav tam).

Elektronski mediji tako v primerjavi s poljem vizualnih umetnosti prispevajo zelo malo k akumulaciji kulturnega kapitala, predvsem zaradi odsotnosti ekskluzivnosti; »skoraj vsak lahko sodeluje, dostop pa je možen od doma, zato ni potrebe po udeleževanju dogodkov, ki so lahko dragi ali družbeno nelagodni« (Bennett in dr. 2009: 151). Institucionalno skrbništvo, ki upravlja aktivnosti v umetniškem polju, muzeju in galeriji, je pri televiziji preprosto odsotno, pravi Bennett (2006: 6), zato televizija ni področje, kjer bi deloval institucionalni kulturni kapital.

Vendar pa pri ustvarjanju in vzdrževanju razrednih mej danes visoka kultura nima več osrednje vloge. Kot izpostavljata Luthar in Kurdija (2011: 1001), se strategije simbojnega razlikovanja sicer spreminjajo, vendar ne izginjajo:

Ni najpomembnejše vprašanje, če se kulturni kapital še vedno artikulira skozi visoko kulturo elite, kot ugotovi Bourdieu, ključna vprašanja so, na kakšen način se v posebni historični situaciji tako skozi prakse kot skozi diskurzivno vrednotenje artikulira kulturni kapital, kako ta deluje kot vir družbenih distinkcij, kako razlike v kulturnih preferencah postanejo družbeno funkcionalne in kako kulturne distinkcije prispevajo k družbeni reprodukciji razrednih razlik.

Zato Barnett in Allen (2000: 162) poudarjata, da bi lahko z nadaljnjim raziskovanjem natančneje ugotovili, kako posamezniki svoje kulturne repertoarje v družbenih interakcijah izkoriščajo kot sredstvo vzdrževanja razrednih ločnic. Pri tem so še posebej pomembne razlike pri interpretaciji različnih oblik popularne kulture, saj je zelo verjetno, da širši kulturni repertoarji pripomorejo k razvijanju bolj analitične perspektive za popularno kulturo. »Zelo malo je znanega o sposobnosti posameznikov iz različnih družbenih razredov, da privzamejo estetsko dispozicijo glede na različne oblike popularne kulture« (prav tam). Čeprav so razlike znotraj televizijskega občinstva bolj fluidne kot v ostalih poljih kulturne produkcije, to po Bennettovem (2006: 2) mnenju ne zmanjšuje teoretične pomembnosti razumevanja vloge, ki jo igra kulturni okus v mehanizmih, skozi katere so organizirane družbene distinkcije.

Medtem ko Garnham (1993) in Born (2003) izpostavljata šibko povezanost razreda in televizijske potrošnje, Kraaykamp in dr. (2007) govorijo o jasni in močni povezanosti med posameznimi žanri ter razredno pozicijo občinstva. Garnham (1993: 188) poudarja, da je vsaj v Veliki Britaniji povezava med razredom in vzorci TV-potrošnje zelo šibka oziroma celo neobstoječa. Pri televiziji lahko po njegovem mnenju opazimo pomemben razkroj razrednih distinkcij med tipi kulturne potrošnje in z njimi povezanimi hierarhijami družbenih vrednosti. Podobno ugotavlja G. Born (2003), pri čemer pa nepovezanost žanrov in različnih razrednih pozicij pripisuje trans- in interžanrski naravi televizijskih tekstov. Kraaykamp in dr. pa nasprotno izpostavljajo jasno povezanost, saj »empirično raziskovanje potrjuje tezo, da so medijske preference zelo diferencirane in se oblikujejo v jasne skupine repertoarjev glede na starost, spol, razred in status« (2007: 133). Televizija pri tem ni nobena izjema, saj podatki Kraaykampa nakazujejo na jasno razredno diferenciacijo žanrskih preferenc.

Lahire med razlogi za zmanjševanje vpliva razreda na televizijski okus navaja naslednje spremembe oziroma značilnosti televizijske potrošnje: **povečevanje števila televizijskih sprejemnikov v gospodinjstvu**, kar privede do vedno manj družinskega⁸ gledanja televizije in drugačen prenos kulturnih vrednot; **gledanje v domačem okolju** zmanjšuje ločnice med kulturnimi interesi in okusi različnih skupin – npr. tudi strokovnjaki in višji menedžerji kažejo naklonjenost žanrom z nizko legitimnostjo, ker dojemajo gledanje TV kot sproščanje v domačem okolju; **»zastojnost«** **televizije** omogoča gledanje iz radovednosti (Lahire v Bennett 2006: 4). V kontekstu našega

8. O gledanju televizije v družinskem okolju glej denimo Morleyjevo etnografsko študijo (1986).

naslovnega vprašanja je še posebej pomembna prva poanta o povečevanju števila sprejemnikov v gospodinjstvu. Gledanje televizije pri samo enem sprejemniku v gospodinjstvu pogosto namreč ni stvar individualnega okusa, temveč tudi stvar pogajanja o izbiri programa. Bennett in dr. (1999: 70) na avstralskem vzorcu navajajo, da je kar 70 odstotkov anketirancev gledanje televizije označilo kot družinsko/skupinsko aktivnost, izbira programa pa je za dobrih 80 odstotkov anketirancev stvar dogovora med družinskimi člani, in ne individualna izbira. S povečevanjem števila sprejemnikov⁹ pa se gledanje televizije izrazito individualizira.

V novejši raziskavi na britanskem vzorcu Bennett in dr. (2009) ugotavljajo, da je razredno pogojena predvsem količina gledanja televizije, predvsem pa pri televizijskem gledanju ni toliko pomembno, kaj se gleda, ampak kako se gleda. Televizija je namreč po njihovih ugotovitvah negativna »dobrina« v procesih oblikovanja kulturnega kapitala, če ni gledana na »prave« načine, to pa so načini, ki služijo distanciranju od negativnih asociacij, povezanih s podobo lenobe (angl. *couch potato*). Mednje sodijo, kot že omenjeno, predvsem časovno omejeno, kratkotrajno gledanje televizije in gledanje z resnim pedagoškim namenom namesto gledanja kar tako (prav tam: 150–151).

3 Rezultati: razred in žanrske preference

Preden podrobneje pogledamo žanrske preference anketirancev, se velja ustaviti pri gledalski strukturi najljubših televizijskih programov, kjer se na ločnici javno–komercialno izrisujejo prve razredne ločnice. Na vprašanje *Kateri televizijski program najraje gledate?*, pri čemer so anketiranci lahko navedli največ dva, jih je največ, kar 59,2 odstotka, navedlo POP TV, 32,2 odstotka prvi in drugi program javne televizije in 17,3 odstotka Kanal A. Te štiri najpopularnejše programe, ki jih obravnavamo v parih javna–komercialna televizija, smo primerjali z najpopularnejšim tujim televizijskim kanalom, Discovery Channelom, ki ga je kot prvi ali drugi najpogosteje gledan program navedlo 10,5 odstotka anketirancev. Pogostost gledanja ostalih programov znaša tri odstotke ali manj, številke pa so premajhne za statistično obdelavo. Na osi javno–komercialno lahko poleg pričakovane starostne in spolne delitve opazimo jasne razredne in izobrazbene razlike, ki so pri izbiri najljubšega programa v vseh štirih primerih statistično značilne (sig. < 0,05).

9. Seveda na individualizacijo gledanja televizije bistveno vplivajo tudi nove tehnologije, predvsem možnost gledanja televizijskega programa oziroma posameznih oddaj na računalniku/tabličnem računalniku/mobilnem telefonu.

Tabela 1: Najpogosteje gledani televizijski kanali glede na spol, starost, izobrazbo in razred

		TV SLO 1 in 2	POP TV in Kanal A	Discovery Channel
		% (N)	% (N)	% (N)
Spol	Moški	47,1 (121)	46,7 (286)	59,5 (50)
	Ženski	52,9 (136)	53,3 (326)	40,5 (34)
N		257	612	84
Starost	→ 30	6,6 (17)	19 (116)	33,3 (28)
	30–45	21,3 (55)	29,4 (180)	34,5 (29)
	46–60	31,4 (81)	32,7 (200)	26,2 (22)
	61 →	40,7 (105)	18,9 (116)	6 (5)
N		258	612	84
Izobrazba	Osnovna	10,6 (27)	12,9 (79)	3,7 (3)
	Poklicna	14,2 (36)	18,4 (112)	6,1 (5)
	Sred. strokovna	24 (61)	27,7 (169)	18,3 (15)
	Sred. splošna	10,2 (26)	16 (98)	26,8 (22)
	Višja, visoka	41 (104)	25 (152)	45,1 (37)
N		254	610	82
Poklicni razred	Spodnji	36,1 (78)	51,2 (252)	24,2 (15)
	Srednji	21,8 (47)	19,5 (96)	25,8 (16)
	Višji srednji	22,7 (49)	19,5 (96)	29 (18)
	Zgornji	19,4 (42)	9,8 (48)	21 (13)
N		216	492	62

Osrednja programa javne televizije najpogosteje gleda 16 odstotkov več ljudi z višjo ali visoko in 9,6 odstotka več anketirancev, ki se uvrščajo v zgornji razred, medtem ko oba najbolj gledana programa komercialne televizije najpogosteje gleda dobrih 15 odstotkov več ljudi iz spodnjega razreda. Podobne razlike so tudi pri izobrazbi, saj javno televizijo v povprečju gledajo nekoliko bolj izobraženi, medtem ko je pri komercialnih kanalih največji delež gledalcev s srednjo strokovno izobrazbo. Še višje so razlike glede na razred in izobrazbo, če vse štiri slovenske kanale primerjamo z najbolj priljubljenim tujim kanalom, ki ga najpogosteje gleda več kot 70 odstotkov anketirancev s srednjo splošno, višjo ali visoko izobrazbo. Zanimiva je tudi delitev po spolu, ki na osi javno–komercialno ni tako izrazita, so pa razlike toliko večje, če te štiri slovenske programe primerjamo s programom Discovery Channel. Če sta dvojici TV SLO 1 in 2 ter POT TV in Kanal A za pet oziroma šest odstotkov bolj priljubljeni pri ženskah, je namreč Discovery Channel za slabih 20 odstotkov bolj priljubljen pri moških, kar je pričakovano glede na osredotočenost tega satelitskega kanala na popularno znanost, zgodovino in tehnologijo.

Poglejmo podrobneje, kako se razred vpisuje v televizijske izbire, preference in averzije. V nadaljevanju besedila bomo sledili Bennettovi (2006) delitvi televizijskih

žanrov na **žanre z nizko legitimnostjo**,¹⁰ kamor uvršča kvize/igre, telenovele, resničnostno televizijo, varietejske/pogovorne oddaje, **žanre s srednjo legitimnostjo**, kot so situacijske komedije, šport,¹¹ policijske serije, filmi, kuharske oddaje/opremljanje doma in vrta, ter **žanre z visoko legitimnostjo**, kamor je uvrstil novice, kulturo/umetnost, dramo in dokumentarni program.

Če se osredotočimo na žanrske preference glede na razred, izstopa ugotovitev, da sta edini žanrski kategoriji, kjer z razredom preferenčnost narašča, pričakovano dokumentarni program in sklop kultura/umetnost.¹² Nekoliko presenetljivo – vsaj glede na podatke iz tujih raziskav – pa je obratno sorazmerna povezanost med razredom in žanrom novic ter informativno dokumentarnih oddaj. Višji kot je razred, nižja je všečnost teh dveh kategorij, razloge za to pa lahko med drugim iščemo v populističnosti, (samo) deklarirani osredotočenosti na »navadnega«¹³ človeka ter komercializaciji televizijskega novičarskega in informativno-dokumentarnega programa v zadnjih letih, o čemer tu nimamo prostora podrobneje razpravljati.¹⁴ Ker več kot tri četrtine anketirancev najpogosteje gleda POP TV in Kanal A na komercialni televiziji PRO PLUS, lahko sklepamo, da jih večina na teh dveh kanalih gleda tudi novice, v novičarskih oddajah na tej televiziji pa so po naši oceni omenjeni trendi še izrazitejši, čeprav nikakor niso omejeni samo na komercialno televizijo.

-
10. O kriterijih, ki so služili kot osnova za to klasifikacijo, glej Bennett (2006: 6–8). Med drugim je upošteval korelacije med okusi za posamezne žanre in okusi na drugih področjih. Všečnost dokumentarnih in umetniških programov je tako denimo močno povezana z všečnostjo impresionističnih slik, »žanrom«, ki najbolj deli okuse v umetniškem polju, všečnost novic in umetniških programov pa močno korelira z všečnostjo biografij in sodobne literature na področju branja.
 11. Športnih programov nismo vključili med televizijske žanre, po katerih smo spraševali v anketi v okviru projekta Kultura in razred, kar lahko – gledano za nazaj – morda označimo za manjšo pomanjkljivost, saj se je denimo v Bennettovi (2006) raziskavi ta del televizijskega programa izkazal za izrazito razredno in spolno razdeljen, po priljubljenosti pa sodi na sam rep – med telenovele in resničnostno televizijo.
 12. Anketno vprašanje se je glasilo: Prosimo vas, da za spodaj naštete TV-programe poveste, koliko so vam všeč na lestvici od 1 do 5, kjer 1 pomeni sploh mi ni všeč in 5 zelo mi je všeč. Če ne veste ali programa ne poznate, prosimo, da tako tudi odgovorite.
 13. T. i. »demotški obrat« – iluzorno demokratičen strukturni premik v zahodnih medijih, ki pripelje do neverjetnega povečanja vidnosti »običajnega« človeka v medijskih vsebinah – v zadnjih letih med drugim tematizirata Turner (2010) in Bonner (2003).
 14. Za nekoliko starejšo, a še vedno relevantno analizo slovenskih TV-novic glej denimo Luther (1998, predvsem str. 223–255), med novejšimi pa lahko izpostavimo Laban (2007).

Tabela 2: Žanrske preference glede na razred

	Povprečje	Spodnji	Srednji	Višji srednji	Zgornji	N
Žanri z visoko legitimnostjo						
dokumentarni program (Discovery Channel, National Geographic ...)	4,14	3,95	4,18	4,27	4,33	734
kultura, umetnost	2,89	2,60	2,99	3,16	3,28	763
informativno-dokumentarne oddaje (Tednik, Preverjeno ...)	3,75	4,01	3,92	3,65	3,54	787
novice	3,63	3,87	3,73	3,44	3,49	788
Žanri s srednjo legitimnostjo						
tuje nadaljevanke in filmi	3,35	3,40	3,43	3,37	3,24	766
kuharske oddaje, opremljanje doma	2,91	3,05	3,16	2,85	2,76	765
domače nadaljevanke (Lepo je biti sosed, Naša mala klinika ...)	2,80	3,09	2,87	2,57	2,33	758
Žanri z nizko legitimnostjo						
kvizi, igre (Lepo je biti milijonar, Trenutek resnice ...)	2,72	3,00	2,75	2,42	2,05	758
pogovorno-varietejske oddaje (Spet doma, Na zdravje ...)	2,67	3,14	2,66	2,32	2,29	768
resničnostna TV (Kmetija slavnih, Big Brother ...)	2,29	2,67	2,29	1,88	1,61	767
telenovele	1,83	2,21	1,79	1,41	1,38	756

Še bolj izostrena je razredna zaznamovanost žanrskih preferenc v kontekstu Bennetove kategorizacije žanrov, saj je pri žanrih z nizko legitimnostjo očitna izrazita obratno sorazmerna povezanost preferenc in razreda; torej višji kot je razred, nižje so preference. Pri žanrih s srednjo legitimnostjo so razlike majhne in niso statistično značilne, razen pri domačih nadaljevankeh, kjer preferenčnost izrazito pada z razredom. To žanrsko kategorijo bi sicer lahko umestili tudi med žanre z nizko legitimnostjo, in sicer predvsem zaradi obeh primerov, ki smo jih v anketnem vprašalniku navedli kot ponazoritev anketirancem, saj obe navedeni situacijski komediji spadata med »nizki«¹⁵ situacijski komediji. Pri žanrih z visoko legitimnostjo zaradi zgoraj omenjenih razlogov preferenčnost z razredom v dveh primerih raste, v dveh pa pada, vse razlike pa so statistično značilne.

Vendar pa smo pri samih žanrih soočeni s precejšnjimi težavami pri interpretaciji, saj nam ponujajo zelo grobo sliko,¹⁶ poleg tega pa analiza na tej ravni zanemarljivo zno-

15. Za utemeljitev in analizo glej Jontes (2011a), za delitev situacijskih komedij na nizke, srednje in visoke pa Claessens in Dhoest (2010).

16. Za kritiko žanrov kot (ne)uporabnega orodja za analizo televizije, še posebej pri nefikcijskih programih, glej tudi Bonner (2003: 11).

trajžanrske razlike. A tudi če vzamemo pod drobnogled dve konkretni informativno-dokumentarni oddaji, po katerih smo spraševali v anketi, *Odmeve* in *Preverjeno*, je slika podobna. Tudi pri *Odmevih*, ki jih lahko uvrstimo med kakovostnejše novičarske oddaje na slovenskih televizijah, ne moremo govoriti o naraščanju priljubljenosti te oddaje z razredom ali z izobrazbo. Če preferenčnost pričakovano izrazito narašča s starostjo,¹⁷ so glede na razred in izobrazbo najvišje preference izrazili anketiranci s poklicno izobrazbo in tisti iz srednjega razreda, torej samozaposleni/uslužbenci/srednja zaposlitvena struktura.

Tabela 3: Povprečna ocena oddaj *Odmevi* in *Preverjeno* glede na spol, starost, izobrazbo in razred

		Odmevi	Preverjeno
Spol	Moški	3,54	3,66
	Ženski	3,65	3,85
Starost	→ 30	2,74	3,35
	30–45	3,54	3,67
	46–60	3,86	3,90
	61 →	4,05	4,07
Izobrazba	Osnovna	3,66	4,00
	Poklicna	3,80	4,11
	Sred. strokovna	3,71	3,87
	Sred. splošna	3,10	3,59
	Višja, visoka	3,64	3,50
Poklicni razred	Spodnji	3,83	4,04
	Srednji	3,88	3,89
	Višji srednji	3,57	3,59
	Zgornji	3,64	3,38

V nasprotju z *Odmevi* je všečnost informativno-dokumentarne oddaje *Preverjeno* močno povezana z razredom in izobrazbo; višja kot sta razred in izobrazba, nižja je priljubljenost oddaje. Povprečna ocena te oddaje je sicer najvišja med vsemi oddajami, po katerih smo spraševali (3,76) in ima tudi najnižji standardni odklon, torej ta ocena najmanj niha (glej Tabelo 4). V analizi dveh najbolj priljubljenih informativno-dokumentarnih oddaj *Tednik* in *Preverjeno* Pušnikova (2003: 285) ugotavlja, da gre za

17. Nasploh sta starost in pri nekaterih žanrih tudi spol ključna prediktorja, ko govorimo o televizijskem okusu. Spol seveda ne vpliva pomembno samo na programske in žanrske preference, pač pa tudi na sam način gledanja. Abercrombie, ki loči med literarnim in videonačinom gledanja televizije, prvega povezuje z moškim in slednjega z ženskim načinom gledanja. Videonačin označuje bolj distraktivno gledanje, zaznamovano s pogostimi menjavami kanalov, medtem ko je za literarni način značilno resno, zbrano gledanje od začetka do konca, predvsem pa ima ta način, poudarja Abercrombie (1996: 183), večjo družbeno veljavo.

oddaji, ki »kreirata spektakel in pripovedujeta dekontekstualizirane zgodbe, prepričani, da 'realnost' le objektivno odsevata. Prav zato sta bolj kot forum analitičnega diskurza, ki naj bi v družbi krepil kritično debato, estetizirani urbani legendi o 'naši normalnosti' in 'naši skupnosti'.«

Kot smo že omenili, razen pri dokumentarnem programu in kulturi/umetnosti pri vseh ostalih televizijskih žanrih preferenčnost z višjimi razredi pada, pri čemer so razlike najmanjše pri tujih nadaljevankah in filmih, največje pa pri resničnostnih šovih in telenovelah. Da je ravno resničnostna televizija poleg telenovel med žanri z najnižjo povprečno oceno, je pričakovano, saj gre za žanr, ki podobno kot metal pri glasbi vzbuja največ odklanjanja, ki se z višjimi razredi še stopnjuje. Čeprav se ne bomo spuščali na področje glasbe, naj tu samo za primerjavo navedemo, da je bil v naši anketi metal kot žanr ocenjen s povprečno oceno 1,7 (rock kot najbolj priljubljen glasbeni žanr denimo s 3,2), torej še nižjo kot resničnostna televizija ali telenovele med televizijskimi žanri, odklanjanje metala pa je razredno skoraj popolnoma izenačeno. Pri resničnostni televiziji je poleg nizke ocene zanimivo, da gre za žanr, kjer ima ocena poleg pogovorno varietejskih¹⁸ oddaj najvišji standardni odklon in torej najbolj deli občinstvo. Odklonilen odnos do resničnostne televizije je zaradi podatkov o rekordni gledanosti teh oddaj na največji slovenski komercialni televiziji treba interpretirati z določeno mero previdnosti, še posebej glede na nekatere novejšje britanske raziskave občinstev (Hill 2005, 2008; Skeggs in Wood 2012), ki ugotavljajo, da tudi redni gledalci resničnostne šove vrednotijo zelo nizko in jih pogosto opisujejo kot »bedastek«. Turner (2010: 34) razloge za nizko vrednotenje resničnostne televizije pri gledalcih povezuje tudi z diskurzom v *mainstream* medijih, ki ta žanr pogosto moralizatorsko opisujejo kot »dno televizijskega zabavljaštva«, čeprav po drugi strani z objavljanjem tračev o udeležencih resničnostnih šovov ustvarjajo dobičke, tako da gre po njegovem mnenju pri medijskem uprizarjanju prezira do resničnostnih šovov za precejšnjo mero hinavščine.

Celotna slika všečnosti posameznih oddaj, po katerih smo spraševali v anketi, razkrije še eno zanimivost, in sicer zelo velike deleže nepoznavanja nekaterih tujih oddaj, ki bi jih lahko uvrstili v zvrst kakovostne¹⁹ drame (Tudorji, Dobra žena) in srednje oziroma višje situacijske komedije (Starši v manjšini, Kaliforniciranje kot dramedija, tj. drama/komedija). Odlične BBC-jeve situacijske komedije Starši v manjšini, ki je bila v času anketiranja že kar nekaj časa na sporedu v elitnem terminu drugega programa nacionalke, tako ne pozna oziroma zanjo še ni slišalo nekaj manj kot 70 odstotkov anketirancev. Razen *mainstream* tujih serij, ki so velike pozornosti deležne tudi v ostalih medijih (npr. Zdravnikova vest (House), Na kraju zločina in Razočarane gospodinje), je torej tuja popularna kultura slabo poznana ne glede na razred ali izobrazbo. Ta podatek je še posebej pomemben v kontekstu poante, ki jo izpostavlja Kuipers (2006:

18. O razredni diferenciranosti okusa na primeru pogovorno-varietejske oddaje Na zdravje glej Luthar in Kurdija (2011: 996), kjer avtorja ugotavljata, da višji kot je položaj anketirancev v družbeni strukturi, opazno nižja je ocena omenjenih oddaj.

19. O dilemah evalvacije, estetike in kakovosti televizijske drame glej Geraghty (2003).

360), in sicer da je vednost ključna pri ohranjanju hierarhij okusov. Okus moramo po njenem mnenju razumeti ne le kot vzorec preferenc in averzij, ampak kot obliko kulturne vednosti: »Vednost je vedno pred naklonjenostjo: nekaj moraš poznati, preden ti je všeč, ti ni všeč ali si indiferenten. Vendar pa odobravanje hkrati terja vednost za dekodiranje nečesa: za interpretacijo oddaj, prepoznavanje žanrov, za smiselne sodbe o okusu« (prav tam). Pomembno vprašanje je torej, kako strukturni »položaji gledalcev, vključno z razredom, postavljajo meje pridobivanju različnih kulturnih kodov, ki bi sistematično in na različne načine vplivali na proces razkodiranja« (Morley 2009: 492).

Tabela 4: Všečnost posameznih televizijskih oddaj²⁰

	Povprečje	Nisem slišal, ne poznam	Std. odklon	N
Preverjeno	3,76	2,4%	1,068	777
Zdravnikova vest (House M.D.)	3,63	12,0%	1,125	683
Na kraju zločina (C.S.I.)	3,61	15,6%	1,171	650
Odmevi	3,60	3,7%	1,090	752
Pogledi Slovenije (oddaja z Urošem Slakom)	3,36	15,9%	1,180	647
Umori na podeželju (Midsomer murders)	3,12	27,5%	1,278	544
Razočarane gospodinje (Desperate housewives)	2,87	23,6%	1,340	578
Tudorji (The Tudors)	2,82	65,4%	1,288	216
Dobra žena (The good wife)	2,82	63,4%	1,242	242
Ljubezen skozi želodec (kuharska oddaja z Novakovimi)	2,81	16,6%	1,359	635
Lepo je biti sosed	2,74	6,7 %	1,558	778
Kaliforniciranje (Californication)	2,72	52,1%	1,193	337
Knjiga mene briga	2,72	34,1%	1,180	475
Spet doma	2,70	7,8%	1,369	723
Na zdravje	2,64	9,1%	1,384	706
Starši v manjšini (Outnumbered)	2,47	68,4%	1,666	752
Big Brother slavnih	2,18	4,3%	1,507	781

Če razredno in izobrazbeno strukturo podrobneje pogledamo na primeru dveh fikcijskih oddaj z nižjimi deleži nepoznavanja, opazimo jasno razredno in izobrazbeno strukturiranost preferenc. Kakovostna britanska detektivska drama Umori na podeželju, za katero sicer še ni slišalo oziroma je ne pozna slabih 30 odstotkov anketirancev, je ena redkih oddaj, po katerih smo spraševali, kjer všečnost ni izrazito zaznamovana s starostjo, narašča pa z izobrazbo in še bolj izrazito z razredom. Všečnost domače

20. Anketiranci so odgovarjali na vprašanje: Prosimo vas, da za spodaj našete TV-oddaje poveste, koliko so vam všeč na lestvici od 1 do 5, kjer 1 pomeni sploh mi ni všeč in 5 zelo mi je všeč. Če ne veste ali oddaje ne poznate, prosimo, da tako tudi odgovorite.

situacijske komedije Lepo je biti sosed, ki je ne pozna le slabih sedem odstotkov anketirancev, je na drugi strani izrazito obratno sorazmerno povezana z razredom.

Tabela 5: Všečnost serij Umori na podeželju in Lepo je biti sosed glede na spol, starost, izobrazbo in razred

		Umori na podeželju	Lepo je biti sosed
Spol	Moški	3,10	2,65
	Ženski	3,13	2,82
Starost	→ 30	3,05	2,44
	30–45	3,02	2,74
	46–60	3,32	2,75
	61 →	3,05	3,03
Izobrazba	Osnovna	2,99	3,50
	Poklicna	3,01	3,23
	Sred. strokovna	3,06	2,89
	Sred. splošna	2,94	2,46
	Višja, visoka	3,34	2,27
Poklicni razred	Spodnji	2,92	3,17
	Srednji	3,06	2,85
	Višji srednji	3,22	2,32
	Zgornji	3,65	2,32

Bettie (1995: 141) pri tekstualni analizi situacijskih komedij poudarja, da razred tam ni le prepleten z raso in spolom, ampak je razumljen tudi v smislu hierarhične organiziranosti razlik v okusu, moralnega obnašanja, življenjskostilnih preferenc in inteligence. Zato ni presenetljivo, da se nekateri gledalci (predvsem srednjega razreda) na serije z liki delavskega razreda, kot je bila denimo tudi pri nas priljubljena *Roseanne*, odzivajo s posmehom oziroma celo z gnusom (prav tam; glej tudi Jhally in Lewis, 1992: 76–78). Podobno bi lahko rekli za serijo Lepo je biti sosed, kjer svet, govorica in življenjski slog Sagadinovih in Špehovich ne nagovarjajo oziroma morda celo odbijajo gledalce srednjega razreda, kar se jasno zarisuje tudi v strukturi gledalcev. Podatki namreč kažejo, da je Lepo je biti sosed všeč oziroma zelo všeč predvsem gledalcem z osnovnošolsko in srednjo poklicno izobrazbo, že od splošne srednješolske izobrazbe pa se trend obrne. Če je Lepo je biti sosed všeč oziroma zelo všeč 56 odstotkom polnoletnih gledalcev z osnovnošolsko izobrazbo in 38 odstotkom gledalcev s poklicno srednjo šolo, je pri višje- in visokošolsko izobraženih ta odstotek le še 17.

4 Tri televizijske kulture okusov

Na podlagi preferenc do televizijskih žanrov smo v nadaljevanju preverjali, ali se oblikujejo jasne skupine okusov. Ang pravi, da nas televizija bolj kot kateri drugi medij postavlja pred vprašanje, kakšni so mehanizmi za kulturami okusov. Kako se ob istih

programih, ki vstopajo v dnevne sobe vseh, kulture okusov obnavljajo in kako lahko obstajajo stabilna občinstva (Ang v Kuipers 2006: 360)? Kuipers izpostavlja tezo, da je prišlo do premika k razpršenemu modelu okusov: mnoge različne kulture okusov brez jasnega *mainstreama*. Obstajalo naj bi mnogo različnih kultur okusov, ki niso fiksne, ampak so utemeljene na bežnih zaveznih, kjer nobeno ni večje ali močnejše od drugih. Ta model najbolje opiše televizijske kulture okusov v državah z več kot petdesetimi programi. S poudarjanjem fluidnosti okusov ta model dejansko govori o koncu kulture okusa (Kuipers 2006: 362).

Z metodo glavnih komponent smo najprej na podlagi preferenc do televizijskih žanrov dobili tipične formacije okusov, ki se na celotnem vzorcu kažejo kot nekakšni idealni tipi. Glede na žanre, ki sestavljajo posamezne agregate, smo te tri okuse poimenovali domači, informativni in tuji okus.

Tabela 6: Trije televizijski okusi

	Domači	Informativni	Tuji
pogovorno-varietejske oddaje (Spet doma, Na zdravje ...)	0,769	0,117	-0,318
domače nadaljevanke (Lepo je biti sosed, Naša mala klinika ...)	0,707	-0,24	0,057
kvizi, igre (Lepo je biti milijonar, Trenutek resnice ...)	0,705	-0,232	0,223
telenovele	0,668	-0,117	-0,204
resničnostna TV (Kmetija slavnih, Big Brother ...)	0,644	-0,391	0,117
kuharske oddaje, opremljanje doma	0,555	0,255	-0,033
kultura, umetnost	0,157	0,558	0,139
informativno-dokumentarne oddaje (Tednik, Preverjeno ...)	0,552	0,556	0,046
novice	0,483	0,508	0,049
dokumentarni program (Discovery Channel, National Geographic ...)	-0,174	0,289	0,797
tuje nadaljevanke in filmi	0,369	-0,429	0,527

V skupino, ki smo jo poimenovali domači okus, se uvrščajo pogovorno-varietejske oddaje, domače nadaljevanke, kvizi/igre, telenovele, resničnostna TV in kuharske oddaje oz. oddaje o opremljanju doma. T. i. informativni okus sestavljajo novice, informativno-dokumentarne oddaje in kultura/umetnost, tuji okus pa dokumentarni program in tuje nadaljevanke/filmi. Kuipers (2006) poudarja, da niso vsa občinstva kulture okusov. Ljudje, ki gledajo isti program, denimo poročila ob devetih, so občinstvo: bežna zveza brez druženja ali stabilnosti. Verjetno niso kultura okusa: interpretativna skupnost s skupnimi preferencami, antipatijami in kriteriji za dober ali slab okus. Takšne kulture okusov so pogosto povezane s spremenljivkami, kot so spol, razred in etničnost. Status te kategorije lahko (a ne nujno) vpliva na status okusa samega (Kuipers 2006: 360). V nadaljevanju smo preverjali, ali se dobljene tipične kategorije okusa razvrščajo značilno glede na izobrazbo in glede na razredni položaj anketirancev.

Tabela 7: Trije televizijski okusi glede na razred, izobrazbo, starost in spol (odebeljene razlike so statistično značilne)

Poklicni razred	Domači okus	Informativni okus	Tuji okus
Spodnji	2,82	3,48	3,68
Srednji	2,54	3,55	3,78
Višji srednji	2,21	3,41	3,80
Zgornji	2,03	3,46	3,76
Povprečje	2,52	3,48	3,74
Izobrazba			
Osnovna	3,06	3,33	3,71
Poklicna	2,85	3,59	3,67
Sred. strokovna	2,67	3,45	3,84
Sred. splošna	2,37	3,22	3,88
Višja, visoka	2,11	3,44	3,78
Povprečje	2,50	3,42	3,79
Starost			
→ 30	2,28	2,97	4,09
30–45	2,44	3,32	3,90
46–60	2,55	3,56	3,67
61 →	2,77	3,75	3,42
Povprečje	2,51	3,42	3,75
Spol			
Moški	2,32	3,29	3,89
Ženski	2,68	3,55	3,75
Povprečje	2,50	3,42	3,78

Preferenčnost za domači okus je statistično značilno povezana z razredom: višji kot je razred, nižje so preference za to skupino, medtem ko razred z drugima dvema skupinama okusov ni statistično značilno povezan. Vse tri skupine so statistično značilno povezane s starostjo in razen tujega okusa tudi s spolom. Ker domači okus sestavljajo predvsem žanri z nizko legitimnostjo, lahko tudi tu vsaj do neke mere potrdimo, da igrata razred in izobrazba pomembno vlogo pri razvrščanju televizijskega občinstva po tradicionalni ločnici visoko–nizko.

5 Sklep

Televizija morda res ne igra osrednje vloge pri oblikovanju in ohranjanju kulturnih hierarhij, saj je zaradi dostopnosti in odsotnosti ekskluzivnosti njen vpliv v tem kontekstu omejen, a vseeno ne gre za področje brez razlikovanj. Ko govorimo o dejavnikih, ki vplivajo na televizijski okus, sta gotovo najpomembnejša prediktorja starost in spol, vendar pa pomembno vlogo pri posameznih segmentih televizijskega

programa igrata tudi razred in izobrazba kot indikatorja preferenc, izbor in averzij. V članku smo pokazali, da so televizijski žanri in oddaje z visokim statusom z izjemo novic pozitivno povezani z razredom in izobrazbo; všečnost torej glede na razred in izobrazbo narašča, medtem ko pri žanrih in oddajah z nizkim statusom pada. Izjema so nekatere tuje serije, kjer glede na omenjeni spremenljivki ni statistično značilnih razlik med anketiranci. Pri tem velja izpostaviti, da smo anketiranje omejili na Ljubljano in Maribor – predpostavljamo, da bi bile vse omenjene razlike še bolj izrazite, če bi anketo izvajali na reprezentativnem vzorcu na območju cele Slovenije, in ne le v dveh največjih urbanih okoljih.

Če naši podatki izrisujejo povezavo med položajem v družbeni strukturi in televizijskimi preferencami, bi šele nadaljnje kvalitativne raziskave lahko natančneje osvetlile, kako deluje gledanje televizije kot (re)generator kulturnih distinkcij. V nadaljnjem (kvantitativnem) raziskovanju distinkcijske vloge televizijske potrošnje pa bi radi izpostavili predvsem pomembnost vprašanja povezovanja tega polja z drugimi področji kulturne potrošnje, predvsem branja, glasbe, filma in potrošnje »visoke« kulture, pri mlajši generaciji pa je v ospredju predvsem vprašanje povezave z internetom.

Poleg odsotnosti kvalitativnega pogleda na televizijski okus se lahko v zaključku dotaknemo še ene omejitve statističnega pristopa, uporabljenega v tej raziskavi. Opozoriti velja na razkorak med zaželenimi odgovori in dejanskimi navadami gledanja televizije, kar izpostavlja tudi Bennett (2006: 17–18): »/I/zražene preference anketirancev povedo več o tem, kam se želijo umestiti znotraj televizijskega polja, kot pa o njihovi relativni razporeditvi časa gledanja televizije, pri čemer gledanje povezujejo z žanri ali programi, ki so v širši kulturi bolj cenjeni, in se distancirajo od običajno zaničevanih ali opolzkih.« Podobno je v našem primeru, kjer ima denimo žanr resničnostne televizije drugo najnižjo povprečno oceno, oddaja Big Brother slavnih iz tega žanra pa celo najnižjo med posameznimi oddajami, čeprav gre za oddaje, ki v zadnjih letih beležijo najvišje odstotke gledanosti na slovenskih televizijah. Nizke ocene tega žanra tako verjetno izhajajo bolj iz nizkega statusa resničnostne televizije kot žanra kot pa iz dejanskih gledalskih preferenc.

Morda gre tudi naše rezultate vsaj deloma brati v luči tega pomisleka. Izrazito razredno sta namreč zaznamovana samo okus za domače oddaje z izrazito nizkim statusom ter žanrska sklopa kultura/umetnost in dokumentarni program, torej del televizijskega repertoarja, ki se mu tradicionalno pripisuje najvišji status. Na drugi strani pa preferečnost za tuje oddaje ni izrazito razredno zaznamovana, ne glede na to, na katerem delu kakovostnega spektra se te oddaje nahajajo.

Literatura

- Abercrombie, Nicholas (1996): *Television and Society*. Oxford: Polity Press.
- Barnett, Lisa, in Allen, Michael Patrick (2000): *Social Class, Cultural Repertoires, and Popular Culture: The Case of Film*. *Sociological Forum*, 15 (1): 145–163.
- Bennett, Tony (2006): *Distinction on the Box: Cultural Capital and the Social Space of Broadcasting*. *Cultural Trends*, 15 (2–3): 193–212.

- Bennett, Tony, Emmison, Michael, in Frow, John (1999): *Accounting for Tastes: Australian Everyday Cultures*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bennett, Tony, Savage, Mike, Silva, Elizabeth, Warde, Alan, Gayo-Cal, Modesto, in Wright, David (2009): *Culture, Class, Distinction*. London: Routledge.
- Bettie, Julie (1995): Class Dismissed? Roseanne and the changing face of working-class iconography. *Social Text*, 14 (4): 125–149.
- Bonner, Frances (2003): *Ordinary Television: Analyzing Popular TV*. London: Sage.
- Born, Georgina (2003): Strategy, Positioning and Projection in Digital Television: Channel Four and the Commercialization of Public Service Broadcasting in the UK. *Media, Culture and Society*, 25 (6), 773–799.
- Claessens, Natalie, in Dhoest, Alexander (2010): Comedy Taste: Highbrow/lowbrow comedy and cultural capital. *Participations*, 7 (1): 49–72.
- Gans, Herbert J. (1992): Preface. V M. Lamont in M. Fournier (ur.): *Cultivating Differences: Symbolic Boundaries and the Making of the Inequality*, vii–xv. Chicago: The University of Chicago Press.
- Garnham, Nicholas (2003): Bourdieu, the Cultural Arbitrary and Television. V C. Calhoun, E. Lipuma, in Postone, M. (ur.): *Bourdieu: Critical Perspectives*, 178–192. Chicago: University of Chicago Press.
- Geraghty, Christine (2003): Aesthetics and Quality in Popular Television Drama. *International Journal of Cultural Studies*, 6 (1): 25–45.
- Hesmondhalgh, David (2006): Bourdieu, the Media and Cultural Production. *Media, Culture and Society*, 28 (2): 211–231.
- Hill, Annette (2005): *Reality TV: Audiences and Popular Factual Television*. London: Routledge.
- Hill, Annette (2008): *Restyling Factual TV: Audiences and News, Documentary and Reality Genres*. London: Routledge.
- Internet 1 (2011): Internet dobro ukoreninjen v vsakdan slovenskega uporabnika. Dostopno prek: <http://www.iprom.si/news/2621/25/Internet-dobro-ukoreninjen-v-vsakdan-slovenskega-uporabnika.html> (20. 6. 2012).
- Jacobs, Jason (2001): Issues of Judgement and Value in Television Studies. *International Journal of Cultural Studies*, 4 (4): 427–447.
- Jhally, Sut, in Lewis, Justin (1992): *Enlightened Racism: The Cosby Show, Audiences, and the Myth of the American Dream*. Boulder: Westview Press.
- Jontes, Dejan (2011a): Razred v popularnih televizijskih žanrih. *Teorija in praksa*, 48 (4): 968–981.
- Jontes, Dejan (2011b): Lepo je biti preprost: stereotipne reprezentacije razreda v situacijskih komedijah. *Medijska preža*, 39: 32.
- Kendall, Diana (2005): *Framing Class: Media Representations of Wealth and Poverty in America*. Lanham: Rowman and Littlefield.
- Kraaykamp, Gerbert, van Eijck, Koen, Ultee, Wout, in van Rees, Kees (2007): Status and media use in the Netherlands: Do partners affect media tastes? *Poetics*, 35 (2–3): 132–151.
- Kuipers, Giseline (2006): Television and taste hierarchy: the case of Dutch television comedy. *Media, Culture and Society*, 28 (3): 359–378.
- Laban, Vesna (2007): *Televizijsko novinarstvo: hibridizacija žanrov in stilov*. Ljubljana: FDV.
- Lawler, Stephanie (2005): Introduction: Class, Culture and Identity. *Sociology*, 39 (5): 797–806.
- Luthar, Breda (1998): *Poetika in politika tabloidne kulture*. Ljubljana: Sophia.

- Luthar, Breda, in Kurdija, Slavko (2011): Razred in kulturne distinkcije. *Teorija in praksa*, 48 (4): 982–1003.
- Luthar, Breda, Kurdija, Slavko, Jontes, Dejan, Malnar, Brina, Tivadar, Blanka, Kamin, Tanja, in Oblak, Tanja (2011): Medijska potrošnja, razred in kulturna stratifikacija: končno raziskovalno poročilo s sumarnikom. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Malnar, Brina, in Luthar, Breda (2011): Uvodnik. *Teorija in praksa*, 48 (4): 949–950.
- Morley, David (1986): *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*. London: Comedia.
- Morley, David (2006): Unanswered Questions in Audience Research. *The Communication Review*, 9 (2): 101–121.
- Morley, David (2009): Mediated class-ifications: Representations of class and culture in contemporary British television. *European journal of cultural studies*, 12 (4): 487–508.
- Peterson, Richard A., in Simkus, Albert (1992): How Musical Tastes Mark Occupational Status Groups. V Michele Lamont in Marcel Fournier (ur.): *Cultivating Differences: Symbolic Boundaries and the Making of the Inequality*, 152–186. Chicago: The University of Chicago Press.
- Pušnik, Maruša (2003): Moralizacija kot estetski projekt dokumentarnega žurnalizma: O urbanih legendah, meganormalnosti in globokem tovarštvu. *Teorija in praksa*, 40 (2): 267–286.
- Skeggs, Beverley (2005): The Making of Class and Gender through Visualizing Moral Subject Formation. *Sociology*, 39 (5): 965–982.
- Skeggs, Beverley, Thumin, Nancy, in Wood, Helen (2008): »Oh goodness, I am watching reality TV«. How methods make class in audience research. *European Journal of Cultural Studies*, 11 (5): 5–24.
- Skeggs, Beverley, in Wood, Helen (2011): Introduction: Real Class. V H. Wood in B. Skeggs (ur.): *Reality Television and Class*, 1–29. London: Palgrave Macmillan.
- Skeggs, Beverley, in Helen Wood (2012): *Reacting to Reality Television: Performance, Audience and Value*. London: Routledge.
- Torche, Florencia (2007): Social Status and Cultural Consumption: The Case of Reading in Chile. *Poetics*, 35 (1–2): 70–92.
- Turner, Graeme (2010): *Ordinary People and the Media: The Demotic turn*. London: Sage.

Summary

Drawing on the data of the empirical research project *Media consumption, social class and cultural stratification* carried out with the help of a questionnaire administered to 820 residents of Ljubljana and Maribor, the paper examines the relationship between social class, education, and television taste. It deals with the question of the role of television consumption in the organization of class distinctions, and it shows how cultural capital operates in the field of popular culture. Class was operationalized with the help of Goldthorpe's class schema which was according to our sample of population reduced to four categories: lower class (43,2 % of the sample), middle class (20,2 % of the sample), upper middle class (22,7 % of the sample), and upper class (13,9 % of the sample). Education as the basic indicator of institutionalized cultural capital correlates highly with this class schema (correlation coefficient being 0,65). Contrary to a part of recent literature which emphasizes a weak or non-existent connection between class

positions and patterns of television consumption, the author uses the Slovenian sample to show that class and education differentiate television preferences significantly although only in some segments of television repertoire. The only generic categories where preferences are positively connected with class are arts programmes and documentaries. Surprisingly enough, news/current affairs programmes are in negative correlation with class and education, for most of the research from other countries reports positive correlations. Thus, genres with higher status are positively connected with class, while genres with lower status such as reality television correlate negatively with class. Negative assessment of reality genres is expected, as this television genre is similar to (heavy) metal in music in the sense that aversions to both of them are very strong regardless of occupational class and education. Analysing preferences for particular television shows another interesting point that can be highlighted. Percentages of respondents who are not familiar with television series that can be placed within the genre of quality drama (e.g. *The Tudors*, *The Good Wife*) and middle-brow sitcom (e.g. *Outnumbered*, *Californication*) are extremely high. For example, almost 70 percent of respondents have not heard of or do not know BBC's humoristic series *Outnumbered* although this sitcom was placed in the prime time schedule of national television in the time of conducting the survey. Thus, with the exception of mainstream television series (e.g. *House*, *Desperate housewives*, *CSI*) foreign popular culture is not as widely recognized as one might expect regardless of social class and education. It may well be that television does not play a central role in forming and maintaining cultural hierarchies because it has a limited influence due to its lack of exclusivity but it is nevertheless not a distinction free zone. On the basis of principal components analysis, three television tastes were identified and one of them, called domestic taste is strongly related to class. Age and gender are certainly more important predictors of television taste, but class and education also play an important role because they are an indicator of television preferences, choices and aversions. It is important to highlight that our sample was limited to two main urban areas in Slovenia, so it is safe to predict that all the differences would be even bigger if our research was based on the representative sample covering the whole country. Although the quantitative data show clear connection between the position of the viewer in the social structure and television preferences, further qualitative research is needed to establish how watching television operates as a (re)generator of cultural distinctions. In the conclusion of the paper, the importance of studying television preferences in connection with other fields of cultural consumption is emphasized.

Podatki o avtorju:

doc. dr. Dejan Jontes

Katedra za medijske in komunikacijske študije FDV

dejan.jontes@fdv.uni-lj.si

Andrej Blatnik

SYMBOLIC CAPITAL OF SLOVENIAN READING

ABSTRACT: Following the idea of various capitals in the publishing field established by John B. Thompson, we can observe the book consumption as a process where an investment of economic capital in a bought book results in the potential growth of intellectual and symbolic capital gained by reading. The article is exploring the approach to these book capitals in Slovenia on the ground of a research carried out in 2010 and 2011, comparing its results with those of previous book researches, especially in connection with some specifics of the Slovenian book field such as strong system of public libraries and accordingly low number of books being sold in the bookstores.

KEY WORDS: reading habits, book market, symbolic capital, culture and class

Simbolni kapital slovenskega branja

IZVLEČEK: Slede ideji o različnih kapitalih v založniškem polju, ki jo je uveljavil John B. Thompson, lahko opazujemo knjižno potrošnjo kot proces, pri kateri naložba ekonomskega kapitala v kupljeno knjigo skozi branje prinese potencialno rast intelektualnega in simbolnega kapitala. Članek raziskuje pristop k tem knjižnim kapitalom v Sloveniji na temelju raziskave iz let 2010 in 2011 ter primerja rezultate s prejšnjimi knjižnimi raziskavami, še posebno v povezavi z nekaterimi specifikami slovenskega knjižnega polja, kakršna je močan sistem splošnih knjižnic in ustrezno nizko število knjig, prodanih v knjigarnah.

KLJUČNE BESEDE: bralne navade, knjižni trg, simbolni kapital, kultura in razred

1. Introduction

Slovenes somehow do not question the idea of being inseparately connected with the books and crucially defined by them; this notion might extend even further from the creation of community through the process of reading as presented by Benedict Anderson in *Imagined Communities* (Anderson 1998). 'Birth of a nation from the spirit of poetry' – as this connection, especially in the context of the second half of the twentieth century, is described by Aleš Debeljak (Debeljak 1995) – extends at least from times

of the first Slovenian 'writer of a kind' Primož Trubar, through the introduction which Josip Stritar wrote in 1866 for the second edition of *Poems* by the greatest Slovenian poet France Prešeren, to the Volume 57 of *Nova revija*, a dissident cultural magazine which published 'contributions for the Slovenian national program' in 1987 and thus made the notion of the independent Slovenian state public. However, it should not be forgotten that books have changed from a medium for the elites into a medium for the masses only after the introduction of appropriate technology (i.e. the invention of rotary printing press) and after the establishment of adequate social conditions, in particular a sufficient level of literacy, which was in the Slovenian environment enhanced by the introduction of compulsory education at the time of Maria Theresa.

Raymond Williams notes that books were not a media for the majority of people until the 20th century (Williams 1983: 70); nevertheless, in the recent years, we can read more and more journalistic debate as well as scientific contributions on the topic of the end of the so-called 'Gutenberg galaxy' crucially marked by the books (Anderson 2006; Darnton 2009; Epstein 2001; Gomez 2008; Schiffrin 2000; Striphas 2009) and on the effect of changes in reading paradigm caused by the transition from paper to digital media (Carr 2010; Jacobs 2011). In this context, it seems worthwhile to compare the results of different researches of Slovenian reading habits and to reconsider whether the books in Slovenia nowadays still have so powerful role as we tend to believe, especially in the context of the three capitals which were (in the framework of research of books and culture) established and analysed by Pierre Bourdieu and, on Bourdieu's track, by John B. Thompson: in the context of *economic*, *intellectual* and *symbolic* capital. The basic assumption is that the role of these capitals in the reading field has shifted, and that the books have lost quite a bit of their symbolic capital.

2. Slovenian Book Research

Particularly helpful in evaluating the change of the symbolic capital of Slovenian reading was the data contributed by the empirical research *Culture and Class* conducted by the Ljubljana Faculty of Social Sciences (the project leader was Dr. Breda Luthar). This research took part between Dec 1, 2010, and February 15, 2011, in the towns of Ljubljana and Maribor, i.e. the two biggest cities in Slovenia. The base for questionnaire was chosen on the ground of SRS sample and the target was 1080 respondents who reached the age of majority and were permanently residing in one of these two cities. The target was at least 400 responses in each of the cities, and the research got 820 successful responses altogether, thus reaching the 45% response after deducting the ineligible. One of the tasks of the research was to analyse how culture reflects the (in the Slovenian case) emerging class society – Slovenia started changing from (theoretically) egalitarian society into a typical class society after gaining independence in 1991. *Culture and Class* research was analysing many aspects of culture in connection with class by addressing the respondents with 129 questions or statements and seven of these were aimed at book consumption – most of them will be represented later on. It needs to be noted that systematic surveys of Slovenian book market and reading

habits have stopped in the last years. In recent decades, however, an ongoing research *Book and Reader* was taking place, started in 1973 by Gregor Kocijan. The first survey interviewed 1.312 subscribers of the national television, in this time called RTV Ljubljana. In the following research in year 1979, Kocijan was joined by Martin Žnideršič, and they were again interviewing broadcasting subscribers, this time on a sample of 1.455 respondents. The third survey in 1984 was included in the *Slovenian Public Opinion* survey and included 2.435 respondents. The last comprehensive survey was *Book and Reader IV*, conducted in 1998 in 1.084 households; in this particular case, multistage sampling ensured representative (if reduced) sample. Results of all the researches have been published. (Kocijan 1974; Kocijan and Žnideršič 1980; Kocijan et al. 1985; Žnideršič et al. 1999)

Hope expressed by the research team in the introduction to the published results of 1998 research »that the *Book and Reader* will become a permanent survey every five years and that it will be possible to illuminate some more specific questions with specified smaller researches in the meantime« (Žnideršič et al. 1999: 9) did not materialize. It seems this is due to the lack of interest of potential fund giving organisations, especially those who have established a partnership between public and private sector in the previous researches. The research has been funded from the beginning by the so-called Cultural Community of Slovenia, the predecessor of the Ministry of Culture, and in the second run, public sector was joined by the beginnings of the private sector: part of the financing came from the publishing part of the Chamber of Commerce and Industry of Slovenia which was (and still is) representing the 'market' part of the book production. Slovenian Book Agency, in operation since January 1, 2009, took over the tasks of caring for the books in public interest from the Ministry of Culture (and the Ministry from the Cultural Community of Slovenia), but the tasks stated on its website (http://www.jakrs.si/o_agenciji/) do not include research and analysis of the Slovenian book market. The Slovenian Book Agency did indeed contract a few 'smaller researches', if we preserve the language of the introduction to *Book and Reader IV*, about the 'detailed and pressing issues' such as the public lending right system, but it seems that the Slovenian cultural policy is currently more worried about the maintenance of the subsidy system in order to support or perhaps even preserve Slovenian quality books than about the analysis of the Slovenian book market. Privatization of the book sector in 1991 caused many structural changes (see Blatnik et al. 2005; Breznik et al. 2003; Kovač 1999; Rugelj 2010) and brought new problems which might be among the reasons that the Slovenian book sector has not yet begun seriously investing in extensive research, ranging above the partial and specific interest.

3. Various Book Capitals

Based on the concept of social fields defined by Pierre Bourdieu, five types of capital engaged in contemporary publishing are explored by one of the world's leading theorists of the publishing field John B. Thompson in his comprehensive books *Books and the Digital Age: The Transformation of Academic and Higher Education Publi-*

shing in Britain and United States (2005) and *Merchants of Culture: The Publishing Business in the Twenty-First Century* (2010): economic, human, social, intellectual and symbolic. Economic capital is, of course, consistent of the funds needed by publishers for their work, human is represented by the people working in or for publishing houses and their accumulated knowledge, skills and expertise, social by the networks of contacts that an individual or organization has built over time, intellectual represents the rights that a publishers owns or controls and is able to exploit through publications and selling of subsidiary rights, and symbolic capital consists of accumulated reputation and recognition enjoyed by the publisher. Social capital was added by Thompson in the later book, noting how »it became clear that this form of capital, important in all publishing fields, is particularly important in trade publishing, where networking is vital«. (Thompson 2010: 5)

Thompson says that the first four of capitals are self-explanatory and easy to understand components of the publishing field; however, the inclusion of symbolic capital that creates brands needs more explanation. Publishers are, again following Bourdieu's theory, *cultural intermediaries*, and symbolic capital in the publishing field is not only gained by reputation of publishers but also by reputation of other participants in the publishing field, in particular, of course, authors who themselves are becoming *brand names* with various amounts of symbolic capital accredited to their name. Particularly important for the publishing industry are the economic and the symbolic capitals, and their relationship in the context of individual publishers is not necessarily proportionate: publisher with a lot of reputation can operate with modest financial results and vice versa. Publishers operate in two markets simultaneously, the *content market* and the *buyers market* – they buy content from authors and sell books to customers. The books therefore enable capital flow – we may assume that customers give their own economic capital (i.e. money) to publishers in exchange for a particular book in order to receive reimbursement in the form of the potential intellectual and symbolic capital which is brought to them by the book. They are therefore not buying the form, the *object* of the book – if this was the case, one book could be easily replaced by another, as analysed by the studies of cultural industry by Theodor Adorno and Max Horkheimer – they are buying book for its *content*. The *content* is what allows them to get in touch with the intellectual and symbolic capital of any particular book, and with the intellectual and symbolic capital of the book field in general – but to reach these capitals, they need to (in principle) invest their economic capital into the *object* of the book.

The dual nature of books, represented by their acting as 'standard' market goods, an act personified in their form which is bought and sold, but also as particular 'cultural' goods because of their specific content which is transferring knowledge, culture etc., is built into the base of book culture in all cultures; in smaller cultures, more connected with specific forms of cultural expression (for example the language), even more so (Anderson 1983). Therefore, book studies always need to be interdisciplinary, including methods of studies of literature, economy, sociology and bibliography. In recent years, a number of analysts stress how the importance of the two beforementioned capitals in the modern publishing industry is becoming less and less equal: the economic ca-

pital is increasingly prevailing over the symbolic. Perhaps most notable analysis was given by the longtime director of Pantheon publishing house and later on founder of the nonprofit publishing house The New Press André Schiffrin in his book *The Book Business*. »For much of the twentieth century, trade publishing as a whole was seen as a break-even operation. / ... / Thus, the new approach – deciding only to publish only those books that can be counted on for an immediate profit – automatically eliminates a vast number of important works from catalogs.« (Schiffrin 2000: 104)

This is the ground for some questions posed by the research *Culture and Class*; these were derived from the thesis that the symbolic capital of reading is changing, and we were trying to explore how this change is related to the changes of economic capital, since these two capitals are not completely directly related in Slovenian society. Unlike many commodities which must be paid for to be consumed, the books in Slovenia are in principle accessible to everyone. This is possible thanks to the network of well-stocked and efficient public libraries which offer the vast majority of books that are published in Slovenia immediately after publication, free of charge.

4. Readers and Buyers

The results of the beforementioned *Book and Reader* researches, compared with the *Culture and Class* research, show the popular thesis of 'less and less reading' proven wrong: the non-readers (people who did not read a single book in a year) represented 48% of respondents in 1973, 34% in 1979, again 48% in 1984, and 39% in 1998, but only 14,5% in 2011. Similar increase of the book presence in lives of the respondents was shown by the percentage of the non-buyers (people who did not buy a single book in a year): 50% of respondents in 1973, 39% in 1979, 41% in 1984, and 48% in 1998, but only 21% in 2011. (We can, however, subscribe a part of this increase to the fact that the first four researches were aimed at representatives of Slovenian population in general, while the last one was taking place only in the urban areas of Ljubljana and Maribor, where, we might suspect, there are more readers than the average.)

Book and Reader IV research in 1998 concluded that in comparison of the then available data, the Slovenian buying of the books (note that we are talking about buying or not buying, not about the quantity of purchased books!) varies somewhat comparable to the international level – in the U.S., Germany, Italy, France and Poland, the percentage of buyers is similar, significantly bigger only in Great Britain, where 80% of adults purchased at least one book in a year. At the same time, the researchers interpreted that the reduction in the percentage of buyers by 7% in comparison between 1984 and 1998 was due to the degraded material situation of a large part of the Slovenian population (caused by the shift from one kind of society to another, we might add), and concluded that in the near future, as favorable results as in 1979 (61% of respondents were book buyers) will not be achieved. (Žnideršič et al. 1999: 60-61) Judging by the outcome of the research *Culture and Class*, where the question »Would you buy a book that was recommended by a friend if it costs 20 €?« was answered by 'I do not buy books' by only 20,6% of respondents, such a view might be considered slightly too pessimistic,

though, of course, we need to keep in mind that this was only the expression of *intention* and not of an *actual purchase* of such a book.

Uroš Grilc, while researching the book market in Slovenia, noted a gradual increase in average price of subsidized book (Blatnik et al. 2007: 11-52). In 2003, subsidized books were cheaper than non-subsidized, but in 2004, they became more expensive, which, we may assume, also affected the growth of library acquisitions of non-subsidized books which is a phenomenon of the last few years. In another text, Grilc indicates the average price of books in 2009 was 20.03 € (Blatnik and Kovač, eds. 2011: 23-33), which is the figure taken as a starting point for the survey question in the *Culture and Class* research: »*Would you buy a book that was recommended by a friend if it costs 20 €?*« (Most surveys quote 'personal recommendation' as the key motivation for buying a specific book.)

Before we analyse answers to this question, it seems worth mentioning the previous 'open' question: »*What is in your opinion a reasonable price for a novel?*« (Again starting from the usual answer to the question of what kind of books people are buying for 'their pleasure': namely novels.) Reasonable price for a novel is expectedly increasing in relation to the increasing income and education level and is slightly higher among males who were willing to pay an average of 17.73 € and the females a little less, 17.46 €. The respondents were willing to pay 18.66 € in Ljubljana and 16.55 € in Maribor, which is approximately equally distant from the average and probably witnesses the microeconomic situation in the two cities.

The figure expectantly rises with the position within class. It is interesting, however, that, according to the thesis of book being a constitutive element of the Slovenian nation, the respondents who declared themselves belonging to Slovenian nationality were willing to contribute 17.47 € on average for the novel, whereas those declaring themselves being nationally non-Slovenian were willing to contribute significantly more, 18.61 €, which is also above the amount that the average middle class respondent was willing to contribute. It needs to be noted that the declared non-Slovenians amounted to 112 respondents, i.e. roughly 14% of all respondents, and therefore this answer cannot be considered a random deviation. It appears that the investment in symbolic capital brought by a book is worth more to a respondent of non-Slovenian ethnicity, which is perfectly in line with Benedict Anderson's thesis. Incidentally, this fact helps to explain why the most sold Slovenian fiction book in independent post-1991 Slovenia is the multicultural *bildungsroman* by Goran Vojnović entitled *Čefurji raus!* (*čefurji* being a pejorative name for immigrants from the rest of former Yugoslavia, especially Bosnia) – if we can paraphrase Fran Levstik, the author of the first Slovenian literary manifesto, according to which 'Slovenian should see himself in a Slovenian novel as he sees his reflection in the mirror' the new *not-quite-Slovenian* sees himself as a 'reflection in the mirror' in this particular novel.

This information is complementary to the answer to the question »*Would you buy a book that was recommended by a friend if it costs 20 €?*« Here, 32.6% of respondents of non-Slovenian ethnicity, compared with 18.7% of respondents of Slovenian ethnicity, chose the response 'I do not buy books'. Their decision for the higher price of the novel

is thus mainly reflecting their respect and recognition of symbolic capital represented by the book, rather than the decision to really invest their own economic capital. (We have already mentioned that in the whole, this response was chosen by 20.6% of respondents.) The answer 'yes, I'd buy it' was chosen by 27.9% of respondents of Slovenian nationality and 26.4% of respondents of non-Slovenian nationality. Willingness to pay this price increases according to the rise of education and class position and is again (by 3.3 percentage points) higher in Ljubljana than in Maribor. More interesting, however, is the fact that such a price is accepted by 59,9% of respondents with income between 1000 and 1999 € and only by 46% of respondents with income of more than 2000 €. In these groups, the percentage difference between those who identified themselves as 'I do not buy books' is negligible (6.1 and 6.9%), also the difference in relation to answers 'I would have bought if I had the feeling that I desperately need it', but the difference in the answer to 'I'd buy it if I could not get in the library' was significantly bigger: it was chosen by 18.2% of those with income above 2000 €, and by only 4.9% of those with income between 1000 and 1999 €. Ratio in the selection of the response 'no, because it is too expensive' was 4.3% vs. 1.7% – *higher ratio by those with higher income!*

This at first sight very surprising answer requires some extra thought. Zdravko Duša in the text entitled *Three Revolutions of The Book* speaks of the marketing campaign which accompanied the launch of an elite series of translated novels *XX. stoletje (XX. Century)*: »The assumption was: OK, the new emerging class [*nouveau riches*] has no real interest in the book, but it means to them a thing of a certain value and will therefore be bought.« (Blatnik et al. 2005: 37-47) The assumption has proven to be wrong and the series has not sold significantly better as other books of the same type: the members of the emerging new class gained already so much confidence because of their wealth that they did not feel the need for such additional confirmation, for, in Bourdieu's term, the *cultural bluff*.

Answers to the quoted survey question suggest an additional interpretation: the new owners believe that the book is too expensive to buy. Its value is therefore not scored as high as it is by not-so-wealthy classes, which is clearly shown by the answer to the question »*How many books did you read in the last year for your pleasure?*« Those with incomes between 1000 and 1999 € read 13.45 books pro year on average, and those with higher income 6.95, which is the lowest response among all categories! The new rich (it needs to be mentioned that, due to the previous 'egalitarian society', almost everyone rich is 'new rich' in Slovenia) seem to be aware though that admitting the non-reading (inherent in the decision for the answer 'I do not buy books' or, to a lesser extent, 'books are too expensive') is not (yet?) socially acceptable answer, so they are trying to correct their approach into the more socially expected: 'I'd buy it if I could not get in the library'. They are not recognizing the economic or intellectual capital of the books, but are still aware of their symbolic capital, alas on a symbolic level only. Bad news for the Slovenian publishing industry – and probably also for the members of the new rich class and their intellectual growth.

5. Conclusion: Decline of the Symbolic Capital

Reading experience is in common knowledge closely linked to education: level of education is increasing with reading habits and vice versa, and this interconnection is confirmed practically in all serious studies of reading habits. The research *Culture and Class*, however, recorded an instructive response to the statement »*In the past, reading books was more important than it is today*«: in the range from 'strongly disagree' to 'completely agree with it' the share of responses is constantly growing: 'disagree' (3.7%), 'do not agree' (8.7%), 'neither-nor' (12%), 'agree' (35%), 'totally agree' (35.8%). The small difference between the last two figures might also be interpreted as a desire to avoid socially less acceptable answer. More than 70% of respondents are therefore expressing their belief that reading books was in the past more important than it is today, which is certainly an indicator of the present state of the symbolic capital of books.

We could try an optimistic interpretation and risk explanation that the respondents decided to make a judgement on vanishing importance of reading books in conjunction with rising importance of the new literacies such as digital literacy (see Knobel and Lankshear, ed. 2007), even make a more optimistic attempt to see some good prospects for the future in such a judgement, since the new literacies include a 'new ethos', namely the increased importance of readers in the reading process: in new literacies, the reader is more active in the act of reading as in conventional literacy (ibid: 9). However, we can quickly undermine our optimism by taking into account the percentage of responses to the claim »*If you do not read, you can not be successful in the society*«: 'disagree' (14.1%), 'do not agree' (26%), 'neither-nor' (25.7%), 'agree' (24.5%), 'totally agree' (8.4%), which tend to represent rather low presence of belief that reading brings important social, symbolic, intellectual or economic capital. (Younger respondents are more committed to this claim, so we may assume the response is at least partly formed by some kind of personal experience!) We shall also mention the responses to the claim »*Books are a great way of spending free time*«: 'disagree' (1.4%), 'do not agree' (8.5%), 'neither-nor' (15.2%), 'agree' (37.3%), 'totally agree' (37.1%). The book is therefore still an excellent thing in contemporary Slovenian public opinion, but a thing for leisure, and not a means of increasing the social, intellectual and symbolic, let alone economic capital.

Primary source

Summary of the research »Kultura in razred«, FDV-IDV, 2011.

References

- Anderson, Benedict (1983). *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London: Verso.
- Anderson, Chris (2006). *The Long Tail: Why the Future of Business Is Selling Less of More*. New York: Hyperion.
- Blatnik, Andrej, et al. (2005). *Zgubljeno v prodaji : slovenska knjiga med državo in trgov v tretjem tisočletju : [sedem pogledov na prihodnost slovenske knjige]*. Ljubljana: UMco.
- Blatnik, Andrej, et al. (2007). *Slovenska knjiga včeraj in jutri : osem pogledov na pomen domače knjige*. Ljubljana: UMco.
- Blatnik, Andrej, Kovač, Miha, ed. (2011). *Knjiga kot nosilka razvoja človeštva : [zbornik kongresa] / Svetovni vrh knjige 2011*. Ljubljana : Cankarjev dom, kulturni in kongresni center.
- Bourdieu, Pierre (1984). *Distinction*. London: Routledge.
- Breznik, Maja, et al. (2003). *Bralne kulture v novih razmerah slovenske založniške produkcije*. Ljubljana: Mirovni inštitut.
- Breznik, Maja, et al. (2005). *Knjižna kultura*. Ljubljana: UMco.
- Carr, Nicholas (2010). *The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains*. New York: W. W. Norton.
- Darnton, Robert (2009). *The Case for Books: Past, Present, and Future*. New York: NY Public Affairs.
- Debeljak, Aleš (1995). *Rojstvo naroda iz duha pesmi. Jezik in slovstvo* 40/8.
- Epstein, Jason (2001). *Book Business: Publishing, Past, Present and Future*. New York: W.W. Norton.
- Grilc, Uroš (2011). *Travme slovenskega knjižnega trga. Pogledi*, February 9, 2011.
- Gomez, Jeff (2008). *Print is Dead : Books in Our Digital Age*. New York: Palgrave Macmillan.
- Jacobs, Alan (2011). *The Pleasure of Reading in an Age of Distraction*. Oxford: Oxford University Press.
- Kocijan, Gregor (1974). *Knjiga in bralec*. Ljubljana: Delavska enotnost.
- Kocijan, Gregor, Žnideršič, Martin (1980). *Knjiga in bralec II*. Ljubljana: Raziskovalni center za samoupravljanje pri RS ZSS.
- Kocijan, Gregor, et al. (1985). *Knjiga in bralec III*. Ljubljana: Kulturna skupnost Slovenije.
- Knobel, Michele, Lankshear, Colin, ed. (2007). *A New Literacies Sampler*. New York: Peter Lang Publishing.
- Rugelj, Samo (2010). *Za vsako besedo cekin? : slovensko knjižno založništvo med državo in trgov*. Ljubljana : Cankarjeva založba.
- Schiffirin, André (2000). *The Business of Books: How the International Conglomerates Took Over Publishing and Changed the Way We Read*. London: Verso.
- Schiffirin, André (2010). *Words and Money*. London: Verso.
- Striphas, Ted (2009). *The Late Age of Print : Everyday Book Culture from Consumerism to Control*. New York: Columbia University Press.

Thompson, John B. (2005). *Books in the Digital Age : The Transformation of Academic and Higher Education Publishing in Britain and United States*. Cambridge: Polity.

Thompson, John B. (2010). *Merchants of Culture : The Publishing Business in the Twenty-First Century*. Cambridge: Polity.

Williams, Raymond (1983). *Writing in Society*. London: Verso.

Žnideršič, Martin, et al. (1999). *Knjiga in bralec IV*. Ljubljana: Filozofska fakulteta, Oddelek za bibliotekarstvo.

Author's address:

Associate Professor Andrej Blatnik

Faculty for Arts and Sciences

Department of Library and Information Science and Book Studies

Aškerčeva 2, 1000 Ljubljana

andrej.blatnik2@guest.arnes.si

Tanja Kamin, Blanka Tivadar, Samo Kropivnik

KAJ IMAJO SKUPNEGA ANDY WARHOL, PEKORINO IN VASABI? PREHRANSKI VZORCI V LJUBLJANI IN MARIBORU

POVZETEK: Prispevek prikazuje rezultate vprašanj o prehranjevalnih navadah in odnosu do prehranjevanja iz raziskave *Medijska potrošnja, razred in kulturna stratifikacija*, ki je bila opravljena na reprezentativnem vzorcu odraslih prebivalcev Ljubljane in Maribora. Opiše in analizira štiri homogene ter med seboj dobro ločene skupine, ki so jih avtorji identificirali z Wardovo metodo hierarhičnega razvrščanja: aspirativne tradicionaliste (27 % vzorca), socialno ogrožene tradicionaliste (32 % vzorca), zdravstveno ozaveščene in družbeno odgovorne hedoniste (29 % vzorca) ter urbano adaptirane tradicionaliste (12 % vzorca). Podobno kot prispevki sorodnih raziskav tudi pričujoča razprava potrjuje tezo o povezanosti med prehranskimi navadami, odnosom do prehranjevanja ter vrednotami in kulturnimi praksami. Ugotavlja, da v urbanem okolju, dveh največjih slovenskih mestih, kljub vse raznovrstnejši kulinarični ponudbi na trgu še vedno prevladujejo tradicionalistične prehranske prakse, ki se povezujejo z nazadnjaštvom in tradicionalnimi praksami tudi na drugih področjih vsakdanjega življenja.

KLJUČNE BESEDE: kulinarični kapital, prehranjevanje, življenjski slog, zdravje, okus

What do Andy Warhol, pecorino and wasabi have in common? Food practices in Ljubljana and Maribor.

ABSTRACT: The authors present an analysis of food practices based on the research project »Media consumption, class and cultural stratification«. A cluster analysis of data obtained from a random sample of the adult population in Ljubljana and Maribor, the two biggest cities in Slovenia, revealed four food cultures: Aspiring traditionalists (27% of the sample), Struggling traditionalists (32%), Health conscious and socially responsible hedonists (29%) and Traditionalists, adapted to urban trends (12%). The findings support previous research which recognises significant associations between food practices, socio-demographic factors (particularly education), values and cultural consumption. The data show that food practices in Ljubljana and Maribor are still primarily traditionalistic, as are several other practices of everyday life.

KEY WORDS: culinary capital, lifestyle, health, food practices, taste

1 Uvod

Pred več kot desetimi leti smo v raziskavi Življenjski stili v medijski družbi (2002) našli prepričljivo povezanost med prehranskimi navadami, vrednotami in kulturnimi praksami (Tivadar 2002; Tivadar in Luthar 2005), ki je potrjevala Bourdieujevo (1979/1984) tezo o istorodnosti etike in estetike. Ugotovili smo, da je kultura prehranjevanja prakticiran svetovni nazor, v precejšnji meri povezan z izobrazbo, spolom, dohodki in stopnjo urbaniziranosti posameznikovega življenjskega okolja. Kultura prehranjevanja se je tedaj raztezala med dvema etično in estetsko različnima poloma – tradicionalizmom, katerega skupni imenovalec je bil instrumentaliziran odnos do prehranjevanja (preferiranje velikih porcij, mesne hrane, obravnavanje hrane predvsem kot vira energije za delo), in postmoderno držo, ki so jo oblikovali naklonjenost novostim v prehranjevanju, težnja k estetizaciji vsakdanjega prehranjevanja in obiskovanje restavracij s tujimi kuhinjami. Tradicionalizem v prehranskih praksah se je povezoval z nazadnjaštvom v drugih praksah in pogledih: težave s sprejemanjem kulturne raznolikosti, prepričanje, da obstaja en sam »prav«, predsodki do spolnih in etničnih manjšin, zavzemanje za tradicionalni spolni red, okus za slovensko kulturno produkcijo in tabloide ter slaba informacijska pismenost. Za postmoderno prehransko držo so bili značilni svobodomiselnost, sprejemanje družbenih manjšin, kozmopolitizem v političnih stališčih in praksah, informacijska pismenost ter »vsejedost« na področju kulturne potrošnje. Skupine tradicionalistov so bile bolj moške kot ženske, slabo izobražene, z nizkimi dohodki in pretežno iz podeželskega okolja, medtem ko je bil postmoderen odnos do prehranjevanja bolj ženski in povezan z univerzitetno izobrazbo, nadpovprečnimi dohodki ter življenjem v mestih. Med tema poloma, ki sta zavzemala vsak po dobro tretjino prostora, je bilo manj jasno etično in estetsko profilirano območje; naseljevali so ga mladi, za hrano nezainteresirani moški (nereflektiran odnos do hrane) in ženske, okupirane s skrbjo za telesno težo.

Kaj se je v desetih letih spremenilo, kolikor je to sploh mogoče ugotoviti zaradi različnih vprašalnikov in vzorca udeležencev raziskave? Namreč, v raziskavi, katere podatke bomo predstavili v nadaljevanju, smo ponovili in dodali vprašanja z najboljšim razlikovalnim potencialom; poleg tega je bila prva raziskava opravljena na vzorcu odraslega prebivalstva v Sloveniji, tokratni pa je vključeval le prebivalstvo dveh največjih slovenskih mest, Ljubljane in Maribora. A zato bi lahko v tokratni raziskavi pričakovali, da bomo (zaradi urbanosti vzorca in z njo povezane višje izobrazbe – v prvi raziskavi je imelo vsaj višjo izobrazbo 19 odstotkov anketiranih, v tokratni pa 33 odstotkov – ter višjih dohodkov) odkrili manj tradicionalnih in več postmodernih prehranskih praks. Bell (2002) namreč meni, da se je v sodobnih mestih (on sicer govori o metropolah) zaradi obilja raznovrstnih kulinarčnih ponudb nemogoče izogniti spoznavanju tujih kuhinj in sodelovanju v raznovrstnih prehranskih praksah. Vprašanje pa je, ali lahko vzporedno s tem pričakujemo tudi porast kozmopolitizma in svobodomiselnosti ter upad nacionalističnih in šovinističnih sentimentov. Kulinarčne novosti, tuje kuhinje in estetizacija prehranjevanja so v zadnjih desetih letih (oziroma v obdobju pred gospodarsko krizo) lahko postali bolj vsakdanji zaradi boljše in raznovrstnejše ponudbe v

restavracijah in trgovinah ter tudi zaradi finančne dostopnosti mednarodnih potovanj, zato ni nujno, da še vedno dobro razlikujejo med skupinami z različnimi vrednotami. Ko se namreč neka praksa razširi in povsakdanji, lahko izgubi razlikovalno ideološko moč. Za potrošnike ekološko pridelanih živil v Nemčiji so konec osemdesetih let ugotovili, da se delež tistih, ki so te vrste potrošniki zaradi specifičnih vrednot, zmanjšuje. Že leta 2000 je bil njihov glavni motiv skrb za zdravje; le pri manjšini je bilo nakupovanje še konstitutivni element življenjskega sloga. So jih pa še vedno določale socialnodemografske značilnosti, saj so bili starejši in premožnejši od potrošnikov konvencionalnih živil (Roder 1997 in Bruhn 2000 v von Alvensleben 2001: 86).

Razširjenost neke prakse ne pomeni nujno tudi samodejnega zmanjšanja njenega socialnorazlikovalnega potenciala. Bennet in sodelavci (2009: 164–167) za Veliko Britanijo, okolje z domala neskončno ponudbo etnične hrane, poročajo o razrednih razlikah v okusu za restavracije in tuje kuhinje. Tam glavni obrok vsaj enkrat mesečno jesta zunaj (torej ne doma) dve tretjini prebivalstva, nižji razredi pa zunaj jedo manj pogosto in v drugačnem tipu restavracij. Denimo »fish and chips« je še vedno priljubljen med delavstvom, a ničvreden pri izobraženih in starejših profesionalcih. Restavracije s tujimi kuhinjami obiskujejo v vsakem razredu, a v vsakem drugem in v višjih vedo o teh kuhinjah več. Implicitna hierarhija okusa teče od restavracij z eksotično tujo kuhinjo na vrhu prek restavracij s priljubljeno tujo kuhinjo (italijanska, mehiška), pubov in indijskih restavracij, ki jim sledijo restavracije s hitro hrano, obrati s kitajsko in indijsko hrano za s seboj ter obrati »fish and chips«, do uličnih stojnic s hamburgerji na dnu hierarhične lestvice. Omeniti velja nelagodje oziroma bojazen do obiskovanja restavracij, ki so jo raziskovalci zaznali pri delavcih (zlasti pri moških), ki so poleg tega stežka opisali in utemeljili svoj okus za restavracije ter kriterije za izbiro jedi, medtem ko se srednji sloji v restavracijah počutijo kot doma, imajo širše izkustvo in tudi širši nabor želja o tem, kje vse bi radi jedli.

Razlikovalne so tudi prakse pripravljanja hrane v zasebnosti. Murcott (1995: 231) pravi, da sta se v drugi polovici 20. stoletja oblikovali dve nasprotni smeri razvoja kuhanja v zasebnosti: prvo zaznamujejo dvojno obremenjene zaposlene matere, ki jih zanimajo enostavni, hitri in ekonomični načini priprave hrane; za družbene skupine, ki predstavljajo nasprotni trend, pa je na eni strani značilno zanimanje za nove kuharske tehnike in recepte ter na drugi za obujanje starih načinov priprave hrane in tradicionalnih jedi. Tako se na kuhinjskih policah ameriških in angleških srednjih slojev kopičijo kulinarčna literatura in kuhinjska oprema z vsega sveta: voki, strojčki za izdelovanje svežih testenin ipd. Avtorica meni, da pri tem ne gre zgolj za vprašanja okusa za hrano, temveč za način preživljanja prostega časa v slojih, ki imajo denar za gospodinje in čistilke; te zanje opravijo vsakdanje, rutinsko delo, zato da se imajo oni čas vedriti in mojstriti v eksotičnih kuharskih tehnikah. Tudi Warde (1997) je v določenih skupinah srednjih slojev opazil naraščajoče zanimanje za kulinariko, hrano pa kot simbolno posrednico identitete. Lepo vedenje pri mizi, poznavanje kulinarike in njenih novosti ter obiskovanje restavracij višji profesionalci uporabljajo kot sredstvo statusnega razlikovanja. Do podobnih izsledkov sta s kolegico Martens prišla tudi v raziskavi o prehranjevanju zunaj doma: da je poskušanje nove, neznane hrane in uži-

vanje v pogovarjanju o njej najbolj značilno za visoko izobražene, premožne in samske ljudi. Ta odnos do hrane se je povezoval tudi z veseljem do kuhanja, nakupovanja hrane in preskušanja receptov. Podobne socialnoekonomske značilnosti sta našla tudi za medsebojne pogostitve med prijatelji: k prijateljem gredo pogosteje na večerjo (ali jih gostijo pri sebi doma) premožnejši, mlajši, samski, visoko izobraženi, ki nimajo otrok in katerih starši so pripadali srednjemu razredu (Warde in Martens 2000: 52, 87–88). Razlike v estetiziranosti odnosa do hrane med družbenimi skupinami je zaznala tudi Deborah Lupton (1996: 144–147). Osebe, ki veliko časa, denarja in razmišljanja namenijo pripravljanju in uživanju hrane, so praviloma dobro izobražene in ekonomsko privilegirane; vedo, kaj je dobro, in imajo denar, da lahko to tudi kupijo. Prisegajo na raznolikost, inovativnost in ustvarjalnost pri pripravi jedi. K sladokusnosti sodijo tudi poznavanje vin, redno obiskovanje uglednih restavracij ter drage kuharske knjige in revije. Kuhanje je prostočasna dejavnost, intelektualni projekt, mesto osebne ustvarjalnosti in samouresničenja, »protistresni« program po napornem profesionalnem delu, je, skratka, nasprotje banalnim in rutinskim vsakdanjim opravilom.

Empirična evidenca kaže, da so ženske tiste, ki se spoznajo na hrano: so spretnejše in skrbnejše nakupovalke hrane kot moški in jo tudi raje kupujejo kot oni; raje kuhajo, obvladajo več kuharskih tehnik in znajo pripraviti več jedi, pri kuhanju in prehranjevanju so bolj naklonjene novostim in estetizaciji prehranjevanja, več vedo o zdravi prehrani in tudi bolje skrbijo zanjo (npr. Charles in Kerr 1988; Gabrijelčič in Blenkuš 2012; Lang in dr. 1999; Miller 1998; Tivadar 2001; Tivadar in Luthar 2005). Pri tem pa velja omeniti zgovorne razlike med moškimi in ženskami z vidika redproduciranja spolnih vlog v skupini *foodijev* (tj. velikih uživačev, ki radi dobro jedo, so izvrstni poznavalci hrane in odlični kuharji), ki jih je odkrila Cairns s sodelavcema (2010): a) iskanje užitka v hrani je tudi pri teh ženskah omejevano z okusom družine, za katero kuhajo; kuhanje je, čeprav jim je v užitek, razumljeno kot nekaj, kar se od njih pričakuje, kot izraz skrbi za družino, medtem ko moški kuhanje za druge, tudi če to počnejo dnevno, dojemajo kot prostočasno dejavnost; b) ženske imajo pri kuhi v mislih tudi skrb za zdravje otrok, moški, ki jih zdravje sploh zanima, pa le skrb zase; c) moški pogosteje kot ženske razumejo kuho kot umetnost, tj. kot estetsko prakso; č) moški bolj kot ženske svoj odnos do hrane izražajo prek kulinaričnega znanja – nenehno študirajo, iščejo nove vire informacij (nekdo si je vzel pol leta, da je naštudiral perfekten recept za limonin sorbet) in svojo ekspertizo delijo z drugimi; d) na tradicionalno ženskem področju moški poskušajo ostati pravi moški tudi tako, da kuhajo »moško« hrano, a na višji ravni, seveda; zgovoren primer je ocvrta svinjska drobovina.

Tudi prakse nakupovanja hrane (glede na vrsto, izvor, način predelave ipd.) se med družbenimi skupinami razlikujejo. Nie in Zepeda (2011: 34) sta na podatkih nacionalne US food consumer survey iz leta 2003 in z instrumentom Food-related lifestyles, vprašalnikom, ki ga je razvil Grunert s sodelavci (1997), identificirala štiri skupine prehranskih življenjskih slogov: racionaliste, pustolovce, brezskrbneže in skupino, v kateri sta se povezala konservativen in nezainteresiran odnos do hrane. Uživanje ekološko in lokalno pridelane hrane je bilo značilno zlasti za skupino pustolovcev (16 odstotkov jih je ekološka živila kupovalo redno, 46 občasno; največ od vseh skupin

jih je kupovalo na tržnicah), ki so jo zaznamovali tudi skrb za okolje, informiranost o okoljskih temah in ekološkem kmetijstvu, dejavna skrb za zdravo prehrano, redna telesna vadba in veliko veselje do kuhanja. To je bila od vseh najbolj izobražena skupina, ki pa ni bila tudi najpremožnejša (to so bili racionalisti), imela je nadpovprečno število žensk in članov/-ic manjšinskega etničnega porekla. Nie in Zepeda (prav tam) ugotavljata, da je izobrazba ključnega pomena pri nakupih ekološko (in lokalno) pridelane hrane.

Podobno na podlagi pregleda raziskav o socialnodemografskih značilnostih potrošnikov ekološko pridelane hrane sklepata tudi Dimitri in Dettmann (2012: 1158). Trdita, da je edina spremenljivka, ki jo kot pomembno prepoznava domala vsaka raziskava, izobrazba – ljudje z višjimi stopnjami izobrazbe so bolj verjetno kupci ekološko pridelane hrane. Ugotovitve o vplivu drugih spremenljivk, kot so prisotnost otrok v gospodinjstvu, etnična pripadnost in celo dohodek, pa si nasprotujejo. Razlogi za to so lahko v raziskovanju na raznih neverjetnostnih vzorcih, v različnih razvojnih fazah tržne ponudbe v različnih državah in v osredotočenosti na en sam izdelek (npr. samo na ekološko pridelana jabolka). Pomemben razlog je lahko tudi neupoštevanje obsega oziroma raznolikosti ponudbe ekološko pridelanih živil na posameznih lokacijah. Zato sta v svoji raziskavi te pomanjkljivosti poskušali preseči in na podatkih »2006 Nielsen Homescan«, ki vključujejo podatke o nakupih in socialnodemografskih značilnostih 41.000 gospodinjstev v ZDA (gospodinjstva deset zaporednih mesecev skenirajo račune svojih nakupov), ugotovili tole: verjetnost nakupa ekološko pridelane hrane (v analizo sta vključili sadje, zelenjavo in mleko) narašča z izobrazbo in dohodki ter je večja pri poročenih in tistih, ki živijo blizu trgovine s tovrstno ponudbo (v radiju do 8 kilometrov) (Dimitri in Dettmann 2012: 1173–1174).

V tem prispevku bomo skušali odgovoriti na vprašanje, kakšna je kultura prehranjevanja v dveh največjih slovenskih mestih oziroma kakšni so prehranski vzorci ljudi, ki živijo v Ljubljani in Mariboru. Zanimalo nas bo, kako so ti vzorci strukturno pogojeni ter kako hrana in prehranske prakse razlikujejo družbene skupine, če jih sploh.

2 Metoda

2.1 Način zbiranja podatkov, čas anketiranja in opis vzorca

Podatke za analizo smo pridobili z raziskavo Medijska potrošnja, razred in kulturna stratifikacija, ki jo je finančno omogočila Agencija RS za raziskovanje. Vzorčni okvir raziskave je bil Centralni register prebivalstva (CRP), iz katerega smo izbrali osebe, starejše od 18 let, ki imajo stalno prebivališče v mestni občini Ljubljana ali mestni občini Maribor. Vzorec raziskave je bil enostavni slučajni. Terenska faza raziskave je potekala od 1. decembra 2009 do 15. februarja 2010. Zbiranje podatkov na terenu je opravilo podjetje Mediana. Anketiranje je bilo osebno in je potekalo na anketirančevem domu. Uspešno je bilo anketiranih 820 oseb.

2.2 Opis vprašanj o odnosu do prehranjevanja, kuhanja in obiskovanja restavracij

Vprašalnik je vključeval spremenljivke o prehranjevanju, ki so bile po dotedanjih slovenskih in tujih raziskavah dobro povezane s kulturnim in ekonomskim kapitalom:

- 1) skrb za zdravo prehrano: spraševali smo po pogostosti uživanja zelenjave, mesa, mesnih izdelkov, svežih rib, olivnega olja, jogurta z manj maščobami, piva, vina in alkoholnih pijač (npr. »Kako pogosto uživata zelenjavo?«). Možnosti odgovorov so bile prilagojene vrsti živila – pri zelenjavi so se gibale na 6 stopenjski lestvici od »nikoli« do »trikrat na dan ali več«, pri alkoholnih pijačah pa na 5 stopenjski lestvici od »nikoli« do »dnevno«. Vprašali smo tudi, katera vrsta čokolade jim je najljubša – črna, mlečna ali bela;
- 2) nakupovanje ekološko pridelane hrane: »Ali kdaj kupujete ekološka živila?«; 5 stopenjska lestvica od »nikoli« do »vsaj enkrat tedensko«;
- 3) vegetarijanstvo in odnos do njega: merili smo ju a) s serijo vprašanj s 6 stopenjsko lestvico o pogostosti uživanja belega/rdečega mesa/rib, jajc, mleka/mlečnih izdelkov in medu ter z razlogi za njihovo neuživanje in b) z vprašanji o tem, kaj menijo o vegetarijanstvu odraslih ljudi ter posebej o odločitvi staršev, da svojih otrok ne hranijo z mesom in/ali mlekom;
- 4) estetiziranost/formaliziranost prehranjevanja: vprašali smo po uporabi prtičkov pri jedi, menjavanju krožnikov med hodi, uživanju pijač iz ustreznih kozarcev in kdaj začnejo jesti, če so v družbi; 5 stopenjska lestvica od »v celoti ne velja zame« do »v celoti velja zame«;
- 5) poznavanje določenih živil: vprašali smo, v katero skupino živil sodijo ingver, topinambur, brie, liči, čičerika, kumkvat, pekorino in vasabi. Na voljo so bili naslednji odgovori: »vrsta zelenjave«, »vrsta sira«, »začimbna rastlina/začimba«, »vrsta ribe«, »vrsta sadja« in »ne vem«;
- 6) pri obiskovanju restavracij in ob domačih pogostitvah sta nas zanimali pogostost praks in odnos do njiju:
 - »Kako pogosto jeste v gostilni oziroma restavraciji?« in »Kako pogosto povabite domov na večerjo svoje prijatelje? Ne upoštevajte povabil sorodnikov.«; 5 stopenjska lestvica od »nikoli« do »vsaj enkrat na teden«;
 - »Tudi če bi bil/-a premožnejši/-a, ne bi obiskoval/-a dragih restavracij«; 5 stopenjska lestvica od »sploh se ne strinjam« do »popolnoma se strinjam«;
 - »Denimo, da bi naslednjo soboto povabili nekaj ljudi domov na večerjo. Kaj se vam zdi bolj pomembno, da bi se vaši gostje do sitega najedli domače hrane ali da bi jim postregli kakšno novo, neobičajno jed?«;
 - Vprašali smo tudi, kako verjetno je (6 stopenjska lestvica od »zagotovo ne« do »zagotovo« ter »ne jem zunaj« in »ne poznam«), da bi ob posebni priložnosti izbrali katero od restavracij, ki smo jih našli, in sicer: a) v Ljubljani: kitajska restavracija, Pen klub, Pod lipo, Sushimama/Shambala, JB/Hana/Cubo/Maxim, katera od restavracij z jugoslovansko kuhinjo; picerija/špagetarija, McDonalds, restavracija v nakupovalnem centru, domače gostilne v okolici Ljubljane (npr. Pšata, Mihevc,

- Pirc); b) v Mariboru: kitajska restavracija, kot je npr. Tanggao in podobne, Pec, Villa Rustica, Ancora, restavracija v nakupovalnem centru, Šiker, Anderlič, McDonalds, Gril Ranca, Rožmarin/Pri Florjanu;
- 7) cenovni razred trgovin za večje nakupe hrane: »Kje, v kateri trgovini, opravljate večje nakupe hrane?«;
 - 8) delitev dela pri vsakdanjem kuhanju: »Kdo v vašem gospodinjstvu je v največji meri odgovoren za vsakdanje kuhanje?«

2.3 Metode analize podatkov

2.3.1 Hierarhično razvrščanje v skupine

Glavni namen analize je bil ugotoviti, v koliko homogenih in med seboj dobro ločenih skupin lahko razdelimo anketirance na podlagi njihovih prehranjevalnih navad ter odnosa do prehranjevanja. Segmentacijo smo opravili z Wardovo metodo hierarhičnega združevanja enot v skupine, ne da bi vnaprej postavili kakršnekoli pogoje glede števila, velikosti ali vsebine skupin. Podobnost med enotami smo izmerili z evklidsko razdaljo. Optimalno število skupin smo določili z analizo ravni združevanja v drevesu združevanja, t. i. dendrogramom, in na podlagi teoretskega/vsebinskega premisleka (Ferligoj 1989; Kropivnik 1997).

Pri procesu hierarhičnega združevanja smo od zgoraj opisanih spremenljivk uporabili jedro prehranskih spremenljivk, ki so glede na teorijo in ugotovitve predhodnih raziskav, predstavljenih v uvodu, vsebinsko ključne in najbolj razlikovalne. To so: skrb za zdravo prehrano, nakupovanje ekološko pridelane hrane, pogostost prehranjevanja v gostilnah, estetiziranost in formaliziranost prehranjevanja, delitev dela pri vsakdanjem kuhanju, cenovni razred trgovin za večje nakupe hrane, pogostost vabljenja prijateljev na večerjo, želja po obiskovanju dražjih restavracij. Vse te spremenljivke so bile glede na mersko raven vsaj dobre ordinalne ali pa jih je bilo mogoče v take spremeniti naknadno. Tako npr. nismo mogli vključiti vprašanj, ki so spraševala po poznavanju živil, saj je odgovor nanje lahko samo pravilen ali nepravilen. Prav tako nismo vključili vprašanj o okusu za restavracije, saj nekaterih restavracij ni poznalo tudi 20 ali več odstotkov anketiranih, kar je povzročilo prevelik izpad enot. Nepoznavanje je sicer indikativno in je pomembna informacija z vidika socialnih razlik, zato smo ga analizirali v nadaljevanju.

V naslednjem koraku smo ugotavljali značilnosti skupin. V vsaki skupini posebej smo primerjali povprečno stopnjo strinjanja z vsako posamezno trditvijo (oziroma pogostost nečesa) s skupnim povprečjem. Na tej podlagi smo ugotovili, kako in koliko se posamezna skupina razlikuje od celotnega vzorca, kar je vodilo v končni sklep, da se v podatkih dovolj prepričljivo kažejo štiri večje skupine prehranskih praks oziroma štirje odnosi do prehranjevanja. Te štiri skupine, določene na osnovi jedra prehranskih spremenljivk, smo s primerjavami povprečij ali deležev odgovorov po skupinah opisali še z dodatnimi (pri razvrščanju neupoštevanimi) spremenljivkami iz iste raziskave, ki so glede na ugotovite vrste raziskav, opisanih v uvodu, povezane z jedrom prehranskih spremenljivk: a) prehranske spremenljivke, ki jih zaradi merske ravni nismo uvrstili

v razvrščanje, b) klasične socialnodemografske značilnosti, c) vrednote, č) odnos do zdravja, d) okus za televizijske vsebine in glasbo ter e) tehnična opremljenost gospodinjstva.

3 Rezultati in razprava

3.1 Kaj nam povedo odgovori anketiranih

3.1.1 Skrb za zdravo prehrano

Spraševali smo samo po »indikatorskih« živilih, katerih (nadpovprečno pogosto) uživanje implicira dvojje – skrb za zdravje in njeno finančno zmožnost oziroma obratno, a ne v vseh primerih (mesni izdelki veljajo večinoma za nezdrave, a so praviloma dragi; tudi uživanje boljšega mesa, ki je razmeroma drago živilo, velja za nezdravo, če je prepagosto). V skladu s trenutno veljavno medicinsko doktrino bi bilo treba zelenjavo uživati pri vsakem obroku, a to početa komaj 2 % anketiranih; večina anketiranih jo uživa od 2- do 6-krat tedensko. Sveže ribe so na jedilnikih redko, saj je kar 75 % anketiranih odgovorilo, da jih uživajo tedensko ali manjkrat, 12 % pa jih ne uživa nikoli. Mesa nikoli ne uživa 2 % anketiranih (to je torej tudi približen odstotek vegetarijancev), 7 % ga uživa redko, preostalih 90 % pa vsaj dvakrat tedensko. Bolj razpršeno in manj razširjeno je uživanje salam, klobas ipd., kar je verjetno posledica dragosti in avreole nezdravosti, ki jih obdaja (sol, maščobe). Ikonični živili zdravega življenja – jogurt z manj maščobami in olivno olje – se uživata praktično enako pogosto – nekoliko poenostavljeno lahko rečemo, da ju nikoli ne uživa skoraj 20 % urbanega prebivalstva, kar morda v nadaljevanju analize obeta ugotovitev zanimivih razlik v ekonomskem in kulturnem kapitalu. K zdravemu življenju (z manj očitki pri predajanju zemeljskim užitek) sodi tudi črna čokolada, ki je najljubša 30 % anketiranih, medtem ko ima večina najraje mlečno. Nakazuje ta podatek velikost skupine, ki živi zdravo? Podatki o uživanju alkohola so nizki in verjetno podporočani, saj večina odgovarja, da ga uživa kvečjemu občasno (57 % pivo, 68 % vino in 45 % žgane pijače), in ne vsaj enkrat tedensko ali celo dnevno, kar bi pričakovali glede na statistične podatke o porabi alkohola v Sloveniji; registrirana poraba čistega alkohola v litrih na odraslega prebivalca (starega 15 let in več) v Sloveniji je bila leta 2009 10,5 litra (Kovše 2010).

3.1.2 Nakupovanje ekološko pridelane hrane

Večina anketiranih vsaj občasno kupi kakšno ekološko pridelano živilo, a le 15 % redno, tj. tedensko.

3.1.3 Vegetarijanstvo in odnos do njega

2,4 % anketiranih nikoli ne uživa mesa, kar lahko razumemo tudi kot odstotek vsaj lakto-ovo vegetarijancev. Poleg prakticiranja vegetarijanstva nas je zanimal tudi odnos do njega. Razumeli smo ga kot kazalnik odprtosti, nedogmatičnosti, sprejemanja nevečinskih praks, kar je praviloma značilnejše za ljudi z večjim kulturnim kapitalom. Podatki kažejo, da vegetarijanstvo odraslih ljudi podpira samo 10 % anketiranih, vsem

drugim pa se zdi to na neki način nerazumna odločitev in jo kvečjemu tolerirajo. Zlasti nerazumno se jim zdi vegetarijanstvo otrok. Podobno kot mnogim sicer navidez svobodomislenim ljudem, ki »nimajo nič proti homoseksualnosti«, spodsne pri vprašanju istospolnih posvojitve, se zgodi pri vprašanju o razumnosti vegetarijanstva pri otrocih. Vprašanje zdravja in koristi otrok očitno presega potrebo po politični korektnosti; to je preresno vprašanje, da bi se človek ob njem še naprej pretvarjal, da ni konservativen (mimogrede, samo 5 % anketiranih je odgovorilo, da se politično uvrščajo med konservativce).

3.1.4 Estetiziranost/formaliziranost prehranjevanja

Ljudje v splošnem menijo, da so poleg okusa jedi pomembni tudi njen videz, postrežba in bonton pri mizi. Koliko pa to zares udejanjajo v intimi svojih domov? Srednje. So pa v večini močno zanimali, da začnejo jesti pred drugimi. Anketiranci sicer različno skrbijo za estetski vidik prehranjevanja, kar nakazuje, da je estetiziranost in formaliziranost prehranjevanja eden od dejavnikov, ki bi lahko pomembno razlikoval med skupinami.

3.1.5 Pogostitve prijateljev in obiskovanje gostiln

Prijatelje pogosto, tj. vsaj enkrat na mesec, gosti 22 % vprašanih, 60 % pa jih najraje postreže z domačo hrano, ki jih dobro nasiti. Obiskovanje gostiln je pogostejša praksa; enkrat mesečno ali večkrat je v gostilni 44 % vprašanih. Okus za gostilne je večinoma nezahteven in »gospodaren«. Na vprašanje o tem, v katero od naštetih gostiln bi želeli ob posebni priložnosti, bi večina Mariborčanov izbrala restavracijo in picerijo Ancora ali (»malo boljše«) picerijo ali špagetarijo Rustica, večina Ljubljancev pa domače gostilne v okolici Ljubljane ali katero od restavracij z jugoslovansko kuhinjo. Gostilne s sodobnejšo ponudbo, kot sta Rožmarin in Florjan v Mariboru, oziroma eksotično kuhinjo, kot so Sushimama in Shambala in druge (npr. Pec, JB, Cubo), bi ob posebni priložnosti zagotovo izbralo kvečjemu 5 % anketiranih.

3.1.6 Poznavanje živil

Tako kot je znanje o umetnosti del kulturnega kapitala, je lahko poznavanje živil del kulinarичnega. Poznavanje živil smo preverjali s seznamom po naši oceni bolj oziroma manj dobro znanih tujih živil, ki niso del običajne prehrane v Sloveniji. Naše domneve, da bodo ingver, liči, čičerika in brie bolje poznani kot topinambur, kumkvat in vasabi, so se pokazale za pravilne, četudi je bilo za urbano okolje tudi poznavanje teh manjše od pričakovanega; čičeriko, brie in ingver denimo poznata slabi dve tretjini anketiranih. Presenetilo nas je tudi nepoznavanje pekorina, vrste sira, ki ga v številnih različicah dobiš v domala vsakem hipermarketu. Koliko ljudi pozna vasabi in pekorino vsaj toliko, da ju znajo umestiti med začimbe/začimbne rastline oziroma sir? Približno toliko, kot jih prepozna delo (pločevinko paradižnikove juhe) Andyja Warhola, torej manj kot desetina.

3.1.7 Cenovni razred trgovin za večje nakupe hrane

Večina anketirancev (71,2 %) kupuje v najdražjih trgovinah, Mercatorju in Sparu (z izjemo Maximarketa v Ljubljani), ki pa imata tudi najbolj razvejano mrežo poslovalnic po državi. Danes, dve leti po anketiranju, v času resne gospodarske krize, naraščanja cen in kopnenja prihrankov, bi bil – vsaj na podlagi vsakdanje empirične evidence – odstotek tistih, ki nakupujejo v tujih diskontih, bistveno višji. Kam lahko gre po nakupih vse revnejši urbani srednji razred? V tej raziskavi je o nakupovanju v tujih diskontih poročalo 12 % anketirancev.

3.1.8 Delitev dela pri vsakodnevem kuhanju

Vsakodnevno kuhanje ostaja spolno obarvano – v 60 % gospodinjstev to delo opravi ženska-žena-mati. Tudi odgovor »kdorkoli ima čas« je bil izbran razmeroma pogosto (30 %), a bi lahko bil tudi posledica oklepanja utvare o enakopravni delitvi dela med spoloma.

3.2 Opis skupin prehranskih praks oziroma štirih odnosov do prehranjevanja

Na podlagi statističnih in vsebinskih kriterijev, opisanih v poglavju 2.3, smo oblikovali štiri skupine ljudi, ki smo jih poimenovali: a) aspirativni tradicionalisti, b) socialno ogroženi tradicionalisti, c) zdravstveno ozaveščeni in družbeno odgovorni hedonisti ter č) urbano adaptirani tradicionalisti. Poimenovali smo jih na osnovi interpretacije njihovih značilnosti glede jedra prehranskih spremenljivk ob upoštevanju razumevanja značilnosti glede dodatnih spremenljivk.

3.2.1 Aspirativni tradicionalisti (26,6 %)

Skupino, ki zajema 27 odstotkov vzorca, smo poimenovali aspirativni tradicionalisti. Zanje je značilno, da ne skrbijo za zdravo prehranjevanje; formalnim vidikom prehranjevanja, kot so uporaba prtičkov, uporaba za posamezno pijačo ustreznih kozarcev ipd., ne namenjajo velike pozornosti. Najmanj med skupinami se zmenijo tudi za soobedovalce, saj jih bolj kot vljudnost skrbi, da se jim ne ohladi hrana na krožniku. Videti je, da je priprava hrane v tej skupini zelo instrumentalizirana; namenjajo ji malo pozornosti, o njej imajo malo vedenja. To ni povezano samo s slabšim gmotnim stanjem skupine, ampak tudi s pomanjkanjem zanimanja za hrano in kuhanje. Hrano razumejo kot gorivo za telo, za zadovoljevanje predvsem fizičnih potreb, zato tudi njeno pripravo dojemajo podobno, torej kot obvezo, nujno zlo. Za kuharske oddaje denimo kažejo najmanj zanimanja. Kuhanje pa je v tej skupini domena predvsem žensk. To je v skladu z njihovim siceršnjim tradicionalnim pogledom na vlogo žensk v družbi, saj bolj kot v drugih skupinah žensko vidijo primarno v vlogi gospodinje in matere. Med hrano, ki jo uživajo, nadpovprečno prevladujejo meso in mesni izdelki. Hrano nakupujejo v večjih trgovinah nižjega cenovnega razreda, ekološki vidik jih ne zanima. Zunaj jedo redko, nekajkrat na leto. Najljubše so jim gostilne s pretežno mesno ponudbo – jugoslovanska kuhinja, nato pa picerije in špagetarije. Zanimivo je, da je ta skupina v primerjavi z ostalimi najmočneje izrazila preferenco po praznovanju v dragih

gostilnah. To bi morda lahko interpretirali podobno kot njihovo željo po kupovanju dragih oblačilnih blagovnih znamk, in sicer kot aspiracije po boljšem družbenem statusu in izraz razkazovalne potrošnje. Sočasno se jim zdi praznovanje v McDonaldsu in v restavraciji v nakupovalnem centru, ki jih sicer zavračajo, manj nesprejemljivo, kot bi pričakovali glede na preferenčni izbor restavracij. A glede na ostale lastnosti skupine, ki jih bomo opisali v nadaljevanju, to nasprotje ni presenetljivo.

Videti je, da skupina nima jasno oblikovanega sebi lastnega sloga, da občasno dvomi o svojem okusu in da se na področju potrošnje čuti manj kompetentna. Pripadniki te skupine se zdijo bolj sledilci, prepuščeni toku, kot kažejo podatki v nadaljevanju. Svoje znanje o umetnosti in klasični glasbi nadpovprečno ocenjujejo kot slabo, zato menijo, da v njej ne morejo uživati. Tudi umetnost, ki jo financira država, ni zanje oziroma za »običajne ljudi«. Radi imajo nanizanke, denimo Lepo je biti sosed in Razočarane gospodinje; vsebine informativne in izobraževalne narave jih manj zanimajo. Najraje poslušajo slovenski turbofolk in narodnozabavno glasbo. Hkrati menijo, da se o okusu ne da presojati; da ni jasnih kriterijev, ki bi glasbo lahko opredelili kot dobro ali slabo; nadalje, da naj si vsak pobarva fasado, kot si želi, pa tudi, da je vsak zase najboljši »arhitekt«. Tu se kaže dokaj slaba estetska pismenost skupine. To indicira tudi nadpovprečno strinjanje z zapravljanjem za drage oblačilne blagovne znamke, četudi je skupina med slabše gmotno preskrbljenimi. Drage blagovne znamke so lahko tudi bližnjica do »dobrega okusa« oziroma simbol zanj; pomembnejšo vlogo lahko igrajo pri ljudeh, ki ne zaupajo lastni presoji pri izbiri oblačil, zlasti če so ta del njihove razkazovalne potrošnje. Podobno kot druge skupine ocenjujejo, da lepe materialne stvari (obleke, avto in stanovanje) zvišujejo samozavest. Hkrati pa se s svojim telesom, s svojo psihofizično kondicijo ukvarjajo manj kot druge skupine. V primerjavi z ostalimi jih je najmanj skušalo kdaj shujšati, največ je takih, ki niso še nikoli obiskali kozmetičnega salona, pa tudi rekreirajo se manj od povprečja. To je skladno z njihovim mnenjem, da za svoje zdravje niso najbolj odgovorni sami. Nasploh je videti, da je ta skupina najbolj razbremenjena občutka lastne odgovornosti za stanje, v katerem se nahajajo. Zanima jih predvsem zdaj, manj jih zanima prihodnost, verjetno tudi zaradi slabšega gmotnega položaja in s tem povezane ranljivosti, morda celo brezperspektivnosti. To indicira tudi njihovo mnenje, da naj ima gospodarska rast prednost pred skrbjo za okolje. Preveč imajo skrbi z izboljšanjem svojega trenutnega položaja, da bi lahko razmišljali o skrbeh, ki jih prinaša prihodnost.

Na počitnice gredo redko; dve tretjini članic/članov skupine največ enkrat na leto, če sploh. Cenijo nakupovanje v tujini; mnogim članicam in članom skupine nakupovanje v tujini predstavlja kakovost življenja. Prek potrošnje ljudje pogosto izražajo svoje aspiracije po boljšem družbenem položaju. Hkrati pa lahko potrošnjo razumemo tudi kot obliko navidezne družbene participacije – bolj kot so družbene skupine odrinjene na rob družbe, bolj pomembne postanejo zanje množične prakse, »kar počnejo vsi« – kot je denimo nakupovanje; preživljanje časa v nakupovalnih centrih je na videz inkluzivno, daje občutek vključenosti, sodelovanja v družbenih dejavnostih ipd.

Aspirativni tradicionalisti izražajo največje strinjanje s trditvijo, da je Slovenija pretirano podeželska in da bi bilo vznemirljivo imeti kakšno res veliko mesto. A živeli

tam ne bi. Če bi lahko izbirali sami, bi se le ena četrtnina odločila za življenje v večjem mestu, več kot ena tretjina pa za življenje izven naselja ali na vasi. Največ članov/članic te skupine živi v Mariboru. V njej prevladujejo moški, več kot druge skupine ima anketirancev z nedokončano osnovno šolo, več kot v drugih skupinah jih ima kvečjemu srednješolsko izobrazbo. Nižja izobraženost je deloma povezana z večjim odstotkom še šolajočih se (v skupini je namreč 14 % dijakov in študentov), deloma pa tudi s slabšo izobraženostjo njihovih staršev (63,3 % anketiranih ima očeta z največ nižjo ali srednjo poklicno izobrazbo in več kot v drugih skupinah se jih samouvršča v nižji socialnoekonomski sloj). V primerjavi z drugimi skupinami je ta najmlajša, uporabno znanje angleškega jezika pa je pri njej najslabše. Morda to vpliva na to, da podpovprečno uporabljajo internet, tudi svojo večšost uporabe interneta ocenjujejo najslabše. Četudi so v določenih stališčih manj konservativni kot varčni tradicionalisti, včasih celo manj kot urbano adaptirani tradicionalisti, imajo najbolj odklonilen odnos do homoseksualcev in tujcev, zlasti priseljencev in tujih delavcev. Slednjemu verjetno botruje odpiranje mej za migriranje cenejše tuje delovne sile ter posledično zaznava večje konkurenčnosti in potencialne nevarnosti za izgubo delovnega mesta kot pri članih in članicah drugih skupin. Odpor do tujih priseljencev je praviloma povezan z odpori do drugih »drugačnosti«. Take skupine so najbolj občutljive za hujskajoče desne politike, saj imajo poleg slabše izobrazbe tudi malo možnosti za bistveno spremembo svojega družbenega položaja, zato se počutijo bolj ogroženi še za tisto, kar že/še imajo.

3.2.2 Socialno ogroženi tradicionalisti (32,3 %)

Izbiro hrane socialno ogroženim tradicionalistom narekuje potreba po varčnosti, a večjih nakupov ne opravljajo pretežno v diskontih, temveč v trgovinah srednjega cenovnega razreda. Ekoloških živil praviloma ne kupujejo. Živila, ki veljajo za zdrava, so redko na njihovem jedilniku; tudi zelenjavo uživajo manj kot v drugih skupinah. V njihovi vsakdanji prehrani prevladujejo meso in mesni izdelki, zato ne preseneča, da so vegetarijanstvu v večini nenaklonjeni, do vegetarijanstva otrok pa celo zelo odklonilni. Na splošno je njihova razgledanost na področju prehrane slaba; ta skupina ima v primerjavi z drugimi najmanj kulinaričnega kapitala.

Druženja ob hrani, na primer v obliki povabila prijateljev domov na večerjo, je v tej skupini občutno manj kot v drugih. Člani te skupine od vseh najbolj poredko jedo zunaj. V gostilni jedo še manjkrat kot v prvi skupini; v povprečju manj kot enkrat na tri mesece. To gre med drugim pripisati veliki cenovni občutljivosti anketirancev. V tej skupini glavnina anketirancev pripada razredu rutinskih delavcev in nižjih uslužbencev, več kot polovica skupine ima srednjo strokovno ali nižjo izobrazbo. V primerjavi z drugimi skupinami je v tej več brezposelnih in upokojencev. Imajo najnižje mesečne dohodke med skupinami, najnižje ocenjujejo tudi svoj materialni položaj. Najmanj od vseh skrbijo za estetiko vsakdanjega prehranjevanja, pa tudi bontonskim pravilom za mizo ne pripisujejo posebnega pomena. Morda je to povezano tudi s tem, da ta skupina navzgor odstopa po številu samskih, nikoli poročenih in vdovcev (ki torej praviloma jedo sami). Samski, zlasti v nižjih socialnoekonomskih slojih, veljajo za bolj ranljive od ljudi, ki živijo v veččlanskih gospodinjstvih. Od tod verjetno izvira njihov občutek,

da morajo varčevati; večjo varčnost lahko interpretiramo tudi kot investicijo za »slabe čase«, da bodo lahko poskrbeli zase tudi v prihodnosti, če bo šlo kaj narobe. Tudi na počitnice gredo redko, skoraj tretjina pa nikoli. Varčnost pri potrošnji ni povezana samo s finančnimi zmožnostmi, ampak tudi s kulturnim kapitalom. Svoje šibkosti v kulturnem kapitalu se »varčni tradicionalisti« očitno zavedajo; za področje umetnosti in klasične glasbe, denimo, celo ocenjujejo, da imajo premalo vedenja, da bi v njiju lahko uživali. Podobno kot na področju prehranjevanja so tudi na drugih področjih estetsko neobčutljivi; videz jim je manj pomemben tako pri osebni garderobi kot pri opremi stanovanja. Podobno neobčutljivi so tudi pri izbiri medijskih vsebin. Tam prevladujejo neotradicionalni vzorci. Bolj kot članom ostalih skupin so jim vseč pogovorno-varieteske oddaje, resničnostna televizija in nadaljevanke nacionalne produkcije. Tudi na področju glasbe kažejo podobne preference; bolj kot ostalim so jim vseč slovenski turbofolk, slovenska narodnozabavna glasba, pa tudi pop glasba. Njihov »kulturni nacionalizem« je v sozvočju z njihovimi siceršnjimi vrednotnimi orientacijami, ki so tradicionalne, med skupinami najbolj nacionalistične in konservativne. Kakovost življenja bolj kot ostale skupine povezujejo z domačimi opravili in dejavnostmi, ki so vezane na dom, denimo gledanje televizije. Med vsemi skupinami je v tej skupini najmanj takih, ki znajo kak tuj jezik (vključno z jeziki bivše Jugoslavije) tako dobro, da bi lahko brez težav spremljali film brez podnapisov ali v kateremkoli tujem jeziku napisali neformalno pismo.

V splošnem bi lahko rekli, da so od vseh skupin najmanj urbani, in tudi če bi lahko sami izbirali, kje bi živeli, bi se skoraj polovica (46,9 %) odločila za življenje na vasi ali na samem.

3.2.3 Zdravstveno ozaveščeni in družbeno odgovorni hedonisti (29,2 %)

Tej skupini je kakovost hrane zelo pomembna. V primerjavi z ostalimi nadpovprečno uživajo živila, ki veljajo za zdrava, bolj kot ostali opuščajo meso in mesne izdelke, najbolj pa izstopajo po kupovanju ekoloških živil. Nakupe hrane opravljajo v manjših trgovinah in trgovinah višjega cenovnega razreda. Tudi stilskim vidikom prehranjevanja namenjajo veliko pozornosti; bontonu za mizo pa so zavezani najbolj med skupinami. Radi se družijo ob hrani; najpogosteje med vsemi jedo v gostilni ali restavraciji, večkrat letno pri sebi doma skuhamo tudi za prijatelje. Takrat bolj kot ostali povabljeni goste radi postrežejo s kakšno novo, neobičajno jedjo. Da radi kuhajo in s hrano eksperimentirajo, kaže tudi njihova nadpovprečna naklonjenost kuharski oddaji z Novakovimi. Poznavanje netradicionalnih kuharskih sestavin je med članicami in člani te skupine najboljše. Tudi pri izbiri gostiln so nekoliko bolj naklonjeni tujim kuhinjam, denimo azijski, kot v ostalih skupinah, a če bi izbirali gostilno za praznovanje, bi se najraje zapeljali iz mesta v kakšno domačo gostilno v okolici. Izrazito pa od ostalih skupin izstopajo v nenaklonjenosti prehranjevanju v McDonaldsu in restavraciji nakupovalnega centra. Uživanje v hrani in ob njej ta skupina združuje s skrbjo za telo in zdravje. V tem smislu so najbolj postmoderni od vseh naštetih. Izražajo največji občutek individualne odgovornosti za zdravje, izkazujejo izrazito skrb pri izbiri hrane, pa tudi skrb za psihofizično aktivnost. Hkrati najbolj med vsemi izražajo tudi skrb za varovanje naravnega okolja. Nadpovprečno se rekreirajo, največ jih nadzoruje telesno težo, največ jih obiskuje kozmetičarko.

Naklonjenost novostim v prehranjevanju je skladna z njihovo siceršnjejo odprtostjo. Svetovnonazorsko so najbolj liberalni in tudi najbolj naklonjeni novostim. Dovzetni so za novodobne pristope k zdravljenju oziroma duhovnosti: med vsemi skupinami najpogosteje prakticirajo alternativne prakse zdravljenja, meditacijo, astrologijo, jogo ipd. Člani te skupine se opredeljujejo za bolj srečne kot v drugih skupinah; bolj kot vsi ostali menijo, da lahko sami odločajo o svojem življenju, pa tudi da odgovornost za svoje življenje in (ne)uspeh nosi vsak sam. Tu se kaže izrazit individualizem in ponotranjene neoliberalne vrednote. Svojega dobrega družbenega položaja se zavedajo, saj se na družbeni lestvici med vsemi najvišje uvrščajo. Skupina ima največ ekonomskega kapitala in je najbolj izobražena. Več kot tretjina jih ima najmanj visokošolsko univerzitetno izobrazbo, kar je za 13 odstotnih točk več kot v celotnem vzorcu. Prav tako ima ta skupina nadpovprečno izobražene starše. Med vsemi je ta skupina najbolj polno zaposlena, ima največji delež najvišjih zaposlitvenih položajev, višjih menedžerjev in direktorjev. Teh je približno petkrat toliko kot v skupini urbano adaptiranih tradicionalistov in približno dvakrat toliko kot pri prvih dveh skupinah. Njihovi dohodki so med najvišjimi med skupinami, imajo največ nepremičnin, njihova gospodinjstva pa so tehnično najbolj opremljena. Poleg izobrazbe izstopajo tudi v ostalih vidikih kulturnega kapitala. V izražanju okusa so najbolj konsistentni. Estetizacija jim je pomembna tako na področju prehranjevanja kot urejanja doma; med vsemi skupinami se počutijo najbolj kompetentne za uživanje v klasični glasbi in umetnosti, pa tudi obiskovanju muzejev/galerij ter spremljanju medijskih vsebin o kulturi in umetnosti so naklonjeni bolj kot drugi. Obiskovanje gledaliških predstav in koncertov članom te skupine pogosteje pomeni kakovost življenja kot v drugih skupinah. So nadpovprečni potrošniki džeza, klasične glasbe in alternativnega roka ter najbolj odklonilni do narodnozabavne glasbe in neotradicionalnih medijskih vsebin. Prostor do širšega nabora kulturne potrošnje jim odpira dobro znanje tujih jezikov. Med vsemi skupinami kažejo največ aktivnega znanja vsaj enega tujega jezika.

V koncept dobrega življenja vključujejo sprehode v naravi v okolici svojega doma ali pohodništvo po slovenskih hribih. A njihov življenjski svet ni omejen na dom in lokalno okolje; zelo cenijo potovanja po Evropi ali v eksotične dežele zunaj Evrope. Dve tretjini jih gre na počitnice vsaj dvakrat na leto. Potovali pa bi še več, če bi imeli na voljo višek denarja. Bolj pogosto članicam in članom te skupine kot drugim kakovost življenja pomenijo aktivnosti, ki niso vezane na dom in ki vključujejo srečevanje z ljudmi iz družabnih razlogov. To lahko interpretiramo kot posledico višjega socialnega kapitala skupine, pa tudi bolj urbanega načina življenja, ki se med drugim kaže tudi z zadovoljstvom z življenjem v mestu. Če bi lahko izbirali sami, bi se jih največ med vsemi skupinami odločilo za življenje v večjem mestu. Skupno bi se jih za življenje v večjem ali manjšem mestu odločilo slabi dve tretjini.

Čeprav je v vseh skupinah vsakdanje kuhanje pretežno delo žensk/žena/mater, pripadniki/-ce te skupine živijo v družinah, kjer je delo doma bolj enakomerno porazdeljeno med člane gospodinjstva. Polovica skupine se izreka za liberalne ali sredinske v političnem smislu. Njihova ocena je skladna s stališči, ki so jih poročali: so najbolj progresivni, urbani in odprti za novosti. Več kot polovica članic/članov te skupine živi v Ljubljani.

3.2.4 Urbano adaptirani tradicionalisti (11,8 %)

To je najmanjša izmed skupin, predstavlja dobro desetino vzorca. Njeni člani in članice uživajo v hrani, a videti je, da jih njena kakovost ne skrbi. Med vsemi skupinami največ pozornosti namenjajo stilskim vidikom prehranjevanja, manj pa dietetskim. Četudi uživajo manj mesa in mesnih izdelkov kot v prvih dveh skupinah, od vseh najbolj verjamejo, da je uživanje mesa za zdravje nujno potrebno. Do vegetarijanstva so načeloma tolerantni, a hkrati je v tej skupini največ takih, ki ga ocenjujejo kot potencialno škodljivo, zlasti za otroke. Skrb za zdravje »nemočnih« otrok je očitno močnejša od liberalnosti. Lastnemu užitku dajejo prednost pred bontonom. Med vsemi skupinami najmanj pogosto kupujejo ekološka živila, četudi bi si glede na dohodek in siceršnji materialni položaj to lahko privoščili. V pogostosti obedovanja v gostilnah in restavracijah ne odstopajo od povprečja, nadpovprečno pogosto pa na večerjo k sebi domov povabijo prijatelje. Takrat jim je bolj pomembno, da svoje goste do sitega nahranijo, kot pa da jih presenetijo s čim novim in neobičajnim. Med gostilnami bi za praznovanje najraje izbrali kakšno domačo v okolici mesta, a tudi do restavracije v nakupovalnem centru niso izrazito odklonilni.

Počitnikujejo pogosto, v večini vsaj dvakrat ali trikrat na leto; med vsemi jih največ na vsaj tedenske počitnice odide tudi več kot trikrat na leto. Čeprav sprehodom v naravi v okolici doma ali izletom v slovenske hribe vse skupine v povprečju dodeljujejo osrednje mesto za kakovostno življenje, ta skupina v tem izrazito izstopa. To je skladno s preferenčno izbiro idealnega tipa naselja za življenje. Največ v primerjavi z drugimi skupinami bi se jih odločilo za življenje v manjšem mestu, pa tudi za življenje na samem, zunaj naselja, a ne na vasi. Četudi precejšen delež skupine razmišlja o življenju v večjem mestu, v splošnem o velikih mestih razmišljajo bolj slabšalno kot druge skupine, npr. da je velikost mesta premosorazmerna z odtujenostjo ljudi v njem ipd. Slabi dve tretjini članic/članov skupine prebiva v Ljubljani, a hkrati varnost že v tako velikem mestu, kot je Ljubljana, ocenjujejo slabše od povprečja.

Dobri dve tretjini članov/članic skupine poroča o dobrem znanju angleščine ali kakega drugega svetovnega tujega jezika, kar jim odpira možnosti kulturne potrošnje, ki ni vezana na nacionalno produkcijo in jezik. To se izraža v raznolikem glasbenem okusu v okviru sodobne svetovne glasbe; vseč so jim tako alternativni rok, džez in elektronska glasba kot hip hop. Videti je, da jih umetnost, ki sodi med resnejše klasične žanre, ne zanima. Klasika in opera nista po njihovem okusu; med njimi je 63,3 % takih, ki nikoli ne obišejo umetnostne galerije; na umetnost gledajo celo nekoliko cinično, nezaupljivo; npr. nadpovprečno se strinjajo s trditvijo, da danes že skoraj vse velja za umetnost. Pri izbiri preferenčnih medijskih vsebin prevladujejo informativno-dokumentarni žanri, med njimi predvsem tisti, ki slovijo po populizmih in upovedovanju dogodkov skozi osebne zgodbe ljudi.

Če bi imeli višek denarja, bi ga med vsemi skupinami najraje vložili v opremo hiše oziroma stanovanja. Večkrat je videti, da članice/člane te skupine vodi funkcionalnost: količina hrane pred zanimivostjo in posebnostjo; gradnja hiše tako, da bi v njej lahko živela še družina njihovih otrok ipd.

V skupini je več moških, 19 % jih ima vsaj visokošolsko univerzitetno izobrazbo. Torej ima bolj izobražene člane/članice kot prvi dve skupini, a slabše kot tretja. V primerjavi s slovenskim povprečjem po izobraženosti ta skupina ne odstopa navzgor. Med vsemi štirimi skupinami ima najmanjša gospodinjstva. Več kot polovica članov/članic živi s partnerjem; je pa v njej v primerjavi z ostalimi skupinami več takih, ki so sicer v stalni zvezi, a ne živijo skupaj. Na lestvici družbenega položaja se uvrščajo v sredino, zelo podobno kot prva skupina.

Skupina izstopa po nekonsistentnih, tudi nasprotujočih si vrednotah, ki so razpete med bolj liberalnimi pa tudi zelo konservativnimi; te vrednote se jim prepletajo. Izstopajo v strinjanju, da odgovornost za svoje življenje in (ne)uspeh nosi vsak sam, hkrati pa med vsemi skupinami izražajo največ dvoma v to, da lahko sami pomembno vplivajo na odločitve o svojem življenju. Varovanju okolja dajejo prednost pred gospodarsko rastjo, a ekoloških izdelkov ne kupujejo. Od vseh skupin se jih najmanj strinja s trditvijo, da lahko samo eden od staršev enako dobro vzgaja otroka kot dva. Novostim in eksperimentiranju tako na področju hrane kot na področju skrbi za zdravje niso preveč naklonjeni, izstopajo pa v tem, da so si že najeli osebnega trenerja. To je skladno z njihovo siceršnjo nagnjenostjo k aktivnemu preživljanju časa v naravi, pa tudi s tem, da jim je videz zelo pomemben. Bolj kot članicam/članom drugih skupin sta pomembna urejenost in garderoba; za slednjo so pripravljene odšteti več denarja. Zdi se, da je skupina bolj konservativna zlasti v povezavi z vrednotami in praksami, ki jih poudarja katolicizem: nasprotovanje splavu, nujnost tradicionalne dvostarševske družine za normalno vzgojo otrok, večja rodnost, tradicionalna delitev spolno determiniranih vlog, manj tolerance do džamije v Ljubljani, manj kritičnosti do zlorab katoliške cerkve itd. Kot da so temeljne tradicionalne vrednote zaradi boljše izobraženosti nekoliko omehčali in jih prikrojili sodobnim, bolj urbanim praksam oziroma kot da so ponotranjili nekoliko več politične korektnosti, s katero korigirajo določena sicer zelo tradicionalna stališča in prakse.

4 Sklep

V tem prispevku smo predstavili prehranske vzorce prebivalcev Ljubljane in Maribora. Podobno kot kažejo raziskave o prehranjevanju v Sloveniji izpred dobrih desetih let, tudi tokratna raziskava, ki sicer raziskuje le prehranjevalne vzorce v dveh največjih mestih v Sloveniji, potrjuje sobivanje tradicionalizma in postmodernosti v prehranjevanju. V nasprotju s pričakovanji ugotavljamo, da v obeh mestih prevladujejo tradicionalni in neotradicionalni vzorci prehranjevanja. Ti so značilni za skupine, ki smo jih poimenovali aspirativni tradicionalisti, socialno ogroženi tradicionalisti in urbano adaptirani tradicionalisti. Slednja skupina se v predhodnih sorodnih raziskavah še ni razkrila; kaže na skupino v prehodu k bolj postmodernim vzorcem prehranjevanja, če jih seveda tradicionalnost v etiki ne bo obrnila nazaj k tradicionalnosti v estetiki. Le slaba tretjina anketirancev, od katerih jih nekoliko več živi v Ljubljani kot Mariboru, kaže postmoderne vzorce prehranjevanja. Ti so značilni za skupino, ki smo jo poimenovali zdravstveno ozaveščeni in družbeno odgovorni hedonisti. Ugotavljamo, da v Sloveniji

spremenljivke, ki smo jih uporabili za opredelitev prehranskih slogov, še niso izgubile razlikovalnega potenciala. A skupina urbano adaptiranih tradicionalistov napoveduje slabljenje razlikovalnega potenciala nekaterih prehranskih praks v prihodnosti zlasti urbanih družb. Tradicionalizem v prehranskih praksah se v naši raziskavi še vedno močno povezuje z nazadnjaštvom v drugih praksah in pogledih ter nižjim socialnim, kulturnim in ekonomskim kapitalom; postmoderna prehranska drža pa, nasprotno, s svobodomiselnostjo in višjim socialnim, kulturnim ter ekonomskim kapitalom. Porasta kozmopolitizma, o katerem smo se uvodoma spraševali, ni čutiti ne v prehranskih državah niti v etiki prebivalcev Ljubljane in Maribora.

Podatki torej kažejo na izrazito počasno spreminjanje prehranjevalnih vzorcev v družbi. Bo kar držalo, kar opozarja Fischler (1988: 290), da se prehranski vzorci in navade spreminjajo zelo počasi, ker so pomemben del posameznikove identitete in skupinske pripadnosti. Nekatero raziskavo etničnih manjšin celo kažejo, da se v procesu stapljanja z večinsko kulturo določene značilnosti izvorne kuhinje ohranijo dlje kot manjšinski jezik. Prehranske izbire so neizbežne in zato pomemben del slehernikove identitete. Ljudje s posebnostmi svoje prehrane kažejo kulturno ali skupinsko pripadnost in hkrati opredeljujejo drugačnost drugih. Drugi so to, kar jedo; zase pa upamo, da bomo z uživanjem hrane, ki jo sami previdno izbiramo, postali še bolj »mi«.

5 Literatura

- Allison, Anne (1997): Japanese Mothers and Ōbentos. The Lunch Box as Ideological State Apparatus. V C. Counihan in P. Van Esterik (ur.): *Food and Culture. A Reader*: 296–314. New York, London: Routledge.
- von Alvensleben, Reimar (2001): Beliefs associated with food production methods. V L. Frewer, J. E. Risvik in H. Schifferstein (ur.): *Food, People and Society: A European Perspective of Consumers' Food Choices*: Berlin, Heidelberg, New York: Springer.
- Bell, David (2002): Fragments for a New Urban Culinary Geography. *Journal for the Study of Food and Society*, 6 (1): 10–21.
- Bourdieu, Pierre (1979/2000): *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. London, New York: Routledge.
- Bourdieu, Pierre (1986/1997): The forms of capital. V A. H. Halsey, H. Lauder, P. Brown in A. S. Wells (ur.): *Education, Culture, Economy, and Society*: 46–58. Oxford: Oxford University Press.
- Bennett, Tony, Savage, Mike, Bortolaia Silva, Elizabeth, Warde, Alan, Gayo-Cal, Modesto, in Wright, David (2009): *Culture, Class, Distinction*. New York, London: Routledge.
- Charles, Nickie, in Ker, Marion (1988): *Women, Food and Families*. Manchester: Manchester University Press.
- Cairns, Kate, Johnston, Josée, in Baumann, Shyon (2010): Caring About Food: Doing Gender in the Foodie Kitchen, *Gender & Society* 24 (5): 591–615.
- Dimitri, Carolyn, in Dettmann, Rachael L. (2012): Organic food consumers: what do we really know about them? *British Food Journal*, 114 (8): 1157–1183.
- Fischler Grunert, Klaus, in dr. (1997): Food-Related Lifestyle: Development of a Cross-Culturally Valid Instrument for Market Surveillance. V L. R. Kahle in L. Chiagouris (ur.): *Values, Lifestyles, and Psychographics*: 337–354. Manwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

- Gabrijelčič Blenkuš, Mojca (2012): Dejavniki zdravega prehranjevanja v precepu med individualnim in družbenim. Doktorska disertacija. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Kovše, Katja (2010): Podatki o porabi čistega alkohola na prebivalca za zadnjih 10 let. Dostopno prek: http://www.ivz.si/Mp.aspx?ni=12&pi=5&_5_id=566&_5_PageIndex=0&_5_groupId=180&_5_newsCategory=&_5_action=ShowNewsFull&pl=12-5.0 (10. 7. 2012).
- Lang, Tim, Caraher, Martin, Dixon, Paul, in Carr Hill, Roy (1999): *Cooking Skills and Health*. London: Health Education Authority.
- Lupton, Deborah (1996): *Food, the Body and the Self*. London: Sage.
- Luthar, Breda (ur.) (2002): *Življenjski stili v medijski družbi*. Raziskovalno poročilo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede – Inštitut za družbene vede.
- Miller, Daniel (1998): *A Theory of Shopping*. Cambridge: Polity Press.
- Murcott, Anne (1995): Raw, Cooked and Proper Meals at Home. V D. W. Marshall (ur.): *Food choice and the Consumer*: 219–235. London: Blackie Academic and Professional.
- Nie, Cong, in Zepeda, Lydia (2011): Lifestyle segmentation of US food shoppers to examine organic and local food consumption. *Appetite*, 57 (1): 28–37.
- Tivadar, Blanka (2001): *Družbeno strukturiranje prehranjevalnih vzorcev*. Doktorska disertacija. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Tivadar, Blanka (2002): Od goriva za telo do pripomočka za samouresničevanje: vzorci prehranjevanja v Sloveniji. *Družboslovne razprave*, 18 (39):151–178.
- Tivadar, Blanka, in Luthar, Breda (2005): Food, Ethics and Aesthetics. *Appetite*, 44: 215–233.
- Warde, Alan (1997): *Consumption, Food & Taste: Culinary Antinomies and Commodity Culture*. London, Thousand Oaks in New Delhi: Sage.
- Warde, Alan, in Martens, Lydia (2000): *Eating Out*. Cambridge: Cambridge University Press.

Summary

Following Bourdieu's thesis of interconnectedness of ethics and aesthetics the present article analyses food practices in urban Slovenia. It positions the discussion along the line of the previous research, which demonstrates significant associations between food practices, socio-demographic factors, values and cultural consumption on the one hand, and the popular presupposition about the erosion of the social structuring of consumption choices in modern westernised societies, thus their individualization and allegedly liberation of food practices from various structural predispositions on the other hand. Our research is based on the data obtained from the survey »Media consumption, class and cultural stratification« from the year 2010, for the adult population in two biggest cities in Slovenia: Ljubljana and Maribor (n = 820). The analysis aimed to: a) explore the role of socio-demographic variables in food practices, and b) investigate how particular set of food practices are integrated into other practices of everyday life and what meaning they provide, if we juxtapose them with the individual's worldview and certain areas of his or her cultural consumption.

In the article we identified four food patterns that were established using Ward's method of hierarchical clustering: we describe and analyse four groups that are positioned between more traditional and postmodern food cultures. We named these

groups Aspiring traditionalists (27 % of the sample), Struggling traditionalists (32 %), Traditionalists, adapted to urban trends (12 %), and Health conscious and socially responsible hedonists, who present 29 % of the sample.

Similarly as the previous research our data reveals the coexistence of traditionalism and postmodernism in food practices. As we analyzed only urban areas in Slovenia, we anticipated more of the latter. However, in both cities traditional and neo-traditional food practices prevail. A common denominator of the first two traditionalistic groups, Aspiring traditionalists and Struggling traditionalists (59 % of the sample) is an explicitly instrumental attitude towards eating (large servings, meat-based dishes, food seen primarily as a fuel, a source of energy). Traditionalists, adapted to urban trends, however, seem to be the group in transition to more postmodern food practices. They have instrumentally incorporated several food practices typical for postmodern food cultures, particularly those related to health concerns, socializing aspects of eating, and aesthetics of eating, however, on the level of other values related to food choices they show more traditional orientation. In general, traditionalism in food practices is linked to conservatism in other practices and approaches. Only one third of the whole sample (the majority of which lives in the capital city – Ljubljana), shows postmodern food practices. Greater concern for health, ethical consumption, openness to exotic, non-traditional food, novelties in cooking techniques, and stressed socialising aspect of eating are typical of postmodern food practices. Observed with set of socio-demographic variables and data on values and cultural consumption practices, postmodern food cultures are related to more liberal worldviews, and to higher social, cultural and economic capital.

Food choices are unavoidable and therefore a meaningful part of each individual. With food choices people present their cultural orientation and express belonging to particular social group and differentiation from the others. Contrary to our initial anticipation, we found out that the cosmopolitanism in food cultures and ethics of residents of two biggest cities in Slovenia is still rather poorly present, more an exception than the rule. Food practices to a great extent mirror one's position in overall social structure, and are less an act of individualised consumption choice. This supports those who argue for the resistance of traditional food practices in particular society as one of the most important elements of group identity, and therefore their very gradual adaptation to the new economic, political and cultural circumstances.

Podatki o avtorjih:

doc. dr. Tanja Kamin,
tanja.kamin@fdv.uni-lj.si,

doc. dr. Blanka Tivadar
blanka.tivadar@guest.arnes.si

izr. prof. dr. Samo Kropivnik
samo.kropivnik@fdv.uni-lj.si

Aleš Čnič

SOCIOKULTURNI VIDIKI VEGETARIJANSTVA IN NJEGOVIH PERCEPCIJ

IZVLEČEK: Članek najprej opredeli temeljne značilnosti vegetarijanstva, potem pa predstavi glavne rezultate empirične raziskave o vegetarijanstvu, opravljene na reprezentativnem vzorcu polnoletnih prebivalcev Ljubljane in Maribora. Glavne ugotovitve vsebujejo oceno razširjenosti vegetarijanstva v dveh naših največjih mestih, kdo in zakaj se odloča za vegetarijanstvo ter podrobnejšo analizo odnosa večine do različnih vegetarijanskih praks. Analize so posebej osredotočene na različne sociokulturne dejavnike, na podlagi katerih bi lahko sklepali o slojevski pripadnosti vegetarijancev kot tudi o slojevski porazdelitvi nasprotnikov in podpornikov vegetarijanstva kot prakse.

KLJUČNE BESEDE: vegetarijanstvo, družbeni sloj

Social and cultural aspects of vegetarianism and its perceptions

ABSTRACT: The article describes the basic characteristics of vegetarianism and presents the results of an empirical survey conducted on a representative sample of adult inhabitants of the two biggest cities in Slovenia, Ljubljana and Maribor. The main findings include an evaluation of the extent of the researched phenomenon, who and why decides to become a vegetarian and a detailed analysis of perceptions of vegetarianism and veganism among the general population. Special attention is paid to various socio-cultural factors from which the social class structure of Slovenian vegetarians can be estimated, as well as the social distribution of the perception of vegetarianism among Slovenians.

KEY WORDS: vegetarianism, social class

1 Uvod

Hrana je očitno eden najpomembnejših elementov človekovega življenja, saj je nujno potrebna za obstoj človeka kot organizma, ki za svoje delovanje potrebuje gorivo. Vemo pa, da pomen prehranjevanja presega zgolj biološko nujnost in da nosi hrana kot kulturna praksa celo vrsto (tako ozaveščenih, neredko pa tudi jedcu prikritih) pomenov.

Kaj jemo in česa ne, ni odvisno zgolj od biološke užitnosti konkretnega živila, temveč od zelo širokega in nadvse kompleksnega sklopa širših kulturnih dejavnikov. Poleg tega, kaj jemo, je pomemben tudi način, kako jemo. S hrano je povezana vrsta predstav, mitov in tabujev, med katerimi imajo nekateri korenine v (ne)užitnosti konkretnih sestavin, vrsta drugih pa predvsem vzpostavlja in/ali odraža širše kulturne pomene. Glede tega so pomembne tako medkulturne kot tudi znotrajkulturne razsežnosti. Jedi, ki v nekaterih kulturah veljajo za zelo zaželene na krožnikih, včasih v nekaterih drugih vzbujajo gnus. Zelo pogosto se v določenih kulturnih okoljih konkretna živila in tudi način njihovega uživanja povezuje z določenimi družbenimi sloji.

Pretežni del človeške zgodovine je bil pomen hrane v veliki meri osredinjen na vprašanje njenih zadostnih količin. V sodobnem svetu pa vsaj v zahodnih družbah to že dolgo ni več problem. V razmerah obilja se oblikuje množica zgodovinsko novih in nadvse raznolikih prehranjevalnih praks. V današnjem svetu verjetno še bolj kot kdaj prej velja rek »povej mi, kaj ješ, in povem ti, kdo si«. ¹

Med specifičnimi prehranjevalnimi praksami, ki odražajo in vzpostavljajo vrsto različnih kulturnih pomenov, je ena bolj zanimivih vegetarijanstvo, torej zavestno odrekanje uživanju mesa, rib, včasih tudi mleka in mlečnih izdelkov ter jajc. Živila živalskega izvora so od nekdaj pomemben del človekove prehrane, v biološkem smislu pa so zelo prikladen vir za življenje potrebnih snovi. Zakaj bi se torej človek odrekel z biološkega vidika očitno nadvse koristnemu živilu? In zakaj to odrekanje skozi njegovo celotno zgodovino spremljajo negativni sentimenti, pogosto smešenje in neredko tudi aktivno preganjanje?

V pričujočem članku bomo najprej opredelili temeljne značilnosti te heterogene in kontroverzne prakse, potem pa bomo predstavili glavne rezultate sklopa empirične raziskave z naslovom *Kultura in razred*,² v katerem smo preučevali vegetarijanstvo kot kulturno prakso v Ljubljani in Mariboru. Naš namen je bil oceniti razširjenost vegetarijanstva v dveh naših največjih mestih, izvedeti kaj več o tem, kdo in zakaj se odloča za vegetarijanstvo, v naslednjem koraku pa podrobneje analizirati odnos večine do različnih vegetarijanskih praks. Pri analizi so nas posebej zanimali različni sociokulturni dejavniki, na podlagi katerih bi lahko sklepali o slojevski pripadnosti vegetarijancev, zanimala pa nas je tudi slojevska porazdelitev nasprotnikov in podpornikov vegetarijanstva kot prakse.

-
1. Ta pogosto citirani rek naj bi leta 1826 prvi zapisal Brillat-Savarin v svojem znamenitem gastronomskem esejju *La Physiologie de gout* (Caplan 1997: 9).
 2. Raziskava *Kultura in razred* (Luthar in dr. 2011) je bila izvedena med 1. decembrom 2010 in 15. februarjem 2011 na reprezentativnem vzorcu polnoletnih oseb s stalnim prebivališčem v mestnih občinah dveh največjih mest v Sloveniji. Vzorec sestavlja po 400 opravljenih anket v Ljubljani in v Mariboru (skupaj 800).

2 Vegetarijanstvo

Sama beseda vegetarijanstvo je razmeroma nova, saj so jo šele sredi 19. stoletja v javno rabo uvedli ustanovitelji britanskega združenja vegetarijancev. Beseda izhaja iz latinske *vegetus*, ki pomeni zdrav, čil, svež in vitalen (Spencer 1996: 252), skovanka vegetarijanstvo pa naj bi izvirno označevala celosten način življenja, ki je neločljivo povezan s filozofskimi in etičnimi razsežnostmi prehranjevanja. Danes s to oznako v grobem označujemo način prehranjevanja, ki ne vključuje mesa, rib, včasih tudi mleka in mlečnih izdelkov ter jajc. Pri tem gre vse prej kot za enovit pojav – številni posamezniki in skupine, ki se označujejo z besedo vegetarijanci, namreč izkazujejo zelo različne prehranjevalne vzorce. Medtem ko imamo na enem ekstremu vegetarijance, ki uživajo izključno tiste dele rastlin, ki pustijo samo rastlino pri življenju (to so praviloma oreščki in sadje; te vegetarijance imenujemo frutarijanci), mnogi med njimi pa se v vsakdanjem življenju dosledno izogibajo tudi uporabi vsakršnih sestavin živalskega porekla (usnjeni izdelki, živalske snovi v kozmetiki in zdravilih ipd.), najdemo na drugi skrajnosti tiste, ki se bolj ali manj dosledno izogibajo le rdečemu mesu, uživajo pa ribe ali celo belo meso. Med tema dvema skrajnima točkama se nahaja vrsta vegetarijanskih tipov, vse skupaj bi jih lahko sistematizirali v naslednje večje skupine:

1. Veganstvo vključuje prehranjevalne prakse, ki dosledno zavračajo vsakršno uživanje sestavin živalskega porekla: veganska prehrana ne vsebuje jajc, mleka in mlečnih izdelkov, nekateri vegani se odrekajo tudi uživanja medu, pogosto pa zavračajo tudi uporabo izdelkov iz surovin živalskega izvora (krzno, usnje, kozmetični in kemični izdelki, preizkušeni na živalih ipd.). Kot podskupini bi v to kategorijo lahko uvrstili tudi že omenjene frutarijance in presnojedce oz. presnike, ki uživajo le nekuhano zelenjavo, sadje, oreščke in žitarice.
2. Lakto-ovo-vegetarijanstvo je oznaka za načine prehranjevanja, ki poleg mesa dosledno izključujejo tudi ribe, ne pa jajc, mleka in mlečnih izdelkov. Med vegetarijanci zaznamo dve različni podrazličici tega tipa: lakto-vegetarijanci zavračajo uživanje jajc (ne pa mleka in mlečnih izdelkov), ovo-vegetarijanci pa se izogibajo mlečnim izdelkom, uživajo pa jajca.
3. Delno vegetarijanstvo (nekateri uporabljajo tudi izraz fleksitarijanstvo) je oznaka za različne prehranjevalne prakse, ki dosledno izključujejo le rdeče meso, vključujejo pa ribe (včasih tudi belo meso).

Vidimo, da vegetarijanstvo ni tako jasen in ostro zamejen pojav, kot se nemara sprva zdi. Vključuje vrsto različnih prehranjevalnih vzorcev, prav tako pa se razlikujejo tudi motivi zanje. Med vegetarijanci najdemo tiste, ki ga dojemajo kot celovit življenjski stil, nekateri drugi pa svojemu neuživanju mesa ne pripisujejo posebnega pomena. Nekateri vegetarijance vodijo predvsem etični motivi sočutja do živali, drugi nasprotujejo uživanju mesa zaradi širših okoljskih razlogov, tretji ga prakticirajo zaradi zdravja, mnogim ga narekuje njihovo religijsko ali duhovno prepričanje, nekateri pa ne jedo mesa zgolj zaradi tega, ker ne marajo njegovega okusa ali ker se jim gnusi ideja uživanja delov živalskih teles. Med zagovorniki vegetarijanstva zasledimo tudi različne

aktivistične skupine, vse od ekologov, anarhistov, borcev za pravično globalizacijo ipd. Gre skratka za izjemno heterogeno prakso z najrazličnejšimi motivi in cilji.

2.1 Kratka zgodovina vegetarijanstva

V nasprotju s splošnim prepričanjem vegetarijanstvo ni nov pojav. Čeprav se včasih zdi, da gre za modno muho, ki je šele v zadnjih desetletjih zajela predvsem urbane predele zahodnega sveta, je zavestno odrekanje mesni prehrani v človekovi kulturi prisotno že stoletja in tisočletja (glej Stuart 2008; Spencer 1996 in 2002). Indijska tradicija izvira iz starodavnih svetih spisov Ved, ki na številnih mestih problematizirajo in celo izrecno prepovedujejo prehranjevanje z živalskim mesom, na Zahodu pa zavestno izogibanje mesnim živilom poznamo že vsaj od antičnih časov. Temelje mu je v 6. st. pr. n. št. postavil znameniti filozof Pitagora – vse do uvedbe termina vegetarijanstvo v 19. stoletju se je za označevanje načina življenja, ki nasprotuje prehranjevanju z živalskim mesom, uporabljalo kar ime »pitagorejstvo«. Rimljana Seneka in Ovid sta zagovarjala vegetarijanstvo z etičnimi argumenti, podobno tudi grški filozof Plutarh, ki je imel uživanje mesa za nekaj nenaravnega.

Vegetarijanstvo grškega in rimskega sveta je nastalo kot kontrakturna kritika sicer prevladujoče kulture uživanja mesa in njegovega simbolnega povezovanja s herkulsko močjo ter atletskimi ideali, omejeno pa je bilo na izobraženo elito (za razliko od Indije, kjer je zaradi vsesplošne razširjenosti religijskih konceptov karme in reinkarnacije, po katerih se vsi nenehno rojevamo v različnih, tudi živalskih telesih, od nekdanj prevladovalo tudi med preprostimi ljudskimi množicami). Z vzponom krščanstva pa se je antično vegetarijanstvo začelo umikati novemu razumevanju sveta in človekove vloge v njem: po krščanski teologiji je namreč od Boga ustvarjeni svet dan človeku v brezpogojno uporabo, človekova naloga pa je, da mu gospoduje. V tem teološkem kontekstu ni prostora za etična vprašanja o pravicah živali in upravičenosti prehranjevanja z njimi – celo nasprotno, zavračanje prehranjevanja z mesom je moč interpretirati tudi kot nasprotovanje pravovernemu krščanskemu nauku. Tako se je od 4. stoletja dalje, ko je krščanstvo postopoma postajalo dominantna religija Zahoda, vegetarijanstvo vse pogosteje povezovalo z nasprotovanjem avtoriteti cerkve in je bilo kot znak herezije tudi ustrezno sankcionirano.³ Osrednjo vlogo mesa v krščanski kulturi potrjujejo (mogoče na prvi pogled nekoliko paradoksalno) tudi postni predpisi, ki ob določenih dnevih prepovedujejo uživanje mesa. Tako pridobijo te priložnosti poseben status, ki od posameznikov zahteva predpisano obnašanje in izkazovanje spoštovanja, to pa zahteva določeno samoodrekanje: posameznik se v znak spoštovanja ob posebnih priložnostih odreče nečemu pomembnemu – mesu.

V stoletjih evropske dominacije krščanstva so tako antične koncepcije vegetarijanstva postopoma poniknile, na plan pa so ponovno prišle šele s pojavom renesanse in humanizma, ko so različni misleci (Erazem Roterdamski, Thomas Moore, Michel de

3. Vegetarijanstvo sta npr. prakticirali dve veliki krščanski hereziji: v 10. stoletju Bogomili, med 11. in 14. stoletjem pa Katari. Obe je cerkev brutalno zatirala, eden od argumentov za to pa je bilo tudi njihovo dosledno odrekanje mesni prehrani.

Montaigne itd.) kritizirali kruto človekovo ravnanje z živalmi. Leonardo da Vinci, ki je svojevrstno poosebljenje renesanse, je javno nasprotoval prehranjevanju z živalskim mesom in bil tudi sam predan vegetarijanec. V obdobju razsvetljenstva je sicer kartezijska logika živali reducirala na idejo strojev brez duše in tako zavračala vsakršno etično odgovornost do živali, a po drugi strani je zaradi rušenja monopola krščanske kulture svoj prostor za ponoven razmah dobila tudi ideja vegetarijanstva. Pomembno prelomnico predstavlja ustanovitev Britanskega vegetarijskega združenja leta 1847, kmalu pa sta sledili še ustanovitvi Ameriške vegetarijske konvencije (1850) in Nemškega vegetarijskega združenja (1867).

Zares množičen pojav na Zahodu pa je vegetarijanstvo začelo postajati nekje od šestdesetih let 20. stoletja dalje. K temu je odločilno pripomogla vrsta kulturnih sprememb po drugi svetovni vojni, med drugim tudi celovita mladinska kontrakultura, ki se je na različnih ravneh uprla prevladujočim političnim, kulturnim in duhovnim vrednotam v družbi. Pod njenim vplivom je Zahod doživel pravi razcvet azijskih filozofij in religij, znotraj katerih je pomemben segment predstavljalo tudi vegetarijanstvo. Ta vpliv azijskih tradicij danes pogosto ostaja prikrit, prevladujoča večina vegetarijancev se ga niti ne zaveda – tako kot je pri prenosu kulturnih konceptov in idej iz enega kulturnega okolja v drugega običajno, se namreč z odcepitvijo od matične kulture mnogi koncepti osamosvojijo in v novih kontekstih zaživijo samostojno, s čimer neredko dobijo tudi številne nove pomene. Tako je tudi z vegetarijanstvom.

2.2 Razširjenost sodobnega vegetarijanstva

V sodobnih pluralnih družbah je vegetarijanstvo eden od načinov prehranjevanja, obstaja kot zgolj eden izmed številnih različnih življenjskih slogov. V današnjem zahodnem svetu postaja sicer vse bolj sprejeto, vendar le redko kje kot del prevladujočega kulturnega toka; praviloma je sprejeto kot marginalna praksa. Vegetarijanstvo še zmeraj pomeni izziv prevladujoči prehranjevalni paradigmi, posredno pa tudi opozicijo celotnemu družbenemu redu (glej Fiddes 1991; tudi Aleksić 2001: 321–323).⁴

Kljub temu pa vegetarijanstvo (p)ostaja na Zahodu zaznavno gibanje, kar potrjujejo tudi sicer redke empirične raziskave. Britanska sociologa Beardsworth in Keil (1997: 223–226) v svoji pregledni analizi sodobnih prehranjevalnih praks in njihovih mnogovrstnih kontekstov navajata podatke iz nekaterih družboslovnih raziskav o številu in socialni strukturi vegetarijancev. Tako je npr. serija javnomnenjskih raziskav v Veliki Britaniji razkrila porast med letoma 1984 (ko je zaznala 2,1 % vegetarijancev) in 1993 (4,3 % vegetarijancev). Raziskava iz iste serije je leta 1995 zabeležila 4,5 % striktnih vegetarijancev, tistih, ki se ne identificirajo s to oznako, kljub temu pa ne uživajo mesa, pa naj bi bilo kar 12 %. Jasno se pokaže pomembna razlika med spoloma, saj je raziskava zabeležila kar dvakrat več vegetarijank (daleč največji delež vegetarijancev je med ženskami, starimi med 16 in 24 let). Podobno sliko dobimo tudi na podlagi

4. To velja večinoma za zahodne družbe, medtem ko v nekaterih drugih kulturah vegetarijanstvo kot praksa ne vsebuje prevratniške razsežnosti (najbolj očitno je to v indijski kulturi, kjer bi prej lahko veljalo obratno).

raziskave, ki so jo leta 1991 izvedli raziskovalci univerze v Bradfordu. V celotni britanski populaciji so zaznali 7 % vegetarijancev, pri čemer je bil ta delež nekoliko večji v starostnem razredu 11–18 let, prav tako pa so zabeležili občutno več vegetarijancev med ženskami (10 %) kot med moškimi (4 %). Avtorja izpostavita še skokovit porast članov vegetarijanskega združenja (ki je imelo leta 1980 7500 članov, leta 1995 pa že 18.500) in skleneta z oceno, da se delež vegetarijancev v Veliki Britaniji giblje med 4 in 7 %. Podobno na podlagi nekaterih ameriških raziskav ocenita delež vegetarijancev v ZDA na 3–7 %.

Ameriška sociologinja Donna Maurer (2002: 17) opozarja na razlike med podatki o samoopredeljenih vegetarijancih in rezultati merjenja dejanskih praks: samoopredeljenih vegetarijancev je praviloma občutno več kot pa tistih, ki dejansko ne jedo mesa, rib, mleka in mlečnih izdelkov.⁵ Maurerjeva povzema rezultate različnih reprezentativnih raziskav, po katerih naj bi bilo med Američani leta 1980 2 % samoopredeljenih vegetarijancev, leta 1985 3,7 %, leta 1986 8,2 %, leta 1991 5 %, v letih 1992 in 1993 pa 7 %. V raziskavah, ki so namesto spraševanja o vegetarijanstvu merile dejanske prehranjevalne prakse, so deleži vegetarijancev (tistih, ki izjavljajo, da ne uživajo mesa) dosti nižji: leta 1992 naj bi jih bilo 2,3 %, leta 1993 1,5 %, v letih 1994 in 1997 1 % ter leta 2000 2,5 %.

Pri oceni razširjenosti vegetarijanstva v ZDA si omenjena sociologinja pomaga še s podatki o finančnem obsegu posla, povezanega z vegetarijansko hrano: če je ta leta 1989 veljal 138 milijonov ameriških dolarjev, je njegova vrednost deset let kasneje skočila že na 662 milijonov (Maurer 2002: xv). Podobno lahko dobimo občutek o rasti vegetarijanstva na Zahodu, če spremljamo pojav kuharskih knjig. Zgodovinar Colin Spencer (1996: 358, 359) analizira izhajanje vegetarijanskih priročnikov v angleščini vse od 17. stoletja dalje in ugotavlja, da se razmeroma množičen razmah tovrstnih knjig začne šele v letih 1960–1980, ko izide 183 vegetarijanskih kuharic, zares razcveti pa se v osemdesetih letih, ko jih izide na stotine.

Kje bi veljalo iskati razloge za razširjenost vegetarijanstva na sodobnem Zahodu? Odgovor na to vprašanje je vse prej kot preprost, saj na rast števila vegetarijancev vpliva kompleksna mreža med seboj prepletenih kulturnih, socialnih in ekonomskih dejavnikov. Na rast števila vegetarijancev gotovo najprej vpliva čisto konkretna razpoložljivost raznovrstne brezmesne hrane (ne glede na geografsko območje in letni čas), ki si jo v družbah izobilja lahko privoščijo tako rekoč vsak posameznik. Pomemben dejavnik je brez dvoma tudi vse večja skrb in pomen, ki ju sodobni človek pripisuje zdravju – vegetarijanstvo je eden izmed načinov, kako ob vse večji ozaveščenosti o škodljivih posledicah določenih prehranjevalnih praks poskrbeti za svoje zdravje. K večji sprejemljivosti in množičnosti vegetarijanstva gotovo svoj delež prispeva tudi že omenjeni porast vpliva azijskih religijskih idej in konceptov, ki smo mu priča v zadnjih desetletjih (glej Campbell 2008). Ta je nezanemarljivo vplival na postopno spremembo

5. Podobno ugotavlja Anna Willets (1997: 116), da velik delež tistih, ki se deklarirajo za vegetarijance, vsaj tu in tam uživa meso. V svoji študiji skupine vegetarijancev v Londonu odkrije, da je takih kar dve tretjini.

zahodne kulture, ki v drugi polovici 20. stoletja pokaže jasen obrat od pretežno antropocentričnega k bolj ekocentričnemu dojemanju narave in sveta (glej Valentinčič 2003). Tako gre vegetarijanstvo razumeti kot izraz širšega kulturnega toka, ki v kontekstu spremenjene percepcije okolja (skupaj s številnimi ekološkimi temami) odraža nove vrednote. Zavračanje uživanja mesa namreč kaže na pomembno spremembo v odnosu do sveta, kot v svoji inspirativni študiji o simbolnih pomenih mesa pokaže britanski družboslovec Nick Fiddes (1991). Skozi celotno zgodovino je meso simboliziralo človekovo podreditev narave, njegovo zmožnost gospodovanja in vladanja. Z obratom k postmodernim vrednotam, kjer ima ključno mesto ekološka zavest, pa osrednjo idejo prevlade in izkoriščanja narave postopoma zamenjuje koncept medsebojne povezanosti, skrbi in odgovornosti do narave. Zavračanje mesa tako odraža opisani kulturni obrat, v tem kontekstu pa bi lahko med dejavnike, ki vplivajo na rast vegetarijanstva, uvrstili tudi feminizem in njegovo nasprotovanje moški prevladi, kot ga v svoji danes že kar klasični študiji prepričljivo utemelji Carol Adams (1990). Pomemben argument v prid takemu razumevanju bi lahko bilo dejstvo, da je med vegetarijanci neprimerno več žensk kot moških.

3 Sociokulturni vidiki vegetarijanstva v Ljubljani in Mariboru

3.1 Razširjenost različnih tipov vegetarijanstva

V Sloveniji je v zadnjih desetletjih moč zaznati porast vegetarijanstva. O tem pričajo odzivi tržišča na povpraševanje po vegetarijanskih produktih – v devetdesetih letih 20. stoletja so se v trgovinah postopoma pojavili prvi vegetarijanski izdelki (sojini izdelki, seitan, različni namazi itd.), ki so bili sprva uvoženi, kmalu pa so se jim na policah pridružili izdelki domačih proizvajalcev. Sledile so prve specializirane trgovine, v restavracijah so se pojavili vegetarijanski meniji, na prelomu v novo stoletje pa so se začele rojevati tudi prve specializirane vegetarijanske restavracije. Leta 1996 se je pod okriljem Študentske organizacije Univerze v Ljubljani rodil projekt z naslovom »Vege scena«, v okviru katerega so potekala različna srečanja, seminarji in predavanja, kuharski tečaji ipd., občasno pa so izdali tudi istoimensko revijo.⁶ K promociji vegetarijanstva že leta z različnimi dejavnostmi prispevajo tudi nekatere verske skupnosti, med katerimi sta v tej smeri najbolj dejavni Skupnost za zavest Krišne in Univerzalno življenje.

O natančnejšem obsegu vegetarijanstva in njegovem gibanju v Sloveniji sicer lahko le sklepamo, saj premoremo le malo zanesljivih empiričnih podatkov. Dolgoletni raziskovalni projekt Slovensko javno mnenje (SJM) se vprašanja vegetarijanstva neposredno ne loteva, bi pa iz odgovorov na vprašanje »Kolikokrat na teden jeste meso?« vendarle lahko sklepali tudi o številu vegetarijancev. Na tako zastavljeno vprašanje je namreč z »nikolik« leta 1994 odgovorilo 1,2 %, leta 1996 1,4 % in leta 2001 2,9 % vprašanih (po

6. Projekt je po desetletju svojega delovanja zamrl, v letu 2011 pa je bilo po ljubljanskih fakultetah spet moč opaziti plakate in letake, ki so pod blagovno znamko Vege scena vabili na debate in kuharske tečaje.

tem letu žal tega vprašanja v raziskavah ni več). Ti podatki bi lahko govorili o porastu števila vegetarijancev, same številke pa bi lahko bile (glede na ugotovitve raziskav v ZDA in Veliki Britaniji) verjetno še malce višje, če bi v raziskovalni vzorec vključili tudi mlajše od 18 let. Podatke o številu vegetarijancev najdemo tudi med rezultati dveh drugih empiričnih raziskav.⁷ Raziskava o prehrabnih navadah Slovencev z vidika zdravlja, ki jo je leta 1997 izvedla raziskovalka z Biotehniške fakultete, razkrije 0,5 % »strogih« vegetarijancev in 2,5 % lakto-ovo-vegetarijancev, temu pa bi lahko dodali še 3 % makrobiotikov⁸ (Koch 1997). Podobno raziskava z naslovom *Življenjski stili v medijski družbi*, ki jo je leta 2001 izvedla skupina raziskovalcev s Fakultete za družbene vede, odkrije 3 % vegetarijancev in 2 % makrobiotikov (Tivadar 2002).

V naši študiji smo se, podobno kot omenjene raziskave zgoraj, a za razliko od nekaterih tujih raziskav, odločili za merjenje razširjenosti vegetarijanskih praks – nismo torej spraševali po tem, ali se anketiranci sami uvrščajo v kakšno izmed vegetarijanskih kategorij, temveč kako pogosto (nikoli, samo izjemoma, občasno ali redno) uživajo belo in rdeče meso, ribe, mleko in mlečne izdelke ter jajca.

Tabela 1: Pogostost uživanja mesa, rib, mleka in mlečnih izdelkov ter rib (v %).

	Nikoli	Samo izjemoma	Občasno	Redno
Belo meso	2,4	2,2	25,2	70,2
Rdeče meso	3,3	4,8	32,1	59,8
Ribe	7,6	10,3	46,5	35,6
Mleko in mlečni izdelki	2,3	1,6	12,6	83,5
Jajca	1,7	5,6	34,3	58,4

Vidimo, da se razmeroma veliki deleži Ljubljancanov in Mariborčanov vsaj občasno izogibajo predvsem ribam, jajcem in rdečemu mesu. Največ jih nikoli (ali zgolj izjemoma) ne uživa rib, precej daleč zadaj sledi rdeče meso: malo več kot 8 % preučevane populacije nikoli ne uživa rdečega mesa ali pa ga uživa zgolj izjemoma (glej Tabelo 1).

A to nam še ne da prave predstave o deležu vegetarijancev v celotni preučevani populaciji. V ta namen smo oblikovali tri kategorije vegetarijancev:

1. delne vegetarijance, ki ne uživajo rdečega in belega mesa (na ti vprašnji so odgovorili z »nikoli« ali »samo izjemoma«), občasno ali redno pa uživajo ribe in mleko ter mlečne izdelke;
2. lakto-ovo-vegetarijance, ki poleg mesa ne uživajo niti rib, uživajo pa mleko in mlečne izdelke ter jajca, in
3. vegane, ki ne uživajo niti mesa niti rib niti mlečnih izdelkov niti jajc (seštevek odgovorov z »nikoli« in »samo izjemoma«).

7. Obe sta bili, tako kot raziskave SJM, izvedeni na reprezentativnem vzorcu odraslih prebivalcev Slovenije, starih med 18 in 65 let.

8. Makrobiotika je način prehranjevanja, ki temelji predvsem na žitih, kot dodatke pa priporoča lokalno ekološko pridelano zelenjavo. Izključuje industrijsko predelane sestavine in živila živalskega izvora, razen občasnega uživanja rib (predvsem belih rib).

Tako smo v preučevanem vzorcu odkrili 3 vegane (0,4 % populacije), 6 lakto-ovo-vegetarijancev (0,8 %) in 13 delnih vegetarijancev (1,6 %), ki ne uživajo mesa, jeda pa ribe (glej Tabelo 2). Vidimo, da so tako izmerjeni deleži za posamezne kategorije vegetarijancev občutno nižji od deležev tistih, ki ne uživajo posamezne kategorije živil.

Kdo so vegetarijanci, ki smo jih zajeli v preučevani vzorec? Tri petine jih je iz Ljubljane, dve petini iz Maribora. Močno prevladujejo ženske, saj smo v vzorec uspešno zajeli le enega moškega. Po starosti se izrazito uvrščajo v srednja dva razreda: tri četrtine jih je starih med 30 in 60 let, četrtina pod 30, starejšega od 60 nismo zajeli nobenega (glej Tabelo 2).⁹

Tabela 2: Osnovne demografske značilnosti vegetarijancev.

	Vzorec		Spol		Starost (%)			
	Lj	Mb	M	Ž	- 30	31-45	46-60	61 -
Delni veget.	7	6	0	13	21	29	50	/
LO veget.	4	2	1	5	43	57	/	/
Vegani	2	1	0	3	/	33	67	/
Vegetarijanci	13	9	1	21	25	37,5	37,5	/

Zaradi (pričakovano) izjemno majhnih deležev vegetarijancev smo se odločili, da za vse nadaljnje primerjave upoštevamo vse tri skupine skupaj (22 oseb oz. 2,7 % preučevane populacije) – tako bomo v nadaljnjih analizah, ko bomo govorili o vegetarijancih na splošno, mislili na seštevek vseh v raziskavo zajetih delnih vegetarijancev, lakto-ovo-vegetarijancev in veganov.

Številne analize skupine vegetarijancev v nadaljevanju zaradi njene majhnosti v strogem statističnem smislu niso najbolj zanesljive, temveč nam bodo služile za bolj ali manj grobe ocene, ki bi jih v prihodnjih raziskavah veljalo preveriti z drugimi, bolj primernimi metodami (kvalitativno raziskovanje čim bolj reprezentativno oblikovanih skupin vegetarijancev). So pa zato analize odnosa celotne preučevane populacije do vegetarijanstva tudi v strogo statističnem smislu veljavne.

3.2 Motivi oz. razlogi za vegetarijanstvo

Kot smo že omenili, se posamezniki za vegetarijanstvo odločajo zaradi različnih razlogov: nekaterim ni všeč okus mesa, drugi so vegetarijanci zaradi skrbi za lastno zdravje, tretjim uživanje mesa prepoveduje njihovo religijsko ali duhovno prepričanje, četrti so vegetarijanci zaradi velikega izkoriščanja okoljskih virov, ki ga povzroča intenzivno gojenje živali za človekovo prehrano, peti pa z vegetarijanstvom nasprotujejo trpljenju in splošnemu izkoriščanju živali. Naši rezultati kažejo, da je med vsemi tistimi, ki mesa, rib in/ali mleka ne uživajo redno (torej tudi med tistimi, ki omenjena živila

9. V prvem delu Tabele 2 smo zaradi zelo majhnih zajetih deležev predstavili število oseb, v drugem delu – pri predstavitvi starostne strukture – pa smo se odločili za predstavitev v deležih (%), ki je zaradi obteževanja vzorca na populacijsko strukturo bolj verodostojna, kot bi bila predstavitev števila oseb.

uživajo občasno – glej Tabelo 1), najbolj razširjen zdravstveni motiv, najmanj pa sta razširjena religijski in okoljski motiv. Zaznaven je etičen motiv pri rdečem in belem mesu. Ko pa analizo usmerimo samo na (delne) vegetarijance (ko torej izločimo občasne konzumente), se pokaže občuten porast etičnega motiva, ki postane prevladujoč razlog za odrekanje mesu in ribam (glej Tabelo 3). Tukaj se jasno pokaže pomembna razlika med tistimi, ki se občasno omejujejo pri uživanju mesa, in bolj strogimi vegetarijanci. V tem smislu bi lahko bili ljubljanski in mariborski vegetarijanci bližji tistim iz Velike Britanije, kjer naj bi tradicionalno prevladoval etični motiv, za razliko od ZDA, kjer naj bi bila večina vegetarijancev zaradi zdravstvenih motivov (Maurer 2002: 21).

Tabela 3: Razlogi za neuživanje mesa, rib, mleka in mlečnih izdelkov ter jajc (v %).

		Okus	Zdravje	Religija	Ekologija	Etika
Občasni konzumenti	Belo meso	48,6	27,2	5,8	1,9	16,5
	Rdeče meso	33,3	50,8	2,7	3,1	10,1
	Ribe	83,9	9,9	0,9	2,8	2,5
	Mleko	43,9	45,3	/	4,9	5,9
	Jajca	26,0	67,7	/	2,3	4,0
Vegetarijanci	Belo meso	10,0	25,0	10,0	5,0	45,0
	Rdeče meso	10,5	26,3	10,5	5,3	47,4
	Ribe	11,1	22,2	11,1	22,2	33,4
	Mleko	/	50,0	/	/	50,0
	Jajca	12,5	50,0	/	25	12,5

3.3 Podrobneje značilnosti vegetarijancev

Če primerjamo odnos vegetarijancev do lastnega življenja in nekaterih bivanjskih vprašanj z odnosom celotne preučevane populacije, lahko ugotovimo, da so vegetarijanci malo bolj zadovoljni s svojim življenjem (v rahlo večji meri se označujejo za srečne), opazno bolje ocenjujejo svoje gmotne življenjske razmere, so malo manj nezaupljivi do soljudi in v večji meri verjamejo, da lahko odločajo o svojem življenju (glej Tabelo 4).

Tabela 4: Primerjava odnosa vegetarijancev in celotne populacije do nekaterih bivanjskih vprašanj (v %).

	Zadovoljstvo z življenjem (sreča)		Samoocena gmotnih življenjskih razmer		Zaupanje soljudem		Občutek življenjske avtonomije	
	vegetarijanci	vsí	vegetarijanci	vsí	vegetarijanci	Vsí	vegetarijanci	vsí
+	78,3	73,2	78,3	58,7	30,4	29,0	70,9	60,9
∞	21,7	23,2	13,0	36,7	52,2	42,5	20,8	31,7
-	0	3,6	8,7	4,7	17,4	28,5	8,3	7,4

Primerjava (samodeklarirane) religioznosti med celotno preučevano populacijo in med vegetarijanci ne pokaže pomembnih razlik. Vidimo pa, da kar dvakrat večji delež vegetarijancev nikoli ne obiskuje verskih obredov (72 % v primerjavi s 37 % v celotni preučevani populaciji). Opazna odstopanja od celotne populacije zasledimo tudi, ko podrobneje analiziramo razširjenost nekaterih alternativnih duhovnih praks: prakticiranje meditacije in joge, uporabo nekaterih zdravilskih in drugih metod (akupunktura, bioenergija, astrologija, numerologija). Največje razlike so v prakticiranju meditacije in joge: občasno meditira 30 % vegetarijancev, v celotni populaciji je takih 9 %, redno večkrat tedensko že več let meditira 17 % vegetarijancev, medtem ko je v celotni preučevani populaciji takih le 1 %. Redno enkrat tedensko (a manj kot eno leto) prakticira jogo 13 % vegetarijancev (v celotni populaciji 2 %), redno več let 9 % (1,5 % preučevane populacije) in večkrat tedensko več let 9 % vegetarijancev (in 1 % vseh Ljubljancev in Mariborčanov). Pri uporabi nekaterih zdravilskih in drugih metod so deleži naslednji: akupunktura/akupresura/šiatu – občasno uporablja 13 % vegetarijancev in 3 % celotne preučevane populacije; bioenergija/radiestezija – občasno 39 % vegetarijancev in 6 % celotne preučevane populacije; astrologija/numerologija: občasno 21 % vegetarijancev in 5 % celotne preučevane populacije. Pri homeopatiji, zdravljenju s kristali, reikiju in prerokovanju ni opaziti pomembnih razlik.

Po političnem profilu se vegetarijanci opredeljujejo za malo bolj liberalne: medtem ko je delež sredinskih in liberalnih v celotni populaciji približno enak, je med vegetarijanci razmerje približno 56 % liberalnih proti 37 % sredinskih; konservativnih je v obeh skupinah približno desetina.

Vegetarijanci bolje od celotne populacije ocenjujejo svoje zdravje. Medtem ko 63 % celotne populacije svoje zdravje ocenjuje kot dobro ali zelo dobro, tako oceno lastnega zdravja poda 74 % vegetarijancev (podrobnejši pogled pokaže veliko razliko med obema podkategorijama: 48 % vegetarijancev lastno zdravje ocenjuje kot zelo dobro, 26 % kot dobro, v celotni populaciji je takih 22 % in 41 %).

71 % vegetarijancev izjavlja, da se ukvarjajo s športom, v celotni populaciji je takih 58 %. Prav tako poročajo o bolj rednem ukvarjanju s športom: 60 % vegetarijancev in 26 % celotne populacije se s športom ukvarja vsak dan (pri čemer razlika skoraj skopni, ko preverimo kategorijo »vsaj enkrat tedensko«).

Vegetarijanci po lastnem poročanju občutno manj od celotne populacije pijejo alkoholne pijače: 68 % vegetarijancev nikoli ne pije piva (takih je 29,5 % vseh Ljubljancev in Mariborčanov), 39 % nikoli vina (21 % celotne populacije; občasno pije vino 56,5 % vegetarijancev ter 67 % Ljubljancev in Mariborčanov) in 77 % vegetarijancev nikoli ne pije žganih pijač (takih je 51 % celotne populacije; občasno žgane pijače pije 23 % vegetarijancev ter 45,5 % Ljubljancev in Mariborčanov).

Vegetarijanci tudi manj kadijo: nikoli jih ni kadilo 86 %, v celotni populaciji je takih 64 %; redno jih kadi 9 %, medtem ko je v celotni populaciji takih natanko četrtnina.

70 % vegetarijancev je že kdaj poskušalo shujšati, v celotni populaciji je takih 55 %.

Veliko bolj od povprečja kupujejo ekološka živila: kar 65 % enkrat tedensko (v celotni preučevani populaciji je takih le 15 %), na drugi strani 13 % vegetarijancev nikoli ne kupuje ekoloških živil (takih je kar 43 % celotne populacije).

Vegetarijanci malo pogosteje vabijo domov na večerjo prijatelje in znance (33 % vegetarijancev vsaj enkrat mesečno, v celotni populaciji je takih 22 %), rahlo pogosteje jedo v restavracijah oz. gostilnah (vsaj enkrat na mesec to počne 56,5 % vegetarijancev in 44 % celotne preučevane populacije).

Zanimiva je ugotovitev, da nihče od vegetarijancev, zajetih v raziskavo, nikoli ni obiskal prehranskega strokovnjaka (enako kot tudi ne 96,5 % preučevane populacije).

Ko primerjamo, kako so v družinah porazdeljena vsakdanja gospodinjstva opravila – kuhanje, pospravljanje, čiščenje, likanje – opazimo nekatere razlike med vegetarijanci in ostalimi. Povsod sicer večino del opravi partnerka/mati, a je ta delež pri vegetarijancih manjši od povprečja, kar je najbolj opazno pri likanju. Vegetarijanci v veliko večji meri poročajo o bolj enakomerno porazdeljenih vsakdanjih opravilih.

Tabela 5: Porazdelitev vegetarijanskih opravil (v %).

	Vsakdanje kuhanje		Čiščenje in pospravljanje		Likanje	
	Vsi	Vegetar.	Vsi	Vegetar.	Vsi	Vegetar.
Partnerka/mati	59,8	50,0	51,4	45,8	62,4	43,5
Partner/oče	2,8	/	2,1	/	2,1	4,3
Stari starši	1,3	/	,7	/	1,4	/
Najeta pomoč	,7	/	2,2	4,2	1,0	/
Otroci	1,1	4,2	1,9	4,2	1,8	4,3
Vsi oz. kdor ima čas	30,9	45,8	37,9	45,8	26,1	43,5
Nihče	3,4	/	3,7	/	5,2	4,3

3.4 Splošna percepcija vegetarijanstva kot fenomena in prakse

Vegetarijanstvo od nekdanj vzbuja mešane, neredko tudi precej čustvene odzive okolice. Praviloma so ti odzivi negativni, segajo pa vse od smešenja do aktivnega preganjanja vegetarijancev. Že v antičnih časih so »pitagorejce« zasmehovali, neredko so bili npr. predmet obravnave v atiški komediji (Spencer 1996: xii, xiii). Tudi danes so vegetarijanci hvaležna tema šal, vse od tistih za zasebno rabo do bolj javnih izvedb skečev ali nastopov »stand-up« komikov. Pomenljivo je dejstvo, da šale o vegetarijanstvu praviloma ne padejo pod zapovedi o politični korektnosti, kot je to postalo precej običajno za šale na temo rase, spolne usmerjenosti, žensk ipd. V nekaterih zgodovinskih obdobjih je negativen odnos do vegetarijancev dobil celo obliko aktivnega preganjanja: v 10. stoletju je bilo vegetarijanstvo že omenjenih Bogomilov ter v 11. in 12. stoletju Katarov razumljeno kot resna herezija in lahko celo razlog za usmrnitev posameznika. Danes seveda negativen odnos do vegetarijanstva, ki prevladuje na Zahodu, nima tako drastičnih pojavnih oblik, vseeno pa se kaže na različne bolj ali manj očitne načine. Omeniti velja redke ekstremne primere, ko kak vegetarijanec resno zbolí ali celo umre

– taki incidenti praviloma sprožijo val javnih obsojanj vegetarijanstva kot problematične prakse in vegetarijancev kot neodgovornih posameznikov.¹⁰

Zato smo z našim sklopom vprašanj o vegetarijanstvu merili tudi splošen odnos prebivalstva do vegetarijanskih praks, kar smo zastavili na dveh stopnjah: najprej nas je zanimalo, kaj anketiranci menijo o vegetarijanstvu kot osebni izbiri odraslih ljudi, potem pa nas je zanimalo še mnenje o vegetarijanstvu kot izbiri za majhne otroke. Tukaj smo (prvič) namenoma uporabili izraz vegetarijanstvo, saj nas je zanimala konotacija tega pojma v javnosti.

Pri vprašanju »Kaj menite o odločitvi, da nekateri posamezniki ne uživajo mesa in rib/mleka in mlečnih izdelkov?«¹¹ so se anketiranci odločali med naslednjimi možnostmi: (1) To se mi zdi razumna odločitev, zato jo podpiram (v tabeli označeno s ++), (2) O odločitvi nimam posebnega mnenja, prehranjevanje je stvar svobodne presoje vsakega posameznika (+), (3) Takšna odločitev se mi ne zdi razumna, vendar je to stvar svobodne presoje vsakega posameznika (–), (4) Takšna odločitev se mi zdi škodljiva, ljudje bi morali jesti tudi meso in ribe/mleko in mlečne izdelke (– –), (5) Ne vem, težko rečem (∞). Na drugo vprašanje »Kaj menite o odločitvi mnogih vegetarijancev, da svojih otrok ne hranijo z mesom in ribami/mlekom in mlečnimi izdelki?« so anketiranci odgovorili z enim od naslednjih odgovorov: (1) Odlična odločitev, s tem otrokom le koristijo (++), (2) To je stvar svobodne presoje staršev, njihova odločitev nima pomembnega vpliva na življenje otrok (+), (3) To je stvar svobodne presoje staršev, vendar s tem škodijo svojim otrokom (–), (4) Takšne starše bi morale obravnavati socialne službe, otroke pa zaščititi (– –), (5) Ne vem, težko rečem (∞).

Kot lahko vidimo v Tabeli 6, se odnos celotne preučevane populacije do osebne odločitve odraslih za vegetarijanstvo in tudi za veganstvo presenetljivo nagiba bolj v pozitivno smer. Pričakovano pa je odnos negativen do vegetarijanstva kot izbire za

10. Zadnji tak primer se je pri nas zgodil poleti 2011, ko je v ljubljanskem Kliničnem centru zaradi sepse umrl dojenček. Vodstvo KC je sklicalo tiskovno konferenco, na kateri je pojasnilo, da je vzrok smrti sepsa, da sicer ni dokazana povezava z otrokovo vegansko prehrano, kljub temu pa je prevladujoči del dogodka namenilo smernicam za prehrano otrok. Poročilo so seveda povzeli številni mediji, med drugimi tudi Dnevnik, ki je objavil članek pod naslovom »Vegetarijanstvo pri dojenčkih odsvetovano, veganstvo prepovedano« (Dnevnik, 12. 8. 2011, spletna izdaja). Ta primer poleg včasih nekritične vloge medijev pri reproduciranju odklonilnega odnosa do vegetarijanstva ponazarja tudi praviloma odklanjajoč odnos medicinske stroke pri nas, ki se opazno razlikuje od odnosa uradnih institucij v nekaterih drugih zahodnih državah. Tako sta npr. dve osrednji ameriški instituciji (U.S. Department of Agriculture in American Dietetic Association), kakor tudi kanadski National Institute of Nutrition, že pred časom sprejeli veliko bolj pozitivna stališča in potrdili, da sta pazljivo načrtovana vegetarijanska in tudi veganska prehrana zadostna in celo bolj zdrava prehranjevalna možnost tako za odrasle kot za otroke (glej Maurer 2002: 30–40; Fox 1999: xiv). Podobno je tudi American Academy of Pediatrics izdala uradno stališče, da veganska prehrana otrok ne vpliva negativno na njihovo rast (Singer in Mason 2006: 281).

11. Pri anketiranju je šlo v bistvu za dve vprašanji: s prvim smo spraševali po odnosu do vegetarijanstva, z drugim do veganstva. Enako pri naslednjem sklopu, ko smo spraševali o odnosu do otroškega vegetarijanstva in veganstva.

otroke, pri čemer mogoče rahlo preseneča samo kanček bolj negativno mnenje, ki ga v primerjavi z vegetarijansko vzbuja izključna veganska prehrana za otroke (več pa je glede tega vprašanja neopredeljenih).¹²

Tabela 6: Odnos do vegetarijanstva/veganstva odraslih in otrok (v %).

		++	+	-	--	∞
Odrasli	vegetarijanstvo	9,9	37,8	21,5	9,9	20,9
	veganstvo	7,4	35,0	23,2	12,5	21,9
Otroci	vegetarijanstvo	2,8	11,6	51,0	8,5	26,1
	veganstvo	2,2	10,5	51,4	9,9	26,0

Še posebej nas je zanimalo, kdo je vegetarijanstvu in veganstvu izrazito naklonjen in kdo je do teh dveh prehranjevalnih praks izrazito kritičen. Pri tem smo pri odnosu do otroškega vegetarijanstva in veganstva podrobneje analizirali samo kritične, saj je izrazito naklonjenih zelo malo.¹³

Kdo je torej izrazito naklonjen vegetarijanstvu in veganstvu? Med njimi je malo več žensk (58 % naklonjenih vegetarijanstvu in 52 % naklonjenih veganstvu). Občutno več jih prihaja iz Ljubljane kot iz Maribora (kar tri četrtine naklonjenih vegetarijanstvu in dve tretjini veganstvu). Največ jih prihaja iz srednjih dveh starostnih razredov: kar približno dve tretjini vseh naklonjenih vegetarijanstvu in veganstvu je starih med 30 in 60 let, ostala tretjina se približno enakomerno porazdeli med mlajše od 30 in starejše od 60 let. Med izrazito naklonjenimi otroškemu vegetarijanstvu in veganstvu je prevlada srednje generacije le malo manjša, saj še zmeraj skoraj 60 % vseh prihaja iz srednjih dveh starostnih razredov. Podporniki vegetarijanstva in veganstva v primerjavi s celotno preučevano populacijo opazno bolj zaupajo soljudem.

Kaj pa izrazito kritični? Tudi med njimi je malo več žensk (56 % kritičnih do vegetarijanstva in 55 % do veganstva odraslih), pri odnosu do vegetarijanstva otrok pa malo več moških (54 % kritičnih do otroškega vegetarijanstva in 52 % do veganstva). Spet je občutno več Ljubljančanov (dve tretjini vseh kritičnih do vegetarijanstva in le malo manj – 63 % – do veganstva ter 64 % vseh kritičnih do otroškega vegetarijanstva in enak delež do veganstva). Najmanj jih je med mlajšimi od 30 let, ostali se bolj ali manj enakomerno razporedijo v ostale tri starostne razrede. Med gorečimi nasprotniki otroškega vegetarijanstva in veganstva je nadpovprečno več nesrečnih in ustrezno manj

12. Velik delež populacije vegetarijanstvo razume kot (vsaj potencialno) zdravju škodljivo, a ga, predpostavljamo, lažje tolerira, če so njegovih domnevno negativnih učinkov deležni zgolj odrasli, ki so se sami odločili zanj. Ko pa gre za vprašanje vegetarijanskega prehranjevanja otrok, v imenu katerih odločitve sprejemajo njihovi starši, je splošna toleranca pričakovano občutno nižja. Pri ostrejšem nasprotovanju vegetarijanstvu pri otrocih pa gre verjetno tudi za prikrit (in v prevladujoči meri neozaveščen) strah pred prenašanjem odklonskih praks na naslednje generacije, kar predstavlja še posebej resno grožnjo ustaljenemu družbenemu redu.

13. Delež izrazito naklonjenih skoraj ustreza deležu vegetarijancev in veganov samih. Podrobneje smo torej analizirali obarvane deleže v Tabeli 6.

srečnih (delež srednje (ne)srečnih je primerljiv s celotno populacijo), izraziti nasprotniki so v primerjavi s celotnim vzorcem tudi malo manj zadovoljni z gmotnimi razmerami, v katerih živijo.

Če torej strnemo zgornje ugotovitve, lahko ugotovimo, da imajo moški – razen v jasno odklonilnem odnosu do otroškega vegetarijanstva in veganstva – malo manj izrazito mnenje o vegetarijanstvu in veganstvu. Prav tako imajo občutno manj jasno izražena stališča Mariborčani: med njimi je rahlo več izrazito kritičnih kot zelo naklonjenih, v Ljubljani pa je ravno obratno. Srednja generacija je najbolj naklonjena, mlajša manj izrazito odklonilna do vegetarijanstva in veganstva. Izraziti nasprotniki otroškega vegetarijanstva in veganstva so v povprečju manj srečni od celotne populacije, so tudi za odtenek manj zadovoljni z gmotnimi življenjskimi razmerami in opazno manj zaupajo soljudem (kar samo v malo manjši meri velja tudi za nasprotnike vegetarijanstva in veganstva med odraslimi).¹⁴

3.5 Slojevska (družbenoekonomska) struktura slovenskega vegetarijanstva in odzivov nanj

V zahodnih družbah naj bi bilo vegetarijanstvo najbolj razširjeno v srednjem razredu. Nižji razredi naj bi ob vzpenjanju kupovali več mesa, ker si ga pač lahko privoščijo; to razumejo kot znak svojega ekonomskega in širšega družbenega uspeha. Po drugi strani pa naj bi ljudje iz višjih družbenoekonomskih plasti (z višjimi prihodki) z vegetarijanstvom izražali distanco do nižjih slojev. Jasno izražanje razlikovanja od okolice naj bi bil pogost motiv vegetarijancev, ki z bolj ali manj strogimi pravili postavljajo jasne simbolne meje med njimi in ostalimi pripadniki družbe. A to velja predvsem za srednje in višje sloje, ki za razliko od nižjih ne vztrajajo več pri tradicionalnih simbolnih konotacijah mesa kot izraza vitalnosti in moči (Maurer 2002: 8–9; tudi Fiddes 1991).

Prevladujočo pripadnost vegetarijancev srednjemu razredu potrjujejo tudi naši rezultati. Izrazito nadpovprečno se vegetarijanci (samo)uvrščajo v srednji in višji razred: v srednji razred se prišteva kar 71 %, v višji srednji in višji razred pa 25 % vegetarijancev, medtem ko se sicer v ta dva razreda uvršča 60 % in 15 % preučevane populacije.

Tudi po prihodkih se ljubljanski in mariborski vegetarijanci izrazito uvrščajo v srednji razred. Kar 64 % jih izjavlja, da je njihov zadnji mesečni prihodek znašal med 1000 in 2000 EUR (v celotni populaciji je takih le četrtnina, približno dve tretjini pa jih poroča o prihodkih, manjših od 1000 EUR), a za razliko od ostale populacije nihče ne poroča o prihodu nad 2000 EUR (v celi populaciji je takih pribl. 5 %).

Da največji delež vegetarijancev prihaja iz srednjega razreda, je razvidno tudi iz poklicev, ki jih opravljajo. Le slabih 6 % jih opravlja rutinska ali nižja uslužbenska dela (v celotni populaciji je takih 43 %), medtem ko višje in vodilne zaposlitvene položaje

14. Še podrobnejšo analizo porazdelitve odnosa do vegetarijanstva in veganstva po nekaterih bolj zanimivih spremenljivkah, iz katerih bi lahko sklepali o odnosu različnih družbenih slojev do preučevanega fenomena, predstavljamo v nadaljevanju (glej Tabelo 7).

zaseda kar dve tretjini vegetarijancev (v primerjavi s komaj dobro tretjino celotne populacije).¹⁵

V povprečju imajo vegetarijanci nadpovprečno visoko izobrazbo: 58 % vegetarijancev (v primerjavi s 33 % celotne populacije) ima vsaj višješolsko izobrazbo; na drugi strani jih ima le 8 % samo poklicno ali nižjo izobrazbo (v celotni preučevani populaciji je takih kar četrtnina). Celotno izobraževanje (obiskovanje šole) vegetarijancev je v povprečju trajalo 15 let, medtem ko je povprečje v ostali populaciji 13 let.

Kako pa se po različnih družbenih slojih porazdeli odnos do vegetarijanstva? Iz Tabele 7 je razvidno, da med naklonjenimi vegetarijanstvu in veganstvu tako odraslih kot otrok izrazito prevladujejo najvišje izobraženi, ki vegetarijanstvu in veganstvu odraslih in otrok tudi najmanj nasprotujejo. Glede na samoopredelitev pripadnosti družbenemu sloju lahko ugotovimo, da je med nižjim, delavskim slojem najmanj naklonjenih vegetarijanstvu in veganstvu odraslih in otrok, ta sloj pa tudi najbolj nasprotuje veganstvu med odraslimi ter otroškemu vegetarijanstvu in veganstvu. Največ podpornikov vegetarijanstva odraslih in tako vegetarijanstva odraslih kot otrok prihaja iz višjega srednjega in višjega sloja; ta skupina tudi najmanj nasprotuje otroškemu vegetarijanstvu in veganstvu. Pomembnost pripadnosti družbenemu sloju pri preučevanju odnosa do vegetarijanstva in veganstva še bolj izrazito potrjuje analiza po poklicih, saj zelo očitno najmanj naklonjenih vegetarijanstvu in veganstvu tako odraslih kot otrok prihaja iz skupine, ki opravlja nižje poklice (rutinska dela, nižji uslužbenci); ta skupina tudi najbolj nasprotuje tako veganstvu odraslih kot tudi vegetarijanstvu in veganstvu otrok. Po drugi strani pa predvsem med naklonjenimi vegetarijanstvu in veganstvu otrok očitno prevladujejo tisti, ki opravljajo višje poklice (višji in vodilni zaposlitveni položaji). Hkrati pa velja omeniti, da podrobnejša analiza tako rednih mesečnih prihodkov kot lastništva in tipa prebivališča ne odkrije pomembnih povezav glede odnosa do vegetarijanstva in veganstva. Iz tega bi nemara lahko sklepali ne toliko o materialni kot o kulturni pomembnosti slojevske pripadnosti. O tem mogoče na neki način priča tudi opazen vpliv neke druge spremenljivke na odnos do vegetarijanstva in veganstva, ki neposredno nima nobene povezave s slojevsko pripadnostjo, tj. samoopredeljena politična usmerjenost. Ugotovimo namreč lahko, da največ naklonjenih prihaja iz liberalne skupine, medtem ko se največ nasprotnikov opredeljuje za konservativce (glej Tabelo 7).

15. Za statistično veljavne in tako vsebinsko sploh smiselne podrobnejše analize slojevske pripadnosti različnih tipov vegetarijancev glede na premoženje, ki ga imajo, tip bivališča ipd., bi nujno potrebovali večje deleže v celotnem vzorcu.

Tabela 7: Odnos do vegetarijanstva / veganstva odraslih in otrok (podrobno) (v %).

		Odrasli							
		vegetarijanstvo				veganstvo			
		++	+	-	--	++	+	-	--
izobrazba	Osnovna	8,1	53,2	24,2	14,5	6,7	51,6	26,7	15,0
	Poklicna	11,1	45,6	28,9	14,4	7,8	44,4	27,8	20,0
	Sred. strok.	11,3	47,8	30,8	10,1	8,1	43,5	32,3	16,1
	Sred. sploš.	10,2	47,2	32,4	10,2	5,6	40,2	38,3	15,9
	Višja in več	15,1	47,8	22,9	14,2	14,5	47,2	23,8	14,5
sloj	Nižji, delavski	7,0	50,0	27,9	15,1	7,1	42,9	31,0	19,0
	Nižji srednji	13,0	53,7	23,2	10,1	11,1	47,2	26,4	15,3
	Srednji	12,2	45,1	29,4	13,3	9,7	43,5	30,9	15,9
	Viš. sred. in višji	15,7	49,4	24,1	10,8	8,8	47,4	27,5	16,3
poklic	Spod.	8,5	49,8	30,0	11,7	7,5	43,6	31,5	17,4
	Srednj.	12,1	46,8	29,0	12,1	8,7	48,1	28,8	14,4
	Zgor.	15,0	44,4	26,7	13,9	13,6	44,6	28,8	13,0
polit.	Konserv.	11,1	38,9	22,2	27,8	11,1	36,1	22,2	30,6
	Sredinsk.	9,7	48,9	27,6	13,8	7,7	50,8	24,6	16,9
	Liberal.	14,7	50,3	25,2	9,8	14,3	45,7	26,4	13,6

		otroci							
		vegetarijanstvo				veganstvo			
		++	+	-	--	++	+	-	--
izobrazba	Osnovna	1,7	12,1	72,4	13,8	1,7	8,3	73,3	16,7
	Poklicna	1,3	11,8	67,2	19,7	1,3	10,5	68,5	19,7
	Sred. strok.	5,1	10,1	75,9	8,9	2,5	10,7	77,4	9,4
	Sred. sploš.	2,8	18,9	68,9	9,4	1,0	12,9	73,2	12,9
	Višja in več	5,0	21,1	63,3	10,6	5,4	21,3	60,4	12,9
sloj	Nižji, delavski	1,2	14,3	66,6	17,9	3,6	9,5	69,0	17,9
	Nižji srednji	4,2	14,1	70,4	11,3	2,9	13,2	67,7	16,2
	Srednji	3,8	14,5	71,6	10,1	2,6	13,6	72,2	11,6
	Viš. sred. in višji	5,5	24,7	61,6	8,2	4,2	23,6	58,3	13,9
poklic	Spod.	2,6	12,4	71,6	13,4	0,5	10,5	73,0	16,0
	Srednj.	3,1	15,3	70,4	11,2	2,1	15,5	69,0	13,4
	Zgor.	5,6	18,0	66,3	10,1	5,6	15,8	66,2	12,4
polit.	Konserv.	3,2	19,4	54,8	22,6	3,1	18,8	53,1	25,0
	Sredinsk.	2,2	14,1	71,8	11,9	4,4	11,1	71,9	12,6
	Liberal.	5,1	20,3	64,5	10,1	5,2	18,5	62,2	14,1

4 Sklepi

Ko danes govorimo o prehranjevanju ter njegovih družbenih in kulturnih razsežnostih, ne moremo mimo vegetarijanstva. Skupaj s pandemičnimi zdravstvenimi posledicami uživanja prekomernih količin industrijsko pridelane hrane in specifičnimi prehranskimi motnjami, ki odražajo poseben in na neki način protinaraven odnos človeka do lastnega telesa (anoreksija, bulimija ipd.),¹⁶ je vegetarijanstvo eden bolj dinamičnih segmentov sodobnih prehranjevalnih praks. Kljub temu pa ostaja pojav v veliki meri nereflektiran. V vsakdanjem diskurzu velja vegetarijanstvo za nekaj marginalnega, neredko tudi čudnega. Pogosto je deležno bolj ali manj artikuliranega nasprotovanja. Razlog za to bi lahko iskali v njegovi subverzivnosti, saj izziva kompleksen hierarhičen sistem vrednot, v katerem ima meso še zmeraj ključno mesto. Proti takim spremembam deluje vrsta kulturnih in družbenih dejavnikov, ki težijo k ohranjanju obstoječega stanja. Ljudje svoj vsakdanji svet le slabo poznamo in razumemo. Večji del našega življenja poteka po nereflektiranih avtomatizmah, zato tudi redko pristajamo na korenitejše spremembe. K temu je treba dodati še čisto pragmatično, finančno razsežnost. K ohranjanju obstoječega stanja namreč pomembno pripomore prehrabena industrija, znotraj katere se vrtijo ogromni finančni tokovi. Obstoječi kmetijskopredelovalni sistemi v tako rekoč vseh zahodnih državah v veliki meri temeljijo na »pridelavi mesa«, nemajhni dobički pa izvirajo tudi iz državnih subvencij za mesnopredelovalno industrijo. Ta je v svojih nadvse aktivnih prizadevanjih po ohranitvi obstoječega sistema na svetovni ravni še kako uspešna, pri tem pa ne izbira sredstev. Zato smo v naši študiji vegetarijanstva na reprezentativnem vzorcu prebivalcev Ljubljane in Maribora poleg same razširjenosti pojava skušali meriti tudi njegovo zaznavo ter vrednotenje v celotni preučevani populaciji.

Pri poskusu empirične meritve razširjenosti vegetarijanstva za razliko od nekaterih tujih raziskav nismo spraševali po tem, ali se anketiranci sami uvrščajo v kategorijo vegetarijancev (ali še podrobneje v posamezni tip vegetarijanstva), ampak smo poskušali meriti dejansko pogostost te prehranjevalne prakse. Na ta način smo skoraj zagotovo dobili nižje deleže vegetarijancev, kot bi jih sicer.

Pokazala se je razmeroma velika razlika med deleži tistih, ki zgolj občasno ali nikoli ne uživajo posamezne vrste mesa (belo, rdeče ali ribe) in med deležem vegetarijancev: medtem ko npr. rdečega mesa ne uživa (razen izjemoma) malo več kot 8 % anketirancev, smo z nadaljnjo analizo zaznali le 1,2 % tistih, ki ne uživajo (razen izjemoma) niti rdečega niti belega mesa niti rib. Podobno nam pomembno razliko med tistimi, ki se izogibajo zgolj eni vrsti živil živalskega izvora ali pa se jim izogibajo zgolj občasno, in bolj konsistentnimi vegetarijanci, razkriva analiza motivov. Medtem ko med prvimi prevladuje zdravstveni motiv ali pa motiv okusa, je med drugimi očitna prevlada etičnega motiva.

16. Tovrstne prehranske motnje bi lahko označili kot protinaravne v smislu, da posamezniku (zaradi specifičnih, kulturno določenih razlogov) preprečujejo, da bi zadovoljil svoje osnovne biološke potrebe po hrani.

Delež v raziskavi odkritih vegetarijancev je nemara malce nižji od pričakovanega (glede na ugotovitve nekaterih drugih raziskav), predvsem pa velja upoštevati, da zaradi nizkih deležev številne analize v strogo statističnem smislu niso najbolj zanesljive, temveč nam lahko služijo zgolj kot groba ocena tako razširjenosti samega pojava kot značilnosti vegetarijanske populacije. Za bolj zanesljive sklepe o tem bi veljalo uporabiti drugačne raziskovalne metode (fokusne skupine, intervjuje ...), saj so v kvantitativnih raziskavah na reprezentativnih vzorcih deleži vegetarijancev preprosto premajhni.

Iz naših rezultatov lahko zgolj sklepamo, da med slovenskimi vegetarijanci najverjetneje prevladujejo nadpovprečno izobražene ženske srednjih let, ki so rahlo nadpovprečno zadovoljne s svojim življenjem. Kaže, da se vegetarijanci v približno enaki meri kot ostala populacija izrekajo za (ne)religiozne, vendar pa očitno manj obiskujejo verske obrede, hkrati pa v večji meri posegajo po alternativnih duhovnih praksah. Vegetarijanci nadpovprečno dobro ocenjujejo svoje zdravje in tudi dejansko bolj zdravo živijo (pijejo manj alkoholnih pijač, manj kadijo in se bolj redno ukvarjajo s športom). Sklepali bi lahko, da je tudi pri nas vegetarijanstvo najbolj razširjeno med srednjimi družbenimi sloji (nadpovprečno se sami uvrščajo v srednji sloj, to samouvrstitev pa potrjujejo tudi njihovi mesečni prihodki in analiza poklicev, ki jih opravljajo).

Bolj zanesljive so v metodološkem smislu ugotovitve o odnosu celotne populacije do vegetarijanstva. Rahlo presenetljivo med anketiranci prevladujejo zmerno naklonjene percepcije vegetarijanstva pri odraslih, pričakovano pa se to spremeni pri vegetarijanstvu otrok. Srednja generacija je vegetarijanstvu najbolj naklonjena, mlajša je do pojava manj izrazito odklonilna. Mariborčani so do vegetarijanstva bolj kritični kot Ljubljancani. Bolj izobraženi so vegetarijanstvu bolj naklonjeni, manj izobraženi mu očitno bolj nasprotujejo. Nižji sloji mu najbolj nasprotujejo, največ naklonjenih pa se uvršča v višji srednji sloj. To prepričljivo potrjuje tudi analiza poklicev, saj skupina, ki opravlja nižje poklice (rutinska dela, nižji uslužbenci), vegetarijanstvu najbolj nasprotuje, na drugi strani pa med naklonjenimi vegetarijanstvu očitno prevladujejo tisti, ki zasedajo višje in vodilne zaposlitvene položaje. Iz tega bi lahko zaključili, da je vegetarijanstvo v Sloveniji najbrž prevladujoč pojav med srednjimi družbenimi sloji, ki mu očitno tudi najmanj nasprotujejo.

Kot smo že omenili, bi veljalo v nadaljnjih raziskavah z uporabo dodatnih (večinoma kvalitativnih) metodoloških prijemov odpraviti nekatere zgoraj izpostavljene pomanjkljivosti. V vsebinskem smislu pa bi za boljše razumevanje pojava vegetarijanstva pri nas veljalo podrobneje preučevati, kako in zakaj posameznik postane vegetarijanec, kako se s časom spreminja njegov odnos do tega dejstva in predvsem za kako stalen pojav gre. Nekatere študije namreč kažejo, da velik del vegetarijancev to odločitev pozneje v življenju opusti. Veljalo bi preučiti tudi, ali obstajajo pomembne razlike med večino vegetarijancev, ki to postane zaradi svoje zavestne odločitve, in med zelo majhnim, a rastočim deležem otrok, ki se rodijo v vegetarijanske družine in postanejo vegetarijanci tako rekoč z rojstvom. Zanimivo bi bilo podrobneje ugotoviti, kolikšen del takšnih otrok sploh ostane vegetarijancev (kako uspešna je torej »vegetarijanska« socializacija), in nadalje primerjati njihov odnos do vegetarijanstva ter različnih družbenih in življenjskih vprašanj z drugimi vegetarijanci. Prav tako bi bilo dobro

podrobneje preučiti razširjenost vegetarijanstva in odnos do njega glede na tip okolja: gre pri vegetarijanstvu za prevladujoče urban pojav in ali ima ruralna populacija do njega več predsodkov? Brez podrobnejših empiričnih meritev bi bilo o tem težko kompetentno sklepati.

Tukaj predstavljene ugotovitve o odnosu celotne populacije do vegetarijanstva pa bi veljalo kontinuirano preverjati z manjšim sklopom vprašanj v okviru raziskav SJM. Na ta način bi končno lahko dobili bolj celovite in relevantne informacije o pojavu vegetarijanstva na Slovenskem.

Literatura

- Aleksić, Jelena (2001): Ideologija hrane: Karnivorstvo vs. vegetarijanstvo. Teorija in praksa, 38 (2): 307–327.
- Adams, Carol (2010, 1990): Sexual Politics of Meat: A Feminist-Vegetarian Critical Theory. New York: Continuum.
- Beardsworth, Alan, in Keil, Teresa (1997): Sociology on the Menu: An Invitation to the Study of Food and Society. London, New York: Routledge.
- Campbell, Colin (2008): The Easternization of the West: A Thematic Account of Cultural Change in the Modern Era. Boulder: Paradigm Publishers.
- Caplan, Pat (ur.) (1997): Food, Health and Identity. London, New York: Routledge.
- Fiddes, Nick (1991): Meat: A Natural Symbol. London, New York: Routledge.
- Fox, Michael Allen (1999): Deep Vegetarianism. Philadelphia: Temple University Press.
- Koch, Verena (1997): Prehrabene navade odraslih prebivalcev Slovenije z vidika varovanja zdravja. Doktorska disertacija. Ljubljana: Biotehniška fakulteta, Oddelek za živilstvo.
- Luthar, Breda, Kurdija, Slavko, Jontes, Dejan, Malnar, Brina, Tivadar, Blanka, Kamin, Tanja, in Oblak, Tanja (2011): Medijska potrošnja, razred in kulturna stratifikacija: končno raziskovalno poročilo s sumarnikom. Ljubljana: FDV, Center za raziskovanje družbenega komuniciranja.
- Maurer, Donna (2002): Vegetarianism: Movement or Moment? Philadelphia: Temple University Press.
- Singer, Peter, in Mason, Jim (2006): The Way We Eat: Why Our Food Choices Matter. Emmaus: Rodale Books.
- Spencer, Colin (1996): The Heretic's Feast: A History of Vegetarianism. Hannover, London: University Press of New England.
- Spencer, Colin (2002): Vegetarianism. A History. New York, London: Four Walls Eight Windows.
- Stuart, Tristram (2008): The Bloodless Revolution: A Cultural History of Vegetarianism from 1600 to Modern Times. New York, London: Norton.
- Tivadar, Blanka (2002): Od goriva za telo do pripomočka za samouresničevanje: vzorci prehranjevanja v Sloveniji. Družboslovne razprave, XVIII (39): 151–178.
- Valentinčič, Ivan (2003): Odnos do živali kot indikator spremembe vrednot: Od antropocentrične k ekocentrični etiki narave. Magistrsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Willems, Anna (1997): »Bacon sandwiches got better of me«: meat eating and vegetarianism in South-East London: 111–130. V P. Caplan (ur.): Food, Health and Identity. London, New York: Routledge.

Summary

The article describes the basic characteristics of vegetarianism and presents the results of the empirical survey conducted on the representative sample of adult inhabitants of Slovenian two biggest towns, Ljubljana and Maribor. Main findings include the evaluation of the size of the researched phenomenon, who and why decides to become a vegetarian and the detailed analysis of the perception of vegetarianism and veganism among the general population. Special attention is devoted to various socio-cultural factors from which the social class structure of Slovenian vegetarians could be estimated, as well as the social distribution of the perception of vegetarianism among Slovenians.

Due to small share of vegetarians in the total population some results are statistically not most reliable and can therefore only be used as broad estimations. One of the conclusions of this study could be, that the quantitative surveys on the representative samples are not the most suitable methodological tool for the study of vegetarian population since it is simply too small. Therefore different research methodologies, primarily qualitative ones (focus groups, interviews, etc.) would be suggested in future research projects. However, the applied methodologies in our research produced statistically valid results in the part where we measured the perception of vegetarianism and veganism among the general population.

When we tried to empirically assess the size of the researched phenomena we were not asking the respondents whether they are vegetarians (or vegans), but decided to measure the practices (whether respondents eat meat and if yes, how often). In this way we most probably discovered lower share of vegetarians. We discovered rather big differences in shares of respondents, who never or only exceptionally eat certain types of meat (red, white or fish) and more strict vegetarians, who abstain from eating of all types of meat. While red meat is not (or only exceptionally) eaten by more than 8 percent of respondents, we found only 1.2 percent of vegetarians, who never or only exceptionally eat meat or fish. Among them there are 0.4 percent of vegans, and we discovered additional 1.6 percent of semi-vegetarians, who abstain from eating meat but consume fish.

We also discovered substantial differences in motives for abstaining from eating meat among vegetarians and flexitarians (the respondents who abstain from eating meat only from time to time or only eat meat 'occasionally' but not 'regularly'). While among flexitarians prevailed the health motive, vegetarians predominantly expressed the ethical motive.

On the basis of the results of our survey we can assume that among Slovenian vegetarians most probably prevail well educated middle-aged women. It seems that pretty much same share of vegetarians claim to be (i)religious as is the situation among the general population, but they are very obviously not attending religious services as much as the general population. At the same time vegetarians seem to be much more inclined towards ideas and practices of alternative spiritualities. It also seems that vegetarians assess their health as considerably better than the general population does,

and in fact live more healthy lives: they drink less alcohol, smoke less and do sports more regularly than the general population. We could also estimate that vegetarianism in Slovenia is predominantly middle-class phenomenon – majority of vegetarians claim to belong to the middle class, what can be confirmed by their jobs and also their monthly incomes.

Statistically more reliable are the findings considering the perception of vegetarianism among the general population. A bit surprisingly we could conclude that the perceptions of vegetarianism of adults are slightly more favourable than not. As could be expected this changes when we ask about the vegetarianism and veganism among children. Middle generation shows most sympathies for vegetarianism. The inhabitants of Maribor are more critical towards vegetarianism than the inhabitants of Ljubljana. The more educated are more favourable, and the less educated obviously more critical towards vegetarianism. Lower classes are most critical, and most of the explicitly approving respondents come from middle and higher classes. We could conclude that vegetarianism in Slovenia is predominantly middle-class phenomenon: biggest proportion of vegetarians most probably comes from the middle classes, and (higher) middle classes are also the most favourable towards vegetarianism and veganism.

Podatki o avtorju:

dr. Aleš Črnič

izredni profesor na FDV

ales.crnica@fdv.uni-lj.si

**RECENZIJE KNJIG /
BOOK REVIEWS**

Franc Trček

Tomo Stanič: Arhitekturni gledalec. Ljubljana: Studia humanitatis, Knjižna zbirka Apes, 2011.

212 strani. (ISBN 978-961-6798-20-4), 15 EUR

Vsi mi naseljujemo konkretne prostore, tako grajene in kibernetске kot tudi infohabitate, kjer ta ločnica, kot nekateri še vedno zapišejo, med »realnim« in »navideznim« ni več tako jasna, kaj šele enoznačna. Te prostore s svojim delovanjem osmišljamo. Hkrati pa jih tudi zremo, gledamo in v njih vidimo različne arhitekture. Zrenja in videnja so seveda odvisna od naše inkulturacije, na kateri sočasno temelji tudi naše fokusiranje in interpretacija vidnega. Nekateri prostori so nam všeč, drugi nas puščajo hladne, tretji se nas ne dotaknejo, četrti se nam gnusijo, peti zdijo kičasti, v šestih nas boli glava, v sedmih nam zmanjkuje zraka ...

V monografiji *Arhitekturni gledalec*, izdani v zbirki Apes založbe Studia humanitatis, Tomo Stanič razgrinja razmislek o gledanju, videnju in pisanju arhitekture. O družbenem, nematerialnem arhitekturnem ovoju, ki ga damo posameznim objektom in/ali prostorom. Teh ovojev je seveda lahko več, lahko so dialoški, lahko mimobežni, pogosto pa so tudi konfliktni. Skozi čas se ne spreminja le arhitektura, ki se z modernizacijo v tehnološkem smislu odcepi od predmoderne stavbarstva, spreminja se tudi pogled in arhitekturni gledalec sam.

Predmoderno stavbarstvo je bilo pogosto ujetnik redkosti materialov in tehnične (ne) zmožnosti. Sodobna arhitektura pa na eni strani res pridobi tehnološko podprto svobodo številnih (z)možnosti, a hkrati izgubi tudi del, če že ne celoto avratičnosti. Zlasti je to značilno za ready-made globalizirano arhitekturo ne-prostorov, ki je v svoji monolitnosti utemeljena na funkcionalnosti in potrošnji. Njena funkcionalnost gre tako daleč, da se arhitektura iz objekta v prostoru prelevi le v zaboj z znakom in v končni fazi v simulaker. Bilbao efekt, Las Vegas in številni finančni »city centri« so globalno verjetno najbolj znane tovrstne arhitekturne levitve. V družbi kulture (tehno) podob, v družbi monitorja se seveda spremeni tudi pogled. Na arhitekturo, kot ugotavlja Stanič, zremo fotografsko; lahko bi dodali, da naš pogled fokusira širokokotno. Te novodobne arhitekturne ikone in nove urbane ikonografije običajno krasi, če uporabimo Staničevo besedišče, »problem vnaprej predpisanega gledanja« (str. 138).

Staničevo delo je po ogrevalnih poglavjih z naslovoma Arhitektura kot zrcalo in Vstop v arhitekturo razdeljeno v dva obsežnejša dela. V prvem se ukvarja s kulturo podob, v drugem pa s podobami v arhitekturi. Tako sta poglavji tudi naslovljeni.

V delu o kulturi podob nam avtor poda kritični pogled na medializirano družbo simulakra, ki mu vsaj na prvi pogled očitno ne moreta ubežati arhitektura in urbanizem. V družbi vsevidnega se nam arhitektura vedno bolj kaže kot scenografija oziroma ikonografija, kot simulaker. V tem delu avtor izhaja iz klasičnih premišljevalcev sprememb v pogledu in v prostoru, ki jih zajema s področja arhitekturno-urbanistične teorije, filozofije (prostora) in kulturnih študij (Bachelard, Barthes, Baudrillard, Belting, Benjamin, Certeau, Flusser, Foucault, Merleau-Ponty, Pallasmaa, Sontag, Virilio, Wajcman, Zumthor). Pri povzemanju in soočanju z njihovo kritiko totalnosti in praznine te totalnosti v širokem spektru simulakra podob so Staniču v pomoč predvsem dela ljubljanske šole lakanovcev (zlasti Žižek, v manjši meri Dolar) ter pisanja o obravnavani tematiki domačih predhodnikov s področja teorije arhitekture in umetnosti (Brejc, Vodopivec, Zabel), občasno pa se v svoji argumentaciji sklicuje tudi na druge filozofske razmisleke o prostoru (Heidegger) in vprašanjih (ne)dotika (Komel). V lastni kritiki interpretacijske zaprtosti sodobne arhitekture za opazovalca in uporabnika, skratka njene funkcionalistične samozadostnosti, za ilustracijo navaja nekatere najbolj znane, globalne učbeniške primere s področja arhitekture, urbanizma in likovne umetnosti. Čeprav je poglavje pisano v všečnem slogu, v katerem so pogoste metaforične ponazoritve teoretskih (re)konceptualizacij, gre v njem predvsem za

avtorsko izpiljen pogled, za že povedane in raziskovalcem sodobnih družbenih praks znane ugotovitve, o katerih so v našem ožjem prostoru že pisali avtorji, na katere se sklicuje Stanič, ter tudi nekateri spregledani (npr. najbolj sistematično in reflektirano ter podano v kar nekaj monografijah in nizu člankov ter spremnih besed temeljnih sodobnih del se s to tematiko že več desetletij ukvarja Janez Strehovec).

Tem temeljnim, sedaj že skoraj ne le paradigmatiskim, ampak celo dogmatskim teoretskim ugotovitvam o družbi simulakra sledi drugi, nekoliko obsežnejši del o podobah v arhitekturi. Avtor ga uvede skozi soočenje dobro znane Venturijeve analize Las Vegasa s pogledi Baudrillarda na iste procese. Pri tem ugotavlja, da tabelna arhitektura ni rešiteljica (funkcionalno) razdrobljenega urbanega okolja, kot trdi Venturi. Je negacija prostora, »a-bjekti« (str. 112), konec prostora.

Kaj je torej rešitev pred a-bjektnim ne-prostorom? Pred koncem prostora in arhitekture? Temu Stanič nameni zadnjo tretjino monografije, kjer nam skozi primere dobre arhitekture, ki pogosto deluje po načelu manj je več, skuša podati možne izhode. Pri tem opozarja tudi na pasti minimalizma ter ločuje med minimalizmom kot oblikovnim slogom, ki je pogosto lahko zgolj eden v nizu simulakrov, in hipostaziranim minimalizmom, ki nam pušča odprto vrzel za imaginacijo, ki našega pogleda ne ukaluplja na način predhodno kritiziranih ready-made ikon sodobne arhitekture. To razlikovanje podkrepi s krajšima študijama primera. Dobro znane Kapele brata Klause Petra Zumthora in manj znanega nagrobnika za brata Andreja, ki ga je zasnoval Jože Plečnik.

V srčiki tega izvirnega dela pa leži razmislek o nedorečenosti arhitekture in arhitekturi izmikanja. Gre za bistveni razmislek monografije, ki jo avtor poda v obliki vprašanja šele na 137. strani: »Kako omogočati posamezniku dialog, vpis in prebivanje v prostoru in kako ustvariti tesen preplet ter zabrisati meje med njimi, tako da ju je mogoče misliti kot entiteto – *arhitekturo procesa*?« Gre za razmislek o nujnosti vrzeli, o tem, da se vpelje »manko v samo jedro vizualnosti« (str. 146), nestabilnost, ki nas osvobodi vnaprej predpisanega pogleda in monointerpretacije.

Gre za idejo, ki jo lepo poda Pallasmaa s tezo v delu *Oči kože*, kjer trdi, da arhitektura ne sme postati transparentna. Mora ohraniti v sebi »nedosegljivo in skrito skrivnostnost«. Ohraniti možnosti imaginarnih ovojev, ki neko arhitekturo delajo prostor za prizorišče kakovostnega bivanja in delovanja. Gre za objekte, če prek Staniča parafraziramo Barthesa, ob katerih lahko zapremo oči in jih napolnimo z (imaginarnimi) vsebinami. Ob drugih primerih, ki jih navaja Stanič, to skrivnostno kvaliteto dobre arhitekture lepo ponazori s streho na Otoku pri Dobravi Otona Jugovca. Ta navidezno lebdeča streha, ki ščiti tlorisno zasnovo kapelice sv. Mihaela ob spodnji Krki, nam omogoči občutenje neprisotnega. Kakovostna bodoča arhitektura in urbanizem se morata truditi ravno v smeri tovrstnega minimalizma, ki omogoča drugačen način videnja skozi dialog med opazovalcem in arhitekturnim delom, da arhitektura, kot sklene Stanič, »postaja dogajanje med uporabnikom in objektom« (str. 172).

Staničevo monografijo lahko beremo kot neke vrste manifest za drugačno arhitekturo, ki bo omogočala interakcijo in sočasnost nematerialnih plastenj. Interpretativni ovoji pa bodo ne dodana, ampak integralna kvaliteta arhitekturnega procesa. Čeprav gre za delo, ki je mestoma šibko v konceptualizaciji in bi ga lahko kritizirali, da vanj niso vključena dognanja s področja sociologije arhitekture ter da ne upošteva realnosti oziroma diktata potrošniške družbe, gre vseeno za koherentno celoto, ki v kakovostnem jeziku, sklicujoč se tudi na artefakte drugih področij umetnosti, odpira številna vprašanja ne le o arhitekturi in urbanizmu, ampak o (ne) možnostih nedorečenega ter vrzelih imaginacije in svobode nasploh.

V prvem delu je monografija zlasti informativna za nepoznavalce tovrstnih premislekov, v drugem pa na izviren način odpira nekatera temeljna vprašanja in postavlja izzive bodočim pisanjem o arhitekturi v slovenskem prostoru. Škoda je le, da delo ni podkrepljeno z več do-

mačimi primeri in da je nekoliko nerodno oblikovano. Zlasti motijo šumniki v mastnem tisku, vrinjeni v kurzivne citate, in oblikovalska odločitev, da fotografije in arhitekturni krokijski niso postavljeni med samo besedilo, ampak moramo za njimi brskati na koncu knjige.

Nataša Toplišek

Gregor Tomc: Geni, nevroni & jeziki. Duševnost kot flogiston sodobne kognitivne znanosti? Ljubljana: Fakulteta za družbene vede, 2011. 365 strani (ISBN 978-961-235-441-1), 21,40 EUR

Tomčevo najnovejše delo z naslovom *Geni, nevroni & jeziki: Duševnost kot flogiston sodobne kognitivne znanosti?* je poskus avtorjeve osmislitve njegovega dvajsetletnega teoretskega raziskovanja, v zadnjih časih predvsem na področju t. i. kognitivnega družboslovja. Avtor želi skozi delo utemeljiti nujnost interdisciplinarnega pristopa h kognitivnim znanostim ter iskanja konvergence med naravoslovnimi in družboslovnimi znanostmi in tako doseči novo teoretsko paradigmo, ki bo omogočila vsa nadaljnja specialistična raziskovanja. Prizadeva si za redefinicijo tako družboslovne kot sodobne kognitivne znanosti, kar bi posledično lahko omogočilo nove teoretske nastavke, s katerimi se bo družboslovje osnovalo v kognitivni znanosti.

Delo, ki je sestavljeno iz sedmih poglavij, skuša z zanikanjem delitve na mehke in trde znanosti, z odvzemom hegemonске vloge možganov v kognitivni znanosti ter z iskanjem alternativnih odgovorov o opredelitvi samega pojma in teorije duševnosti osvetliti pomembnost interdisciplinarnega raziskovanja socioloških pojavov. Z relativizacijo središčne vloge možganov/duševnosti in antiredukcionišnim odnosom do raziskovanja duševnosti Tomc kljubuje tako sami kognitivni znanosti kot temelju zahodne misli in njenih socialnih institucij, ki možgane postavijo za središče telesa in sam sedež duševnosti kot materialnega pojava. Z besedami avtorja (str. 12,13):

Naša samoumevna predstava o živalih nasploh in o človeku posebej je skratka ta, da smo bitja z duševnostjo in da je duševnost instanca, ki nas vodi skozi življenje. [...] To, kar je v resnici zapleten proces v človeku in v intersubjektivnem prostoru ljudi, skušajo kognitivni znanstveniki locirati v en organ v telesu, da pa bi ohranili naravoslovno digniteto svojega raziskovanja, morajo duševnosti pripisovati materialnost. [...] Duševnost je v tem pogledu zadnji ostanek duše v znanosti o človeku in zadnje pribežališče religijskega mišljenja za kognitivne znanstvenike, ki zagovarjajo takšno stališče.

Tomc že na samem začetku duševnost opredeli kot virtualen, relacijski pojav, ki torej ne gnezi v enem organu bitja, ampak je zgolj jezikovni koncept, ki obstaja v okolju bitja, kot ozadje, glede na katero se bitje obnaša. Ta njegova temeljna ugotovitev pa skozi celo knjigo ostaja vodilni motiv, katerega skuša utemeljevati skozi štiri osrednja vsebinska poglavja.

Tako v prvem delu svojega razmišljanja zavrne kartezijanski pogled na dojemanje biti subjekta kot misleče stvari in njegovo posledico ter zavrnitev možnosti o posedovanju duševnosti pri ostalih živalih; zagovarja idejo o doživetjih kot tistih lastnostih živali, na temelju katerih se te razlikujejo od nežive materije. Doživljanje je kognitiven proces, s katerim se vzpostavlja življenjski svet živali, na podlagi katerega si te pripisujejo pomen za sebe in tako vzpostavijo smiselno delovanje z vidika preživetja. Vzporedno z evolucijskim razvojem doživljanja pa se razvija tudi mišljenje kot vezivo, ki daje vsem zaznavam smisel in tako vzpostavlja bitje kot smiselno celoto subjektivnih doživetij. Mišljenje kot vzročno-posledično povezovanje ikonskih

in simbolnih reprezentacij, ki pri bitju glede na način *mišljenja dražljajev* zrcalijo raven njegove kompleksnosti, deluje kot učenje na treh ravneh – genetski, nevronske in jezikovni – ter posledično ustvarja spomin, ki se oblikuje skozi interakcijo zaznave, doživetja in učenja.

Tomc, ki se pri eksplikaciji konstrukcije spomina zadržuje predvsem v Husserlovi terminologiji, spomin naših zaznav in mišljenj, ki mu v vsakdanjem jeziku pravimo spominjanje in načrtovanje, razvrsti v štiri razvojne stopnje, ki odražajo zmožnosti bitja: predzavedni, nezavedni, zavedujoči se in zavestni spomin.

Na podlagi genskega, nevronskega in jezikovnega informacijskega sistema, ki torej generirajo mišljenje in posredujejo štiri zgoraj omenjene tipe spomina, avtor v naslednjem poglavju skuša precizirati potek komunikacije znotraj bitij in med njimi. Vloga t. i. biokomunikacije je, da bitje popredmeti dražljaje iz zunanjega okolja (čemur pravimo avtostimulacija) in da določena bitja seznanijo druge s svojimi lastnimi doživetji (kar pa imenujemo alterstimulacija). Avtostimulacijo tako bitje vzpostavlja z notranjim jezikom, alterstimulacijo pa z zunanjim. Na tem mestu se avtor prvič sooči s pojmom duševnosti, za katero je po njegovem nujno potreben jezik v pravem pomenu besede. Jezik kot sestav semantike in sintakse je tisti, ki omogoča, da si določena bitja – ljudje – predstavljajo tako svoje duševno stanje, kot se zavedajo tudi duševnosti drugih, kar pa je predispozicija za obstoj teorije duševnosti.

Teorija duševnosti je tako opredeljena kot vživljanje vase in druge, vendar avtor poudarja, da tudi če živali nimajo zavestnega odnosa do duševnosti, to ne pomeni, da same duševnosti ne posedujejo, kar je ideja Descartesa. Nasprotno, Tomc trdi, da imajo duševnost vse živali, vendar pojmovni jezik ljudem omogoča razvoj zavesti, s čimer se pri človeku razvije miselno prepričanje, »da smo bitja sestva z določenimi značjskimi potezami in prepričanju o svetu ter da imajo podobne lastnosti tudi druga bitja iste vrste. Ta zmožnost [pa] se prvič pojavi pri ljudeh, [saj so] kulturno orodj[a], ki teorijo duševnosti vzpostavlja[jo], [...] človeški jeziki« (str. 266).

Tako se govorniki jezika postavljajo kot kriterij normalnosti v človeških družbah, katerega se učimo z imitacijo in izkustvom. Učenje, ki je opredeljeno kot kognitivni proces, ki posameznika prilagaja na iztočnice iz okolja, v katerem živi, je tisto, ki torej povezuje posameznika z okoljem. Posameznik je pri avtorju razumljen kot analitični konstrukt, kot akter z notranjimi občutenji in čustvovanji, ki jih ta lahko z mišljenjem povezuje z ozadjem, kar pa posameznika nujno transformira v osebo. Oseba, ki se torej oblikuje v interakciji z ozadjem, je konkretni posameznik v prepletu z razmerami delovanja in obnašanja, ki se jih je ta naučila prepoznavati in ki so iztočnice za njeno obnašanje.

Tomc se v delu sprašuje tudi o stopnji avtonomnosti osebe glede na človeško skupnost, v kateri živi. Njegova ugotovitev je, da se človek lahko definira kot semiautonoma bitje, kar pomeni, da lahko posamezniki kot deli skupnosti delujemo neodvisno, a zunaj celote ne bi mogli preživeti in se v prvi vrsti sploh vzpostaviti kot človeška bitja. Kot pravi, je naša narava, da delujemo kot semiautonomi akterji, ki smo omejeni le s pogoji ozadja, ki jih ustvarjamo skupaj z drugimi pripadniki socialne situacije. Da pa bo ta naša »narava« v popolnosti lahko izražena, je po mnenju avtorja potrebno novo razumevanje vseh metaforičnih konstruktov (nacionalizem, religija, rasizem, razredna ideologija), ki se jim pripisuje pretirana vloga v socialnih situacijah in ki nas silijo k iracionalnemu socialnemu obnašanju. Ko bo ta točka dosežena, bo po mnenju Tomca konec neke faze v kulturnem razvoju človeka. Konec bo vseh ideologij.

Z razumevanjem vloge možganov kot le enega izmed organov s določeno posredniško funkcijo in pojasnjevanjem kompleksnosti konstitucije bitij, ki morajo postati temeljna enota opazovanja, Tomc tako po eni strani presega še vedno obstoječi dualizem med naravo in kulturo, posameznikom in skupnostjo ter telesom in duhom ter se mu zoperstavlja, po drugi strani pa dopušča binarizme biološkega spola in zanika razumevanje nastanka (spolnih, starostnih) razlik šele v socializacijskem procesu. Neposredno in brez zadržkov se sooča s tematikami, ki veljajo za nadvse »delikatne« v sodobnem družboslovju in na ogorčenost skorajda celotne

stroke. Problem te vidi v negnezdenju v biologiji in oblikovanju poljubnih *teorij*, ki izvirajo iz izrekanja politično korektnih mnenj in vrednot demokratične politične skupnosti, ter v abstraktni in neprecizni znanstveni terminologiji. Tomc se s takšno teoretsko držo izkaže za enega nadvse redkih slovenskih družboslovcev, ki postavljajo pod vprašaj obstoječe paradigme v stroki in resnično poskušajo nekaj novega. Nekaj, kar bi morda res lahko vodilo v produkcijo drugačnih družboslovnih razumevanj pojavov sveta ter tako preseгло trenutno stanje ohranjanja statusa quo in torej le reprodukcijo obstoječih idej.

Tina Kogovšek

Frane Adam, Valentina Hlebec, Matic Kavčič, Maja Mrzel, Darka Podmenik, Tonka Poplas Susič, Danica Rotar Pavlič, Urša Lamut, Igor Švab: Kvalitativno raziskovanje v interdisciplinarni perspektivi. Ljubljana: Inštitut za razvojne in strateške analize, 2012. 194 strani (ISBN 978-961-92399-7-1), 18 EUR

Monografija *Kvalitativno raziskovanje v interdisciplinarni perspektivi* več avtorjev in avtoric z različnih področij (kot napeljuje že naslov), pretežno pa s področij sociologije in medicine, izhaja iz dejstva vedno večje popularizacije in veljave uporabe kvalitativnih metod na različnih področjih v zadnjih nekaj desetletjih. Te metode so se začele uveljavljati tudi v vedah, posebej naravoslovnih, kjer v preteklosti niso bile (povsem) pripoznane kot legitimne in ustrezne za njihove raziskovalne namene. Ravno iz ugotovitve raziskovalcev in raziskovalk različnih profesionalnih provenienc o razširjenosti teh metod ne le v družboslovju in humanistiki, pač pa vedno bolj tudi v naravoslovju se je porodila potreba po pričujoči monografiji. Ta po eni strani poskuša narediti zgodovinsko refleksijo uporabe kvalitativnih metod, s poudarkom na slovenskem prostoru, po drugi strani pa tudi pregled stanja stvari na področju, tako v raziskovalni kot pedagoški sferi, in obetov za prihodnost tovrstne metodologije. Avtorji Frane Adam, Darka Podmenik in Matic Kavčič tako naredijo širok zgodovinski pregled in oris trenutnega stanja uporabe kvalitativnih metod, predvsem v slovenskem družboslovju. Pri tem obravnavajo tako njihovo aplikacijo na različnih vsebinskih temah (kot je pregled različnih raziskav, ki so bile narejene predvsem na področju sociologije, kulturologije oz. kulturnih študij ter socialnega dela) kot tudi epistemološka in metodološka preiščevanja. Slednja so razmeroma redka in zato toliko bolj dragocena. V tem smislu je tudi pričujoča monografija pomemben prispevek, saj kar nekaj poglavij obravnava epistemološke in metodološke teme. Omenjeni trije avtorji v pregled vključijo tudi prisotnost obravnave kvalitativnih metod v študijskem procesu na slovenskih univerzah. Ugotavljajo, da v slovenskem prostoru nedvomno obstaja trend naraščanja prisotnosti kvalitativnih metod, ki ga ocenjujejo kot pozitivnega. Po drugi strani pa se še vedno kaže pomanjkanje sistematičnega arhiviranja in s tem razmeroma šibko dostopnost gradiv iz tovrstnih raziskav tako akademski kot širši javnosti.

Podoben zgodovinski pregled za področje medicine naredi Danica Rotar Pavlič. Iz njega je moč razbrati, da so se v primerjavi z družboslovjem kvalitativne raziskave v večji meri začele delati z nekaj časovnega zamika (čepprav so bile prve narejene že v 70. letih prejšnjega stoletja), da pa so danes že legitimen in razmeroma razširjen pristop tudi v naravoslovju. V primerjavi z družboslovjem pa so kvalitativne metode v medicini vendarle še v večji meri »pomožne« metode, ki služijo kot uvod ali dopolnilo »glavnim«, kvantitativno usmerjenim raziskavam. Spodbudno je, da tudi znotraj tega področja že obstaja zavedanje o večji vrednosti raziskav,

ki enakovredno uporabljajo tako kvalitativno kot kvantitativno metodologijo, kot tudi o večji potrebi po interdisciplinarnem povezovanju.

Poglavja v monografiji bi sicer lahko razdelili v tri vsebinske sklope. Prvi sklop zajema že omenjena zgodovinski pregled in pregled trenutnega stanja stvari, ki ga obravnavata prvi dve poglavji. V drugi sklop sodijo poglavja, ki posamezne metode obravnavajo z bolj didaktičnega vidika ter so tako zanimiva predvsem za študente ter druge potencialne uporabnike, ki s tovrstnimi metodami še nimajo izkušenj. Tonka Poplas Susič predstavi uporabo fokusnih skupin in delfske metode, pri čemer bralca vodi od načrtovanja do izvedbe raziskave, vključi pa tudi navodila za analizo in preverjanje kakovosti podatkov. Uporabo metod prikaže s primeri raziskav na področju družinske medicine. Urša Lamut sistematično in pregledno predstavi možnosti analize kvalitativnih podatkov z računalniškim programom Atlas.ti. Predstavitev osnovnih zmožnosti programa dopolni z opisom poglavitnih načel t. i. utemeljene teorije (angl. *grounded theory*), ki je »teoretsko« izhodišče strukturiranosti in funkcij omenjenega programa. Natančneje so epistemološka izhodišča utemeljene teorije ter njen zgodovinski razvoj in cepitev v različne struje kot tudi kritično ovrednotenje njenih prednosti in slabosti predstavljeni v poglavju Matica Kavčiča.

Slednje poglavje bi pravzaprav lahko uvrstili tudi v tretji sklop besedil monografije, ki bi ga lahko poimenovali epistemološko-metodološki. Pri tem sta že omenjena poglavje Matica Kavčiča in poglavje Franeta Adama o akcijskem raziskovanju (avtor je bil pri nas eden prvih raziskovalcev, ki se je s kvalitativno metodologijo ukvarjal tudi z epistemološkega in metodološkega vidika) bolj teoretsko-epistemološke narave, medtem ko je poglavje Valentine Hlebec in Maje Mrzel bolj metodološko-aplikativno. Slednje se ukvarja z metodološkimi dilemami pri uporabi sekundarnih podatkov v kontekstu raziskav z integracijo kvalitativnih in kvantitativnih metod. Avtorici skozi metaanalitično študijo 31 člankov, v katerih je bil uporabljen pojasnjevalni raziskovalni načrt z integracijo metod, sistematično in pregledno preučita tako metodološke dileme kot rešitve v tovrstnih raziskavah. Glede na nizko ceno uporabe sekundarnih podatkov (posebej v primerjavi z zbiranjem lastnih podatkov) ter njihovo vedno večjo dostopnost in s tem širjenje njihove uporabe so taki razmisleki še posebej dragoceni.

Na splošno bi lahko z nekaj kritične note dejali, da monografiji *Kvalitativno raziskovanje v interdisciplinarni perspektivi* sicer nekoliko umanjka neki jasnejši fokus, rdeča nit. Mestoma daje vtis bolj pragmatičnega kot vsebinsko jasno zaokroženega nabora besedil. Vtis je tudi, da s poudarkom predvsem na dveh disciplinah (tako v vsebinskem kot institucionalnem pomenu), sociologiji in medicini, v nekoliko omejenem obsegu zajame uporabo kvalitativne metodologije v slovenskem prostoru (na primer bera uporabe te metodologije v okviru disciplin, ki jih goji Filozofska fakulteta v Ljubljani, je bistveno bogatejša, kot je videti na prvi pogled). Prav tako se pragmatičnost nabora besedil kaže v vsebinskem smislu, saj niso pokrite vse kvalitativne metode. Kljub temu pa je monografija nedvomno pomemben prispevek in koristen pripomoček tako za študente različnih stopenj študija na terciarni ravni in raziskovalce v akademski sferi kot tudi za uporabnike v širši strokovni javnosti.

Danijela Tamše

Karmen Medica in Goran Lukič: Migrantski circulus vitiosus. Delovne in življenjske razmere migrantov v Sloveniji. Koper: Univerzitetna založba Annales, 2011. 146 strani (ISBN 978-961-6732-32-1), 17 EUR

Circulus vitiosus: v filozofiji krožni argument, v družbenih vedah spirala navzdol. Po Slovarju slovenskega knjižnega jezika začarani krog. Avtorja dela nikjer ne dasta vedeti, v katerem pomenu uporabljata termin, a zdi se, da se na eni strani naslanjata na slovarsko definicijo, na drugi pa položaj migrantskih delavcev v Sloveniji vidita kot poglobljajočo se spiralo revščine in bede, nemoči in podrejenosti, ki se bo poglobljala, dokler ne bo prišlo do posega zunanjega, najraje avtorjev samih.

Delo bolj kot na karkoli drugega spominja na birokratizirano poročilo za neki projekt, ki ga je pač bilo treba napisati, da bi zadostili razpisnim pogojem. In to tudi drži: kar imamo pred sabo, je v knjigo vezano, nekoliko razširjeno zaključno poročilo študije »Delovne in življenjske razmere delavcev migrantov v Sloveniji«, ki jo je naročilo Ministrstvo za delo, družino in socialne zadeve, za izvedbo je poskrbelo Znanstveno raziskovalno središče Koper, Goran Lukič, sicer zaposlen na Zvezi svobodnih sindikatov Slovenije, pa je v okviru projekta sodeloval pri raziskavi (poročilo za projekt je bilo napisano 25. marca 2011, dostopno je na spletni strani omenjenega ministrstva). Te informacije nam lahko nekoliko pojasnijo, s kakšnim besedilom se v resnici soočamo.

S tem morda postane tudi nekoliko jasneje, zakaj na stošestinštiridesetih straneh niti enkrat ni omenjen potencial samoorganiziranja, ki so ga migrantski delavci v preteklih letih večkrat pokazali in udeležili in ki je pomembno zaznamoval boj za njihove pravice: zakaj ni govora o uporih na delovnih mestih in znotraj delavskih domov ter na ulicah, kjer so delavci migranti vse do izгона velikega dela njih pomembno oblikovali javni politični prostor? Zdi se, da se mogoči vzrok za izpuščanje tega angažmaja skriva v dejstvu, da je financer projekta (torej ministrstvo) del državnega aparata, ki skrbi za zapiranje meja in ki z vizumskim režimom delavce potiska v položaj odvisnosti. Povsem verjetno je, da financer ni hotel slišati slabih ocen na svoj račun in da so delavci vzeli stvari v svoje roke. Zato se sprašujemo, ali ni morda to v knjižni obliki izdano poročilo samo del *circulus vitiosus*, tj. poglobljajoče se spirale izkoriščanja migrantske delovne sile: z zamenjavo vzrokov in posledic briše resnične probleme, ki s tem, tudi če jih še vedno vidimo, postanejo nerešljivi. S takšnim pristopom se spirala gotovo ne bo presekala.

Osnovna metodologija, ki so jo raziskovalci pri projektu uporabili, je skladna z institucionalnimi pričakovanji: primerjava zakonodaj, predpisov, uredb. Seveda je to nekaj, kar nesporno potrebujemo, a moramo znati uporabljati s senzibilnostjo najspretnjših metodologov in razumeti v kontekstu teorij, ki govorijo o avtonomiji migracij (poveden je seznam literature, v katerem ni niti enega dela, ki bi se ukvarjalo s potencialom, ki ga imajo migranti za transformacije, ali pa opisovalo subverzivne prakse – kot da bi avtorja ne bila seznanjena z vsemi besedili, ki so bila izdana na to temo), da ne bi migrantov, ki jih ta dokumentacija zadeva, objektivirali in iz njih naredili nemočne žrtve višjih sil. To Medici in Lukiču ni uspelo. Študija sicer vsebuje rezultate terenskega dela, katerega kvaliteta in transformativen značaj pa sta vprašljiva: popisovanje življenjskih razmer, da bi na koncu nastal »Pravilnik o določitvi minimalnih standardov za nastanitev tujcev, ki so zaposleni ali delajo v Republiki Sloveniji« (priloga na koncu knjige), je zaman, če so delavci zavoljo vizumskega režima od začetka potisnjeni v razmerje neenakomerne porazdelitve moči med delavcem in delodajalcem. Sprejetje takšnega pravilnika lahko kvečjemu pozlati kletke, ki so zaradi radikalnega upada števila migrantskih delavcev v zadnjih letih tako ali tako postale prostornejše, ne bo pa prekinilo razmerja, v katerem delavci nimajo svobode

izbire, tudi pri namestitvi ne. Namesto da bi premišljala o načinih upora proti politikam nadzora in izkoriščanja, kot so v teh letih počeli delavci, Medica in Lukič ostaneta pri moraliziranju o nepoštenih delodajalcih, ki se okoriščajo ne le z delavci, ampak povrh vsega goljufajo še državo. Tipičen primer tega najdemo v poglavju o vzporednem trgu migracij: »Zdaj vemo, da tukaj ni šlo za nobeno zaposlitev tujcev, ampak le za prevaro organov z namenom urejanja začasnega bivanja tujcev na območju EU« (str. 67). Paradoksalno je, da je ravno urejeno dovoljenje za bivanje na območju Evropske unije cilj velikega dela delavcev migrantov, saj omogoča gibanje po celini, širjenje zaposlitvenih možnosti in iskanje boljšega. Če je mejni režim države, v katero vstopajo migranti, avtoritaren, potem je razumljivo, da bodo poiskali načine, kako jo zapustiti. Upamo, da to raziskovalcem(a) ni ušlo in da je manko te misli posledica dejstva, da to ni bil zeleni rezultat za ministrstvo.

»Push-and-pull« teorije migracij, na katerih delo temelji, so skladne z zgornjim pristopom: pod pretvezo ekonomskih zakonitosti, »nevidne roke trga«, pozabljajo na dejstvo, da so migracije pojav z mnogimi krivinami in skritimi potmi, ki ga v prvi vrsti determinirajo in spreminjajo migranti sami. Četudi delavci v t. i. državo gostiteljico pridejo iz ekonomskih razlogov, to ne pomeni, da so zgolj ekonomska bitja. In zato koncept krožnih migracij ni problematičen le, kot pišeta avtorja, ker onemogoča akumulacijo pravic iz dolgotrajnejšega bivanja, ampak tudi, ker ne upošteva njegove narave. Migranti pač niso kontejnerji delovne sile, ki jih po uporabi pošljemo »nazaj«. In tudi niso nekdo, na komer preizkušamo integracijske teorije ali kamor pošiljamo t. i. humanitarne organizacije. Sploh pa ne nekdo, ki jih proučujemo; kvečjemu lahko skupaj z njimi skozi prakse, ki temeljijo na povečevanju moči, premišljamo in gradimo prostor transformacij.

Za konec pa še nekaj o jeziku. Naloga recenziranja strokovnih in znanstvenih del primarno res ni iskanje blagozvočnosti besedila in jezikovne spretnosti pisca. A vendarle je težko spregledati vse jezikovne površnosti, ki sta jih v svojem delu pustila avtorja. Ne le da je besednjak nejasen in nekonsistenten (ni npr. jasno, kakšna, če sploh, naj bi bila razlika med terminoma »delavski dom« in »samski dom«, enako velja pri terminih »krožne migracije« in »kroženje migracij«), prav tako lahko v delu zasledimo napačno uporabo strokovnih terminov (na strani 70 se npr. podamo v kratek diskurz namesto v ekskurz) in nepotrebno podaljševanje besedila. Tako se na nekaterih mestih ponavljajo kar celi odstavki (prim. strani 35 in 70 ter 66 in 98). Napačna raba ločil in zaimkov ter nepravilno pregibanje besed pa v slabo luč ne postavi le prispevka avtorjev, temveč tudi delo založnika, ki očitno ni poskrbel za strokovni pregled besedila.