Tanja Oblak Črnič, Dejan Jontes, Nika Šušterič,
Katja Koren Ošljak, Jure Plaskan

MEDIJSKA KULTURA IN DIGITALNI VSAKDAN MLADIH

2. del: Mediji, branje in prosti čas v času družbenih platform

Poročilo raziskave v okviru ARRS projekta
Medijski repertoarji mladih
(J5-2564)

Fakulteta za družbene vede
2023





MEDIJSKI
REPERTQARJI
MLADIH

Kataložni zapis o publikaciji (CIP) pripravili v Narodni in univerzitetni knjižnici v Ljubljani
COBISS.SI-ID 157192707
ISBN 978-961-295-052-1 (PDF)

Izdajatelj: Fakulteta za družbene vede, Univerza v Ljubljani,
v okviru temeljnega projekta Medijski repertoarji mladih (J5-2564)

Založba: Fakulteta za družbene vede, Založba FDV, Ljubljana
Leto izdaje: 2023

Jezikovni pregled: dr. Tina Lengar Verovnik
Oblikovanje in prelom: Rok Marinšek

Brezplačna publikacija

Publikacija je dostopna na: medijimladih.si

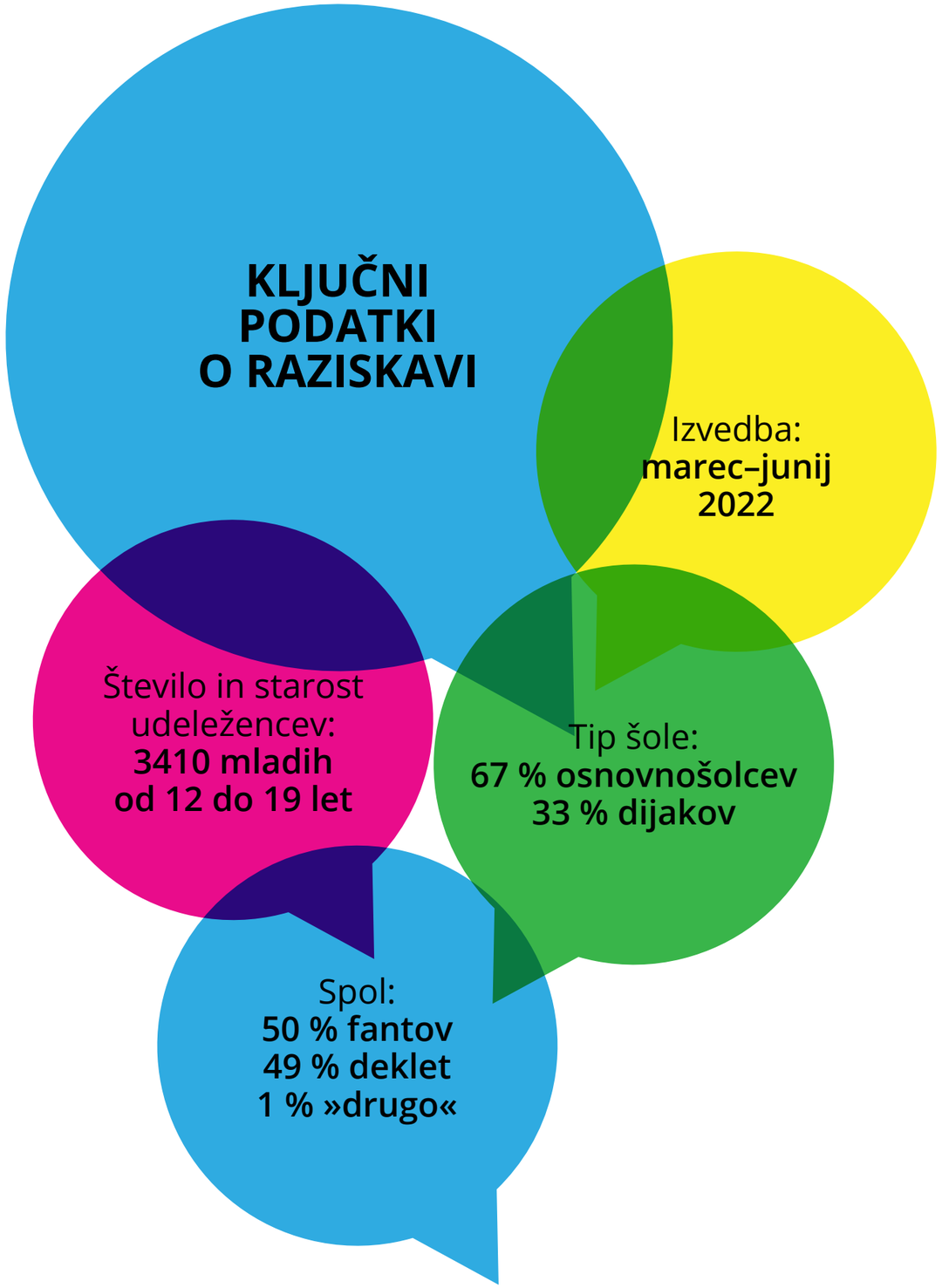
Publikacija je bila izdana s finančno podporo ARRS (v okviru temeljnega projekta
Medijski repertoarji mladih: socialni, politični in kulturni aspekti digitaliziranega vsakdana pod šifro J5-2564).

O POROČILU

Pričujoče poročilo je nadaljevanje predstavitve rezultatov obsežnejše kvantitativne raziskave o rabah digitalnih tehnologij in medijskih preferencah osnovnošolcev od 7. do 9. razreda in dijakov srednjih šol od 1. do 4. razreda. Gre za nacionalno raziskavo, ki je vključila skupaj več kot 3000 sodelujočih šolajočih se mladih. Cilj poročila je predstaviti podrobnejše rezultate o vzorcu anketirancev, njihovih socialnih okoliščinah in bivanjskih razmerah. Poleg socialno-demografske ravni pa je namen poročila tudi predstavitev rezultatov o rabah klasičnih medijev in vzorcih informiranja mladostnikov ter njihovem odnosu do branja in knjig. Poročilo se dotika tudi preferenčnih rab družbenih omrežij kot širših vzorcev preživljanja prostega časa in načina, kako se skozi digitalna omrežja vzpostavljajo razmerja z vrstniki.

Poročilo navaja predvsem sumarne ugotovitve spletne ankete, ki je bila izvedena s pomočjo izbranih slovenskih šol, in ponuja deskriptivni vpogled v medijske preference mladih, v njihove televizijske, radijske in bralne izkušnje, v izbire družbenih omrežij in pomene, ki jih imajo družbene platforme v vrstniških kulturah. In končno, poročilo podrobneje govori tudi o udeležencih v raziskavi, da bi lažje razumeli njihove medsebojne socialne in kulturne distinkcije, predvsem za namene prihodnjih poglobljenih analiz. V poročilu v vseh omenjenih vsebinskih sklopih prikazujemo izključno opisne sumarne rezultate na obeh vzorcih mladostnikov, ponekod pa so podatki križani tudi glede na spol udeležencev.

Spletna raziskava, ki je bila izvedena med marcem in junijem 2022, sicer predstavlja le del ugotovitev znanstvenega raziskovalnega projekta *Medijski repertoarji mladih*, ki vsakdanje življenje mladostnikov obravnava skozi perspektivo medijskih študij in poglobljeno raziskuje vlogo sodobnih tehnologij v življenju mladostnikov. Projekt namreč celostno proučuje vlogo sodobnih medijskih tehnologij in družbenih omrežij v sodobnem digitaliziranem vsakdanu mladih, in sicer na presečišču med seboj prepletenih družbenih sfer, ki imajo pri odraščanju mladostnikov odločilno vlogo: družine, izobraževalnih okolij in vrstniških kultur.



O POROČILU 5
KLJUČNI PODATKI O RAZISKAVI 6
KULTURNE IN EKONOMSKE SPECIFIKE VZORCA 8
REGIONALNA ZASTOPANOST 9
UČNA USPEŠNOST: BOLJŠI OSNOVNOŠOLCI IN DEKLETA 10
ASPIRACIJE DIJAKOV IN NAČRTI ZA PRIHODNOST 12
DRUŽBENE OKOLIŠČINE, V KATERIH ODRAŠČAJO MLADI 14
EKONOMSKA SITUACIJA DRUŽIN IN MATERIALNA OPREMLJENOST DOMOV 15
TEHNOLOŠKA OPREMLJENOST DOMOV 16
PRISOTNOST KNJIG: INDIKATOR KULTURNEGA KAPITALA IN KORELACIJA S ŠOLSKIM USPEHOM 18
MEDIJI, NOVICE IN BRANJE 21
KAJ NA TELEVIZIJI SPREMLJAJO MLADI, KJE IN S KOM 21
RADIO MED MLADIMI 26
INFORMIRANJE MLADIH 26
ODNOS DO BRANJA 27
PLATFORMIZACIJA VSAKDANA 30
PREFERENČNA OMREŽJA IN APLIKACIJE 30
ZMOGLJIVOSTI PLATFORM KOT ODSEV NJIHOVE PRILJUBLJENOSTI 34
PLATFORME MED OSNOVNOŠOLCI: SPOLNO HOMOGENE, A LOČLJIVE V PRAKSAH 34
PLATFORME MED DIJAKI: SPOLNE DISTINKCIJE V NAVZKRIŽNI HIBRIDNOSTI 39
OMREŽNE PRAKSE MED DIJAKI 43
VRSTNIŠKA KULTURA IN PROSTI ČAS MLADOSTNIKOV 46
SOBIVANJE Z VRSTNIKI 47
PREVLADUJOČE PROSTOČASNE AKTIVNOSTI 50
SKLEPNA MISEL 54
LITERATURA IN VIRI 57

KULTURNE IN EKONOMSKE SPECIFIKE VZORCA

Kot smo poudarili že v prvem poročilu (gl. Oblak Črnič idr. 2023), je bila anketna raziskava usmerjena na osnovnošolce zadnje triade, se pravi na učence od 7. do 9. razreda, in na dijake različnih srednješolskih programov od 1. do 4. razreda. V tukajšnjem poročilu bomo podrobneje prikazali specifike pridobljenega vzorca respondentov glede na nekatere splošne indikatorje o ekonomskem in kulturnem kapitalu vprašanih, da bi lahko že na ravni opisnih rezultatov bolje razumeli, koga smo v raziskavo sploh uspeli zajeti. Struktura vzorca, kot jo kažejo t. i. sociodemografske spremenljivke, namreč ponuja pomemben uvid v socialne, ekonomske, družinske in dohodkovne okoliščine, znotraj katerih odraščajo mladi respondenti, ki so sodelovali v naši raziskavi.

Na spletni vprašalnik je med marcem in junijem 2022 odgovarjal 2301 učenec osnovnih šol in 1121 dijakov srednjih šol. V osnovnošolskem vzorcu smo zajeli nekoliko več fantov (53,2 %) kot deklet (46,8 %), v srednješolskem pa obratno – nekoliko več deklet (52,9 %) kot fantov (43,2 %) ter še 3,9 % mladih oseb, ki se niso identificirale z ženskim ali moškim spolom. Velika večina (98,5 %) osnovnošolcev in osnovnošolk v vzorcu je starih od 12 do 15 let; od teh jih ima po ena tretjina 13 (33,6 %) ali 14 let (31,8 %). Velika večina (90,7 %) srednješolcev in srednješolk šteje med 15 in 19 let: od teh jih ima približno po četrtina dijakov 16 (25,8 %), 17 (25,5 %) ali 18 let (23,5 %).

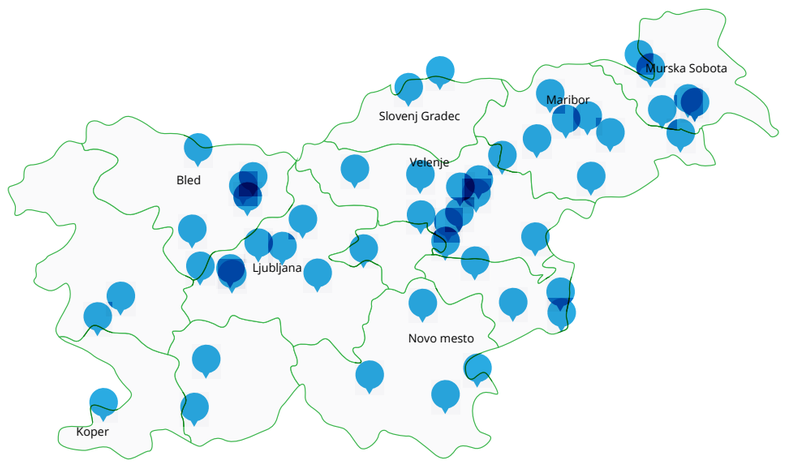
V nadaljevanju podrobneje prikazujemo regionalno zastopanost vzorca glede na lokacijo šol, kjer je potekalo anketiranje, učno uspešnost učencev

ter njihove aspiracije in načrte za prihodnost, prav tako pa prikazujemo tudi njihove percepcije o socialnih razmerah in ocene materialnih okoliščin, znotraj katerih odraščajo.

REGIONALNA ZASTOPANOST

Ker je rekrutiranje mladih potekalo preko šol, je pomembno prikazati, katere šole oziroma v katerih krajih in regijskih središčih smo jih uspeli bolj, kje pa manj pokriti. V vzorec smo namreč zajeli 53 osnovnih in 22 srednjih šol iz cele Slovenije, in kot je razvidno iz slike 1, smo v osnovnošolski vzorec zajeli vse slovenske regije, vendar je najmanj šol iz Goriške in Posavske regije. Ne glede na to je pokritost osnovnih šol relativno dobra, kar pomeni, da smo verjetno zajeli tudi karseda raznolike učence iz različnih krajev in regij.

V srednješolskem vzorcu (slika 2) je zajetih šol bistveno manj – le 22. Tako je že iz slike 2 razvidno, da je tudi pokritost na ravni srednjih šol po regijah precej manjša. Obenem je razvidno, da v nekaterih regijah nismo zajeli nobene srednje šole ali šolskega centra – to velja denimo za področja v Gorenjski, Obalno-kraški, Primorsko-notranjski in Posavski regij. Očitno je, da je v raziskavi sodelovalo največ srednjih šol iz Osrednjeslovenske regije. Ta nizka razpršenost na ravni vzorca dijakov pomeni, da imamo manj raznotere šolske programe, kot smo sprva načrtovali, in da je tudi regijsko gledano vzorec bolj homogen, zato težko sklepamo na situacije tistih regijskih središč, ki v anketi sploh niso bila zajeta. Ne glede na te omejitve pa smo zajeli večino srednješolskih mestnih okolij, kot so Ljubljana in Maribor, Celje in Novo mesto, Nova Gorica in Murska Sobota ipd.

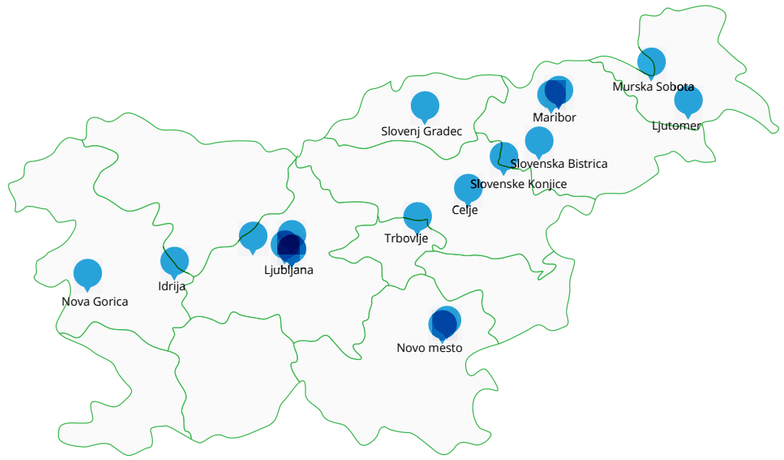


Slika 1:

Regionalna zastopanost osnovnih šol

Slika 2:

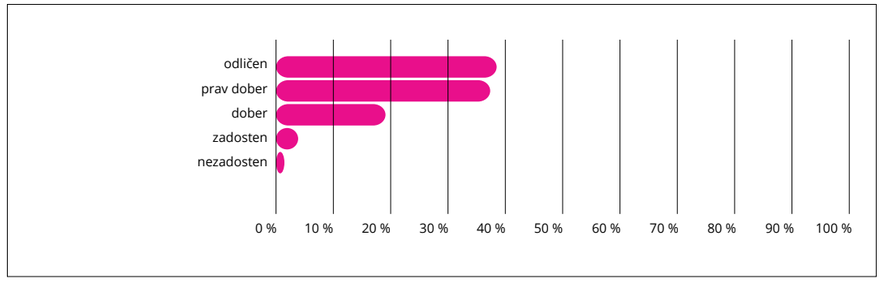
Regionalna zastopanost srednjih šol



UČNA USPEŠNOST: BOLJŠI OSNOVNOŠOLCI IN DEKLETA

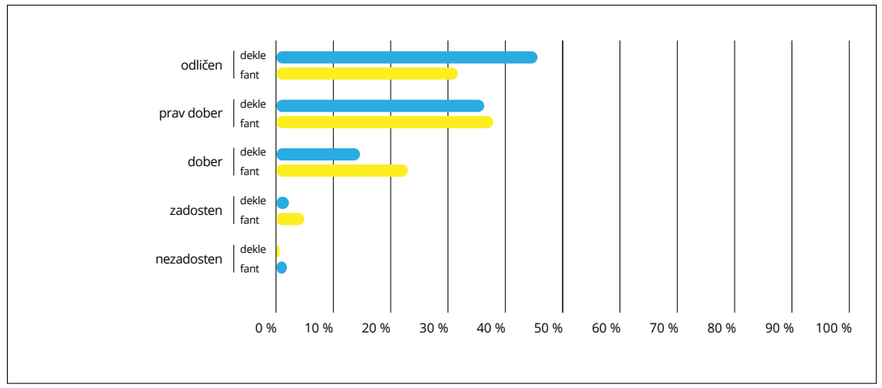
Eden od kriterijev razlikovanja učencev je njihov doseženi šolski uspeh. Na vprašanje »Kakšen pa je bil tvoj lanski šolski uspeh?« se deleži odgovorov osnovnošolcev in srednješolcev pričakovano različno razporejajo, in sicer tako, da osnovnošolci v povprečju poročajo o boljšem učnem uspehu kot srednješolci (sliki 3 in 5). Pri obeh vzorcih pa se kažejo nekatere razlike med spoloma (sliki 4 in 6). Tako osnovnošolke kot dijakinje praviloma poročajo o boljšem učnem uspehu kot njihovi sošolci, saj so večkrat kot fantje navedle, da je bil njihov šolski uspeh v preteklem šolskem letu (2020/2021) odličen.

Na omenjeno vprašanje je večina (38,5 %) osnovnošolcev odgovorila, da so bili odlični, dobra tretjina (37,3 %) pa, da so bili prav dobri. Slaba petina je bila dobrih (19,1 %), zanemarljivo malo (3,8 %) pa zadostnih. Le 28 osnovnošolcev (1,4 %) je poročalo, da so preteklo šolsko leto zaključili z nezadostnim spričevalom (gl. sliko 3). Razrez glede na spol (slika 4) pokaže veliko razliko med dekleti in fanti. Skoraj polovica (45,6 %) osnovnošolk je v primerjavi s tretjino (31,8 %) osnovnošolcev dosegla v preteklem letu odličen uspeh. Pri prav dobrem uspehu se razlika obrne v prid fantom, a je še minimalna (38 % fantov v primerjavi s 36,5 % deklet), medtem ko se razlika jasneje izrazi od dobrega uspeha navzdol: dobrih je skoraj četrtina (23,1 %) fantov in le 14,7 % njihovih sošolk, zadostnih je 5 % osnovnošolcev in 2,4 % osnovnošolk, medtem ko je bilo nezadostnih 2 % fantov in le 0,7 % deklet v osnovni šoli.



Slika 3:

Šolski uspeh osnovnošolcev v šolskem letu 2020/2021 (n = 2036)



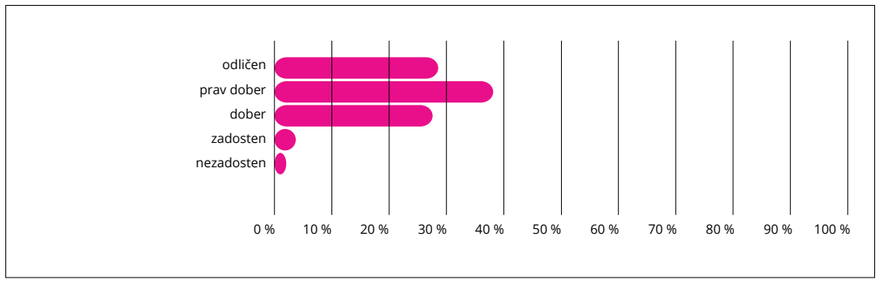
Slika 4:

Šolski uspeh osnovnošolcev v šolskem letu 2020/2021 glede na spol

Uspeh dijakov se razporeja nekoliko manj asimetrično kot pri osnovnošolcih, a še vedno tendira izrazito navzgor (slika 5). Največ dijakov je prav dobrih (38,1 %), sledi skoraj tretjinski delež odličnih (28,5 %) in dobra četrtina (27,6 %) dobrih. O zadostnem uspehu za šolsko leto 2020/2021 poroča le 3,7 % srednješolcev, 2 % pa o nezadostnem uspehu. Tudi pri srednješolskem vzorcu se pokažejo velike razlike glede na spol (slika 6). Delež odličnih dijakinj je namreč skoraj dvakrat večji (36,1 %) od deleža odličnih dijakov (19,2 %). Za razliko od osnovnošolskega vzorca je pri srednješolcih prav dober uspeh doseglo več deklet (40,6 %) kot fantov (36,5 %). Kar tri četrtine (76,7 %) deklet in »le« polovica (55,7 %) fantov je namreč v srednji šoli doseglo prav dober ali odličen uspeh. Pri dobrem uspehu pa se tudi v srednji šoli trend obrne, tako da je 38,4 % dijakov in polovica manj (19 %) deklet poročalo o dobrem uspehu. Zadostnih je bilo nekoliko več fantov (3,7 %) kot deklet (3,3 %); negativno spričevalo pa je v šolskem letu 2020/2021 prejelo 2,1 % dijakov in 1 % dijakinj srednjih šol.

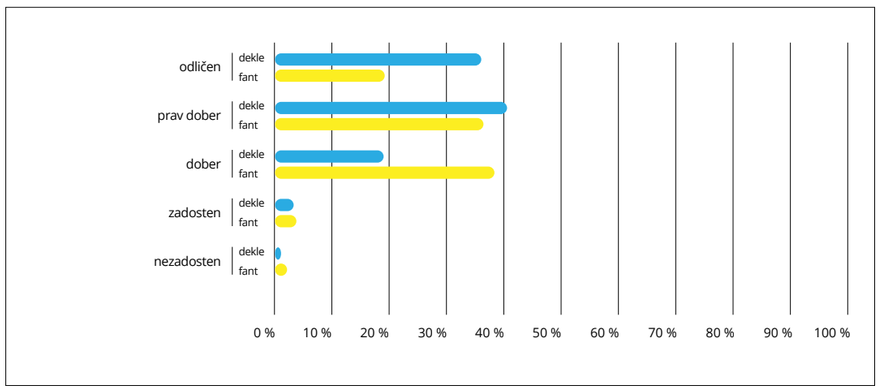
Slika 5:

Šolski uspeh srednješolcev v šolskem letu 2020/2021 (n = 894)



Slika 6:

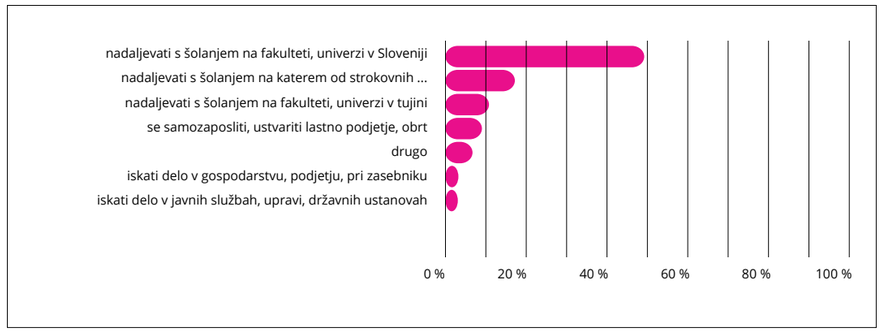
Šolski uspeh srednješolcev v šolskem letu 2020/2021 glede na spol



ASPIRACIJE DIJAKOV IN NAČRTI ZA PRIHODNOST

Glede na šolsko uspešnost sodelujočih v raziskavi ne preseneča, da so tudi aspiracije mladih glede njihove prihodnosti razmeroma visoke. Vprašanje o tem, kje se vidijo po zaključeni srednji šoli, smo zastavili le dijakom, za katere so tovrstna razmišljanja verjetno bolj aktualna kot za osnovnošolce. Podobno kot pri šolskem uspehu se tudi pri aspiracijah pokažejo razlike glede na spol, kjer se nakazuje, da skupno več deklet kot fantov načrtuje nadaljevanje šolanja, več deklet si želi v tujino, medtem ko si več fantov želi v podjetniške vode oziroma se namerava po srednji šoli zaposliti bodisi v gospodarstvu bodisi v javnem sektorju.

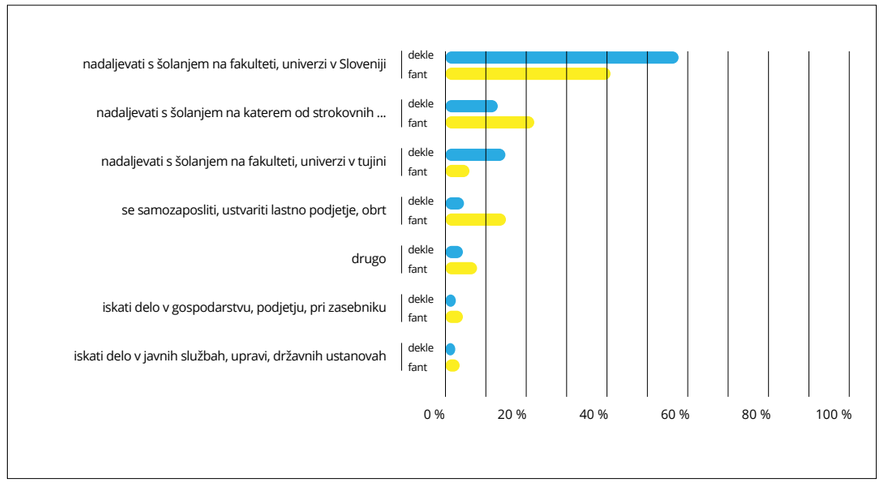
Dijake smo vprašali »Kaj nameravaš po končani srednji šoli?« in velika večina oziroma skoraj polovica (49,5 %) jih pravi, da bodo šolanje nadaljevali na univerzitetni ravni. Le slaba petina (17,3 %) jih namerava na katerega od strokovnih programov, 10,9 % pa si jih želi na študij v tujino. Skupno torej več kot tri četrtine (77,8 %) dijakov načrtuje nadaljevanje izobraževanja, medtem ko je le 9,1 % takih, ki se želijo lotiti lastnega posla ali obrti; 3,3 % bi jih po srednji šoli rado poiskalo zaposlitev pri zasebniku, skoraj toliko (3 %) pa jih računa na zaposlitev v javnem sektorju (slika 7).



Slika 7:

Namere srednješolcev po končani srednji šoli (n = 854)

Odgovori dijakov in dijakinj se večinoma razlikujejo pri vseh različicah odgovorov (slika 8). Skupno kar 85,9 % srednješolk razmišlja, da bodo izobraževanje nadaljevale na univerzitetni ravni v Sloveniji (58 %) ali v tujini (14,9 %) ali pa na katerem od domačih strokovnih programov (13 %). O nadaljevanju izobraževanja razmišlja tudi večina (69,1 %) dijakov, in sicer o študiju na univerzitetni ravni v Sloveniji (41 %), na katerem od strokovnih programov v Sloveniji (22,1 %) ali o študiju v tujini (6 %). V primerjavi s pomenljivo manjšim deležem deklet (4,6 %) pa namerava kar trikrat več (15 %) fantov po zaključku srednje šole ustvariti svojo obrt oziroma podjetje, 4,4 % se jih namerava po zaključku srednje šole zaposliti v gospodarstvu, 3,6 % pa v javnem sektorju.



Slika 8:

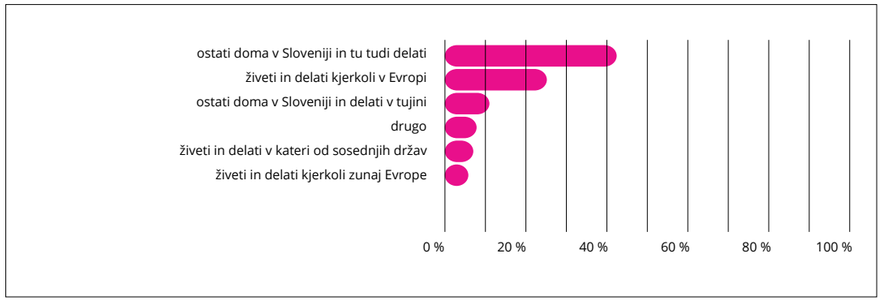
Namere srednješolcev po končani srednji šoli glede na spol

Med navedenimi možnostmi, česa si bi želeli v prihodnosti (slika 9), so dijaki največkrat odgovorili, da želijo ostati in delati v Sloveniji (42,7 %); še dodatnih 11,1 % pa je takih, ki želijo živeti doma in delati v tujini. Poleg tega pa je visok delež (38,3 %) tudi takih, ki si želijo selitve v tujino, in sicer četrtina (25,3 %) v Evropo, bistveno manj (7,1 %) v katero od Sloveniji

sosednjih držav ali pa kamorkoli zunaj Evrope (5,9 %). Glede na spol so razlike manjše, a pokaže se zaznavna razlika v odnosu do tujine (slika 10), saj je skupni delež dijakinj, ki si želijo živeti v tujini (bodisi v sosednjih državah ali v oziroma izven EU), 42,1 %, medtem ko je takih dijakov, ki si želijo življenja v tujini, manj, in sicer dobra tretjina (33 %).

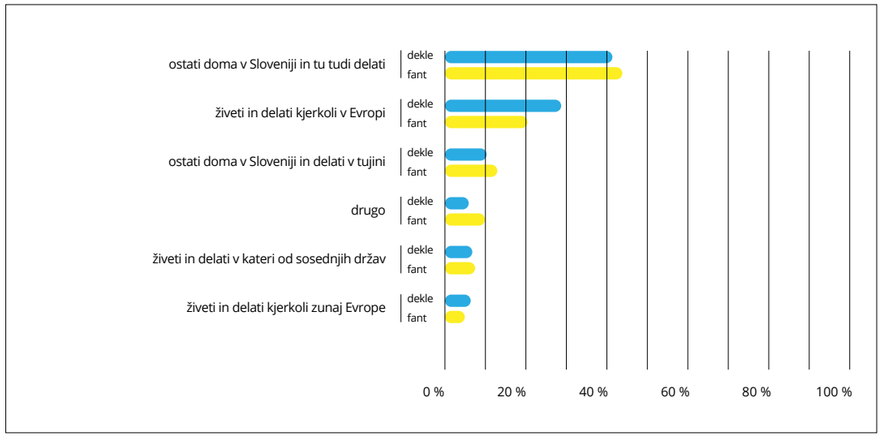
Slika 9:

Predstave in želje srednješolcev o sebi v prihodnosti (n = 846)



Slika 10:

Predstave in želje srednješolcev o sebi v prihodnosti glede na spol



DRUŽBENE OKOLIŠČINE, V KATERIH ODRAŠČAJO MLADI

Glede na vztrajno reproduciranje družbenih neenakosti skozi šolo, h katerim mediatizacija sodobnih družb prispeva še dodatno kompleksnost, smo z raziskavo skušali zajeti tudi družbene okoliščine, v katerih mladi odraščajo. Pri tem smo se oprli na Bourdieujevo (2004) konceptualizacijo različnih oblik kapitalov, ki pogojujejo življenjske trajektorije posameznic in posameznikov. V že tako obsežni spletni anketi smo želeli zajeti podatke o ekonomskem kapitalu mladih in okolij, iz katerih izvirajo, vendar pa od respondentov nismo mogli zahtevati navajanja odgovorov na standardna vprašanja, kot je denimo dohodek gospodinjstva ipd. V nadaljevanju so tako najprej predstavljeni odgovori učencev na vprašanje »Če se primerjaš s svojimi sošolci ali prijatelji, kako bi rekel/la, da živite pri vas doma v

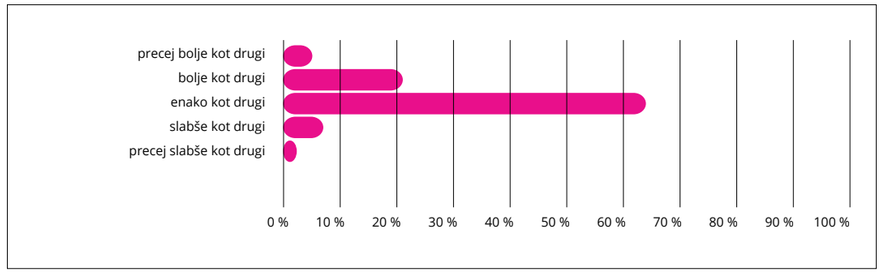
finančnem smislu?«, čemur sledijo še podatki o tehnološki oziroma medijski opremljenosti njihovih domov.

EKONOMSKA SITUACIJA DRUŽIN IN MATERIALNA OPREMLJENOST DOMOV

Skoraj dve tretjini (64,1 %) osnovnošolcev ocenjuje, da imajo njihove družine enake finančne zmožnosti kot drugi, le dobra četrtina (26,3 %) jih ocenjuje, da njihova družina finančno shaja bolje kot drugi, precej manj (oziroma 9,6 %) pa jih meni, da njihova družina finančno slabše ali precej slabše shaja kot drugi (slika 11). Podobno asimetrično kot pri vzorcu osnovnošolcev se razporejajo tudi odgovori srednješolcev (slika 12). Odgovori srednješolcev glede materialnih oziroma finančnih zmožnosti njihovih družin govorijo v prid oceni, da družine vprašanih živijo nekoliko bolje kot drugi (26,5 %); da njihove družine finančno slabše shajajo kot drugi, meni »le« 12,4 % dijakov. Večina, kar dve tretjini (61,1 %) srednješolcev, pa ocenjuje, da živijo enako dobro kot drugi.

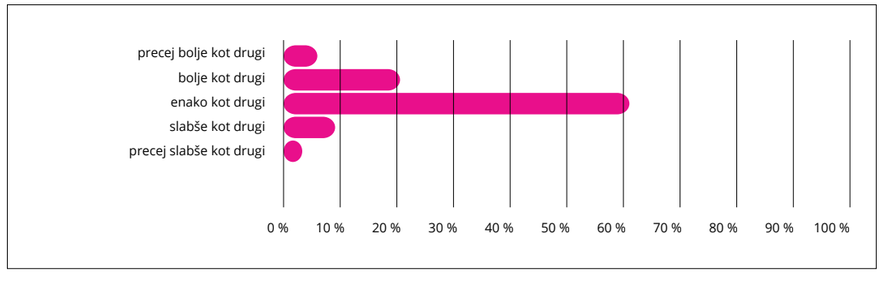
Slika 11:

Kako osnovnošolci primerjajo finančne zmožnosti lastnih družin v primerjavi z drugimi (n = 2027)



Slika 12:

Kako srednješolci primerjajo finančne zmožnosti lastnih družin v primerjavi z drugimi (n = 869)



Presenetljivo se tudi pri oceni finančnih zmožnosti pojavijo manjše razlike glede na spol. Na podlagi pridobljenih podatkov bi lahko sklepali, da osnovnošolke rahlo pogosteje (67,9 %) kot njihovi sošolci (60,8 %) finančne zmožnosti svojih družin enačijo z zmožnostmi drugih. Poleg tega pa preostala dekleta finančne zmožnosti svojih družin v primerjavi z drugimi večinoma ocenjujejo nižje kot fantje. Tako kot njihove mlajše vrstnice tudi srednješolke pretežno (63,9 %) in pogosteje kot njihovi sošolci (58,5 %) ocenjujejo, da so finančne zmožnosti njihovih družin enake kot pri drugih.

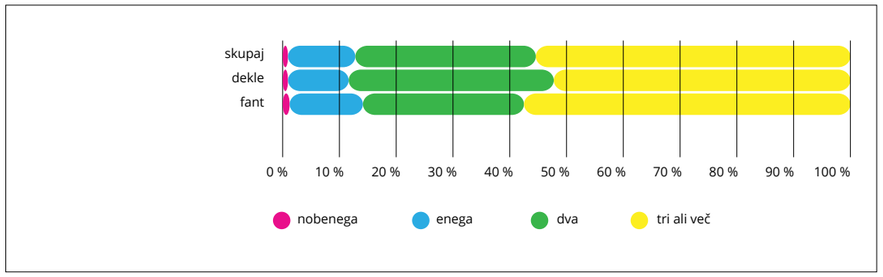
Preostale dijakinje pa finančne zmožnosti svojih družin v primerjavi z drugimi skoraj praviloma ocenjujejo vsaj rahlo slabše oziroma kot nižje – glede na ocene, ki so jih v anketi podali dijaki.

TEHNOLOŠKA OPREMLJENOST DOMOV

Domovi mladih so glede na podatke dobro opremljeni oziroma glede na ocene o finančnih zmožnostih njihovih družin mogoče celo bolje, kot bi pričakovali. Izražajo pa se posamezne razlike, ki so na področju opremljenosti domov osnovno- in srednješolcev lahko zelo pomenljive. Praktično vsi (99 %) osnovnošolci imajo doma vsaj en računalnik, več kot polovica (55 %) pa ima doma tri računalnike ali več (slika 13). K temu je verjetno prispevalo tudi šolanje na daljavo v času pandemije, ko je računalnik postal nuja tudi za osnovnošolce. Zelo podobna slika se kaže pri dijakih, in sicer imajo skoraj vsi (98 %) doma vsaj en osebni računalnik oziroma 87 % dijakov poroča, da imajo vsaj dva (slika 14).

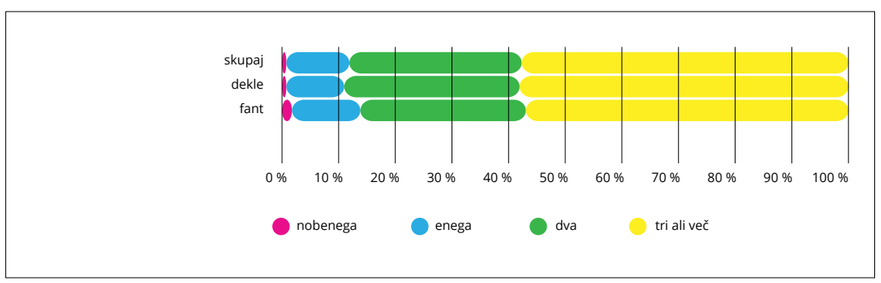
Slika 13:

Število računalnikov v domovih osnovnošolcev (n = 2058)



Slika 14:

Število računalnikov v domovih dijakov (n = 883)

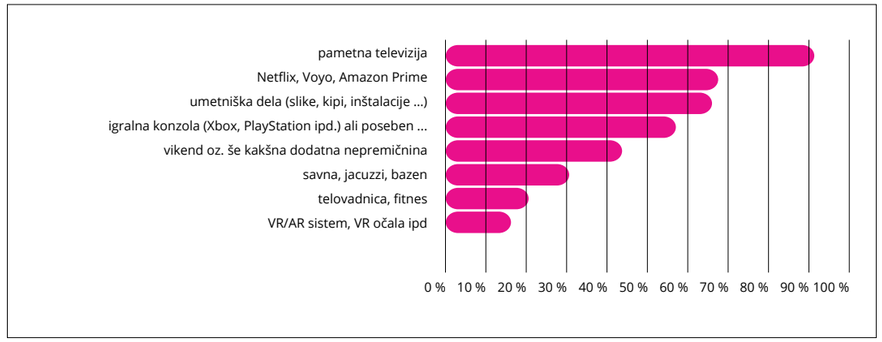


Kar se tiče opremljenosti domov z drugimi mediji in tehnologijo, umetniškimi deli in razpoložljivostjo materialnih dobrin, kot so denimo dodatne nepremičnine, se odgovori osnovno- in srednješolcev razporejajo podobno, z izjemo zanemarljivo majhne razlike pri poročanju o umetniških delih in dostopnosti do plačljivih pretočnih video storitev. Osnovnošolci tako poročajo (slika 15), da imajo domovi oziroma njihove družine pametno televizijo (91,7 %), plačljive pretočne video platforme (67,7 %), umetniška dela (66,2 %), katero od igralnih konzol (57,3 %), vikend oziroma dodatno nepremičnino (43,9 %), savno/džakuzi/bazen (30,7 %), telovadnico

oziroma fitnes (20,5 %) in napravo za spremljanje navidezne ali obogatene resničnosti (16,1 %). Do razlik glede na spol med osnovnošolci (slika 16) prihaja denimo pri poročanju o igralni konzoli, ki je veliko pogostejša v družinah osnovnošolskih fantov (68,8 %) kot deklet (44,6 %), ter z enakim trendom pri VR/AR sistemu (19,7 % oziroma 12,1 %) in domačem fitnesu (24,7 % oziroma 15,9 %). Prav tako fantje pogosteje kot dekleta poročajo o tem, da imajo njihove družine v lasti dodatno nepremičnino (48,7 % proti. 38,7 % deklet).

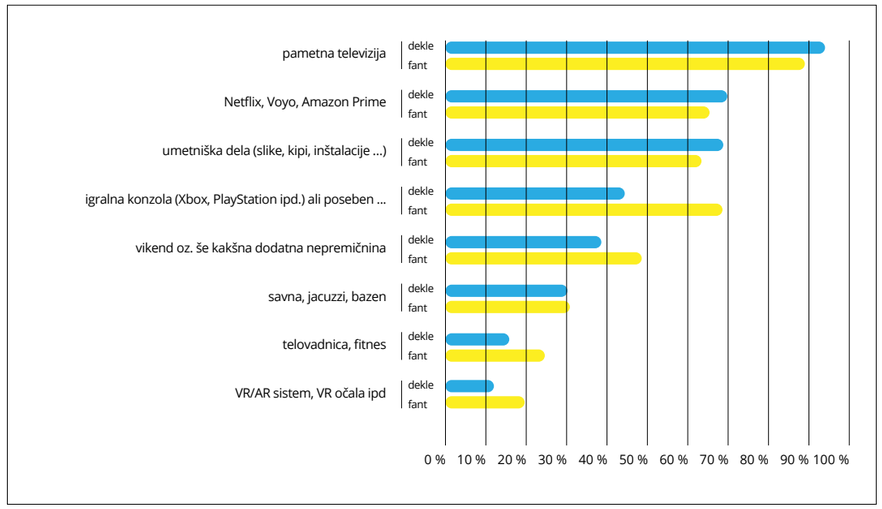
Slika 15:

Oprema domov osnovnošolcev (n = 2034)



Slika 16:

Oprema domov osnovnošolcev glede na spol (n = 2034)

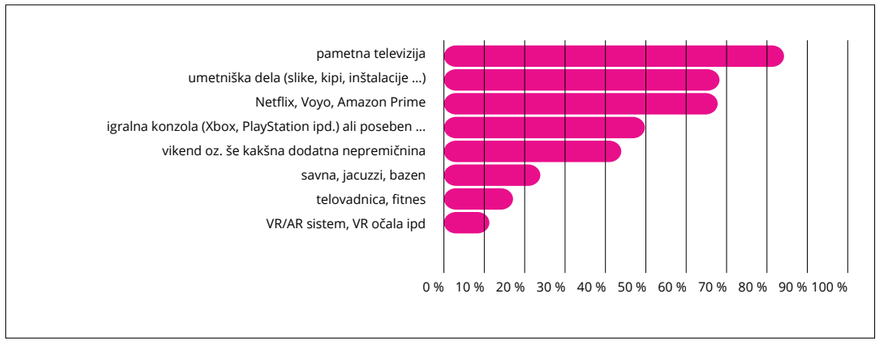


Podobno kot osnovnošolci tudi srednješolci (slika 17) poročajo o razmeroma dobri tehnološki opremljenosti njihovih domov in razpoložljivosti materialnih dobrin v njihovih družinah. Da imajo pametno televizijo, poroča 84,5 % dijakov, temu sledijo umetniška dela pri 68,4 %, plačljive pretočne video platforme pri 68 % in igralne konzole pri polovici dijakov (50 %). Vikend oziroma dodatno nepremičnino imajo družine 44,1 % dijakov, savno/džakuzi/bazen 23,8 %, telovadnico oziroma fitnes 17,2 % in napravo za spremljanje navidezne ali obogatene resničnosti

družine 11,3 % dijakov. Tudi pri srednješolcih se zdi, da bi spol otroka lahko bil povezan s tehnološko opremljenostjo njihovih domov (slika 18), ki gre močno v prid fantom pri igralnih konzolah (64,2 % v primerjavi s 40,1 %) in je prav tako v prid fantom pri VR/AR sistemu (13 % v primerjavi z 9,4 %) ter domačem fitnesu (20,1 % oziroma 15,1 %). Dekleta pa pogosteje poročajo, da imajo doma pametno televizijo (89,8 % oziroma 79,2 %), dostop do plačljivih pretočnih vsebin (71,1 % oziroma 65,7 %) in umetniška dela (72,3 % oziroma 65,2 %).

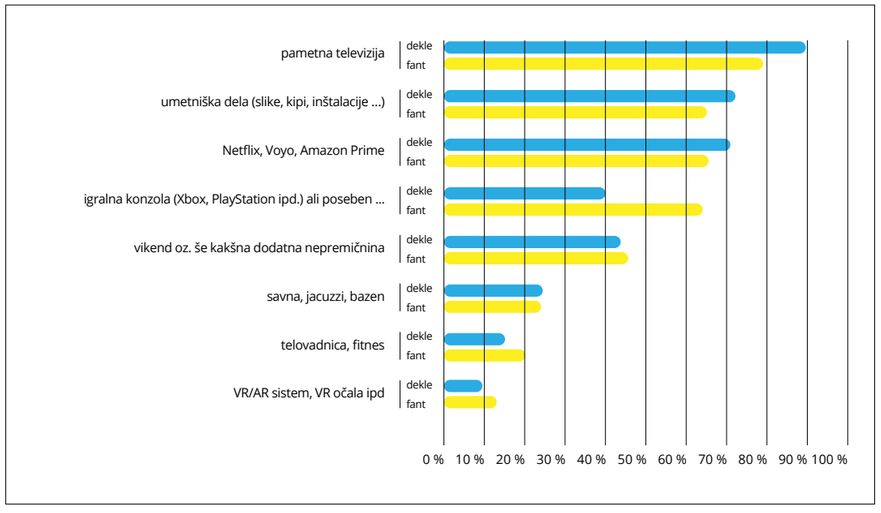
Slika 17:

Oprema domov srednješolcev (n = 875)



Slika 18:

Oprema domov srednješolcev glede na spol (n = 875)



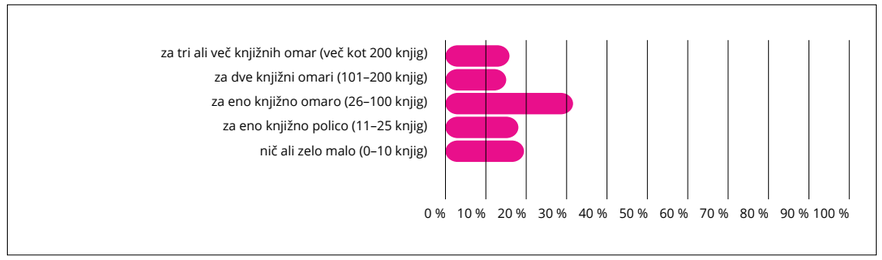
PRISOTNOST KNJIG: INDIKATOR KULTURNEGA KAPITALA IN KORELACIJA S ŠOLSKIM USPEHOM

Kot eden od indikatorjev družbenoekonomskega statusa se pri branju in knjigah najpogosteje uporablja podatek o številu knjig v gospodinjstvu. Čeprav so lahko pri tej oceni odgovori mladostnikov relativno nezanesljivi, študije vseeno kažejo na robustnost tega indikatorja (gl. Heppt idr. 2022). Zanimivo je tudi, da je razmerje posameznih kategorij števila knjig

podobno pri obeh starostnih skupinah iz vzorca (sliki 19 in 20). Pri obeh jih je največ (dobrih 30 %) ocenilo, da imajo doma med 25 in 100 knjig, okoli 15 % iz obeh skupin jih ocenjuje, da imajo doma več kot 200 knjig, le nekaj odstotkov manj, da jih imajo med 101 in 200. Skoraj 20 % osnovnošolcev in 17 % srednješolcev je ocenilo, da doma nimajo knjig, in približno toliko tudi, da jih imajo za eno polico, med 11 in 25. Skoraj 40 % respondentov iz celotnega vzorca ima torej doma po njihovi oceni manj kot 25 knjig.

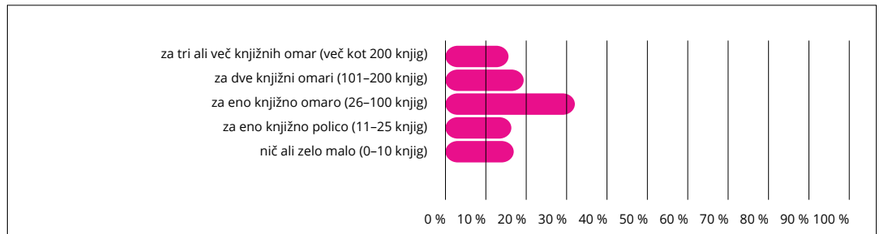
Slika 19:

Število knjig v domovih osnovnošolcev (n = 2031)



Slika 20:

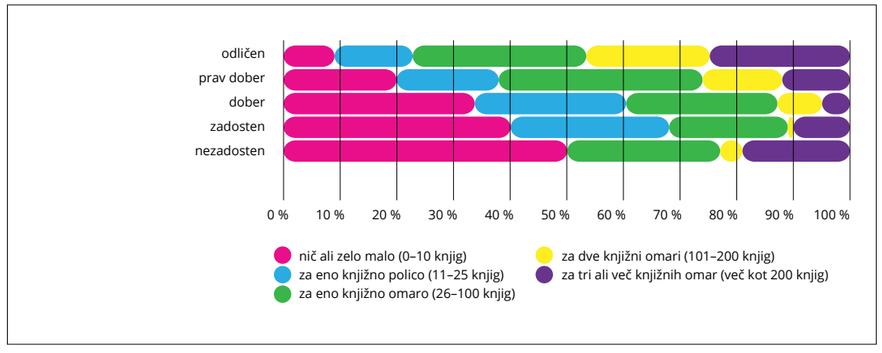
Število knjig v domovih srednješolcev (n = 862)



Večje število knjig doma pa je po nekaterih študijah povezano tudi z višjim šolskim uspehom učenk in učencev (gl. OECD 2016, 2019). Graf na sliki 21 kaže, da predpostavljena zveza med dostopnostjo branja oziroma prisotnostjo knjig na domu, ki je primarni prostor odraščanja, in šolskim uspehom osnovnošolcev obstaja tudi v našem vzorcu, podobno pa velja tudi na srednješolskem vzorcu: dijaki in dijakinje z boljšim učnim uspehom so praviloma odraščali v domovih z večjo knjižnico (slika 22).

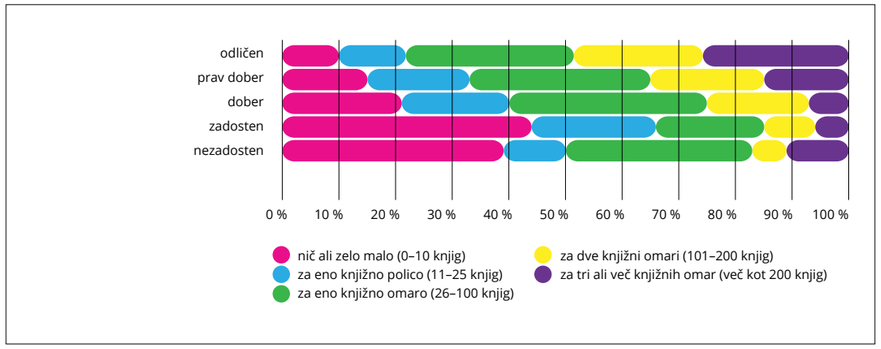
Slika 21:

Razmerje med prisotnostjo knjig doma in šolskim uspehom osnovnošolcev (n = 1995)



Slika 22:

Razmerje med prisotnostjo knjig doma in šolskim uspehom srednješolcev (n = 855)



MEDIJI, NOVICE IN BRANJE

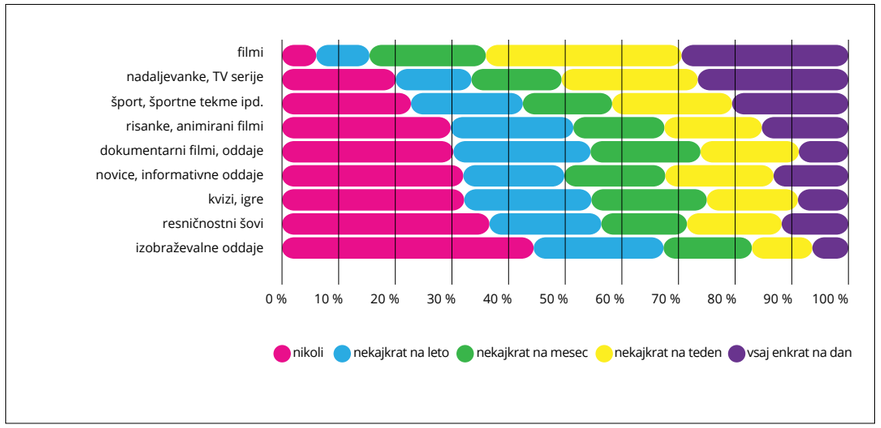
V naslednjem sklopu smo se osredotočili na tradicionalne medije in na prakso branja. Zanimalo nas je, katere tradicionalne medije mladi še spremljajo, katere vsebine so v ospredju in kje se informirajo. Najprej nas je zanimala televizija, ki kot medij vstopa oziroma je že globoko v novi fazi platformizacije, zagotovo pa ne (iz)umira; precej indikatorjev kaže ravno nasprotno, da s spremembami še pridobiva vpliv. Vendar pa je prehod v to novo fazo nacionalno specifičen do te mere, da so kakršnakoli posploševanja onkraj konkretnega nacionalnega/kulturnega okolja skoraj nemogoča (gl. Jontes 2017). Slovenski televizijski kontekst je namreč kljub vpetosti v mednarodno okolje preko lastniških struktur in programskih vsebin precej specifičen, televizija pa kljub številnim spremembam zaenkrat ostaja dominanten medij po vseh kazalnikih – velikosti občinstva, času gledanja, vložku v domačo produkcijo in deležu v oglaševalskem kolaču. Kaj torej na televiziji spremljajo anketiranci iz našega vzorca?

KAJ NA TELEVIZIJI SPREMLJAJO MLADI, KJE IN S KOM

Pri osnovnošolcih so pri obeh spolih (sliki 23 in 24) v ospredju filmi, ki jih vsaj nekajkrat na teden spremlja več kot 60 % anketirancev. Sledijo TV serije, ki jih bistveno pogosteje spremljajo dekleta, športne programe po drugi strani (pričakovano) precej bolj fantje. Nikoli oziroma le nekajkrat na leto osnovnošolci spremljajo izobraževalne oddaje in le nekoliko pogosteje resničnostne šove. Informativne vsebine dnevno spremlja le dobrih 10 % vprašanih, nekajkrat na teden pa dobrih 30 %.

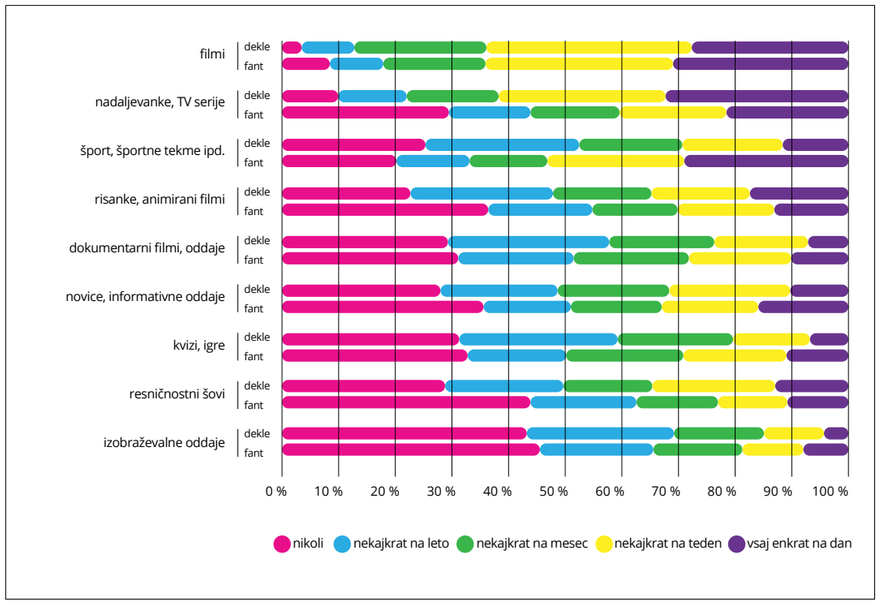
Slika 23:

Odgovori osnovnošolcev: »Kaj pa na televiziji, ali spremljaš kaj od naštetega?« (n = 2101)



Slika 24:

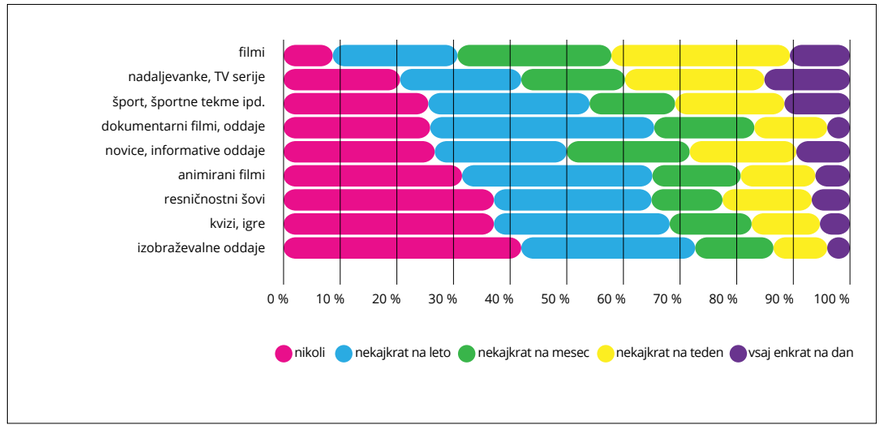
Odgovori osnovnošolcev glede na spol: »Kaj pa na televiziji, ali spremljaš kaj od naštetega?«



Ob tem je treba dodati, da je prišlo ob prehodu na večkanalno televizijsko okolje v zadnjih dvajsetih letih tudi v Sloveniji do fragmentacije programske ponudbe z le redkimi programi, namenjenimi širšemu občinstvu, in celo paleto ozko specializiranih programov, od športnih do kuharskih in žanrsko specifičnih. Vendar pa tej diverzifikaciji ponudbe ne sledi izrazita fragmentacija občinstva, saj imajo trije osrednji televizijskih programi še vedno več kot polovični delež občinstva. Zaradi konkurenčnih pritiskov na te izjemno visoke deleže in z njimi povezane oglaševalske prihodke prihaja do povečevanja domače produkcije, kjer se tveganje zmanjšuje z različnimi prijemi, kot so uporaba formatov pri resničnostni in življenjskostilni televiziji ter priredbe pri igranih serijah.

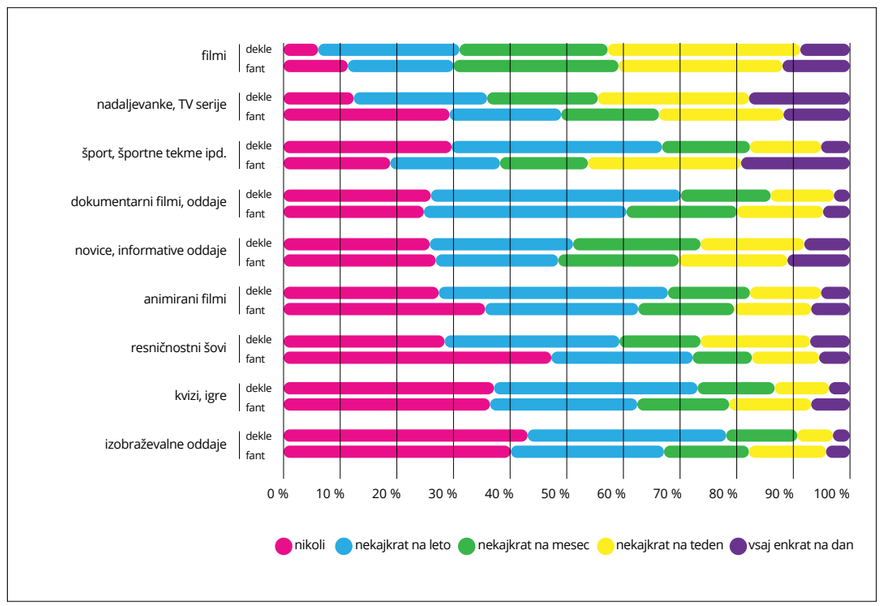
Slika 25:

Odgovori dijakov: »Kaj pa na televiziji, ali spremljaš kaj od naštetega?« (n = 930)



Slika 26:

Odgovori dijakov glede na spol: »Kaj pa na televiziji, ali spremljaš kaj od naštetega?«



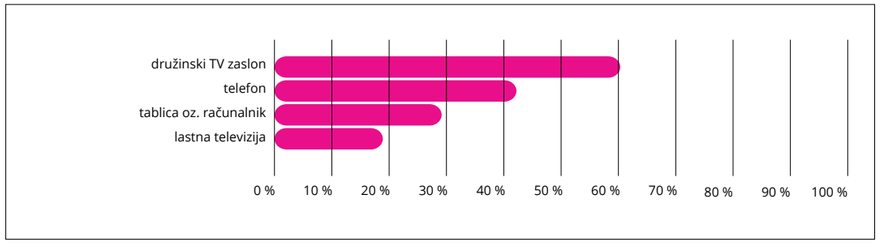
Pri srednješolcih (sliki 25 in 26) je gledanje vseh televizijskih vsebin na dnevni in tedenski ravni še občutno manjše kot pri osnovnošolcih. Srednješolci so na robu starostne skupine 18 do 25 let, v kateri je v Sloveniji gledanost televizije tradicionalno najnižja, po tem starostnem obdobju pa se ponovno postopno povečuje. Tudi razlike po spolu so pri srednješolcih razen pri športnih programih precej neizrazite, pri vprašanju o spremljanju novic in informativnih programov pa so zelo podobni osnovnošolcem.

Če je bilo za tradicionalno, t. i. *broadcast* televizijo značilno, da se jo je spremljalo predvsem doma, da je naslavljala široko, nacionalno občinstvo, da je bila univerzalno dostopna, je prišlo kasneje do radikalnih sprememb:

individualizacije dostopa in premika potrošnje v druge, tudi javne prostore. S tehnološkim razvojem prihaja do obratnega procesa: »Zasloni postanejo manjši, radikalno privatizirani s tem, ko se skrčijo na velikost zaslona mobilnega telefona, prenosnega DVD predvajalnika ali zaslona na armaturni plošči avtomobila« (Turner in Tay 2009: 1). Družinsko televizijsko občinstvo je sedaj razpršeno – v kuhinjo, delovno sobo, dnevno sobo, spalnico in ne nazadnje zunaj doma: na ulice in mobilne naprave. Temu vsaj delno pritrjuje tudi tukajšnja raziskava (gl. sliki 27 in 28).

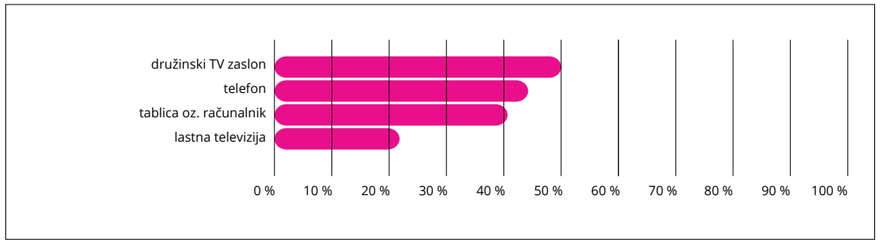
Slika 27:

Preko katere naprave običajno dostopaš do priljubljenih TV vsebin – osnovnošolci (n = 2112)

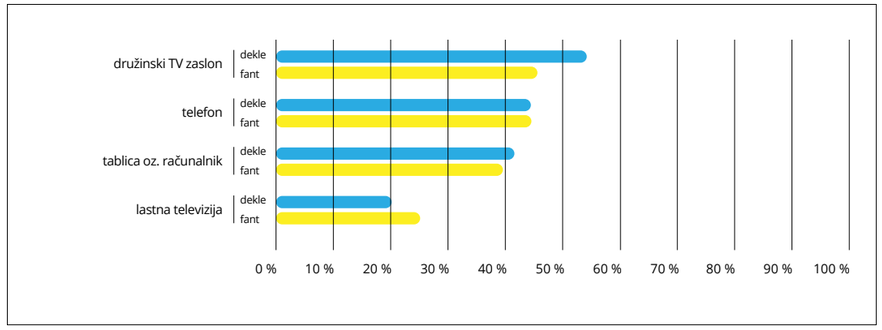


Slika 28:

Preko katere naprave običajno dostopaš do priljubljenih TV vsebin – dijaki (n = 927)



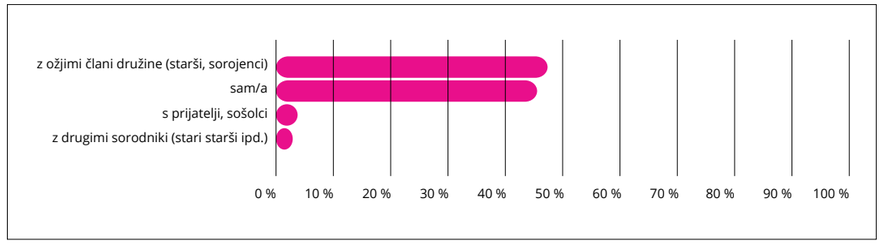
Če med osnovnošolci televizijo na družinskem zaslonu še gleda 60 % vprašanih, je ta delež pri srednješolcih že za 10 % manjši, za toliko pa se poveča gledanje televizijskih vsebin na tablici oziroma računalniku. Prav tako ima nekoliko več srednješolcev lastno televizijo v sobi, in sicer dobrih 20 %. Pri obeh skupinah jih dobrih 40 % televizijske vsebine spremlja tudi na telefonu. Pričakovano so razlike po spolu pri tem vprašanju zanemarljive (slika 29). Zaradi delne selitve in kroženja televizijskih vsebin na spletu prihaja do porasta t. i. multiplatformne produkcije, torej produkcije televizijskega teksta, ki že v izhodišču vključuje razširitev tega teksta na druge kanale, kot so denimo družbena omrežja ali telefonska glasovanja. Če to ponazorimo na primeru šova talentov: vzporedno s predvajanjem oddaje na televiziji lahko poteka komunikacija z občinstvom tudi prek Facebook strani tega šova, na kateri so sproti objavljani napovedniki za naslednje točke, spodbude h glasovanju in komentiranju itd. Producenti skušajo s tem pritegniti mlajše občinstvo, ki vsebine spremlja večzaslonsko. Hkrati s tem, ko z družino ali sami spremljajo šov na televiziji, običajno namreč uporabljajo še mobilni telefon ali tablico.



Slika 29:

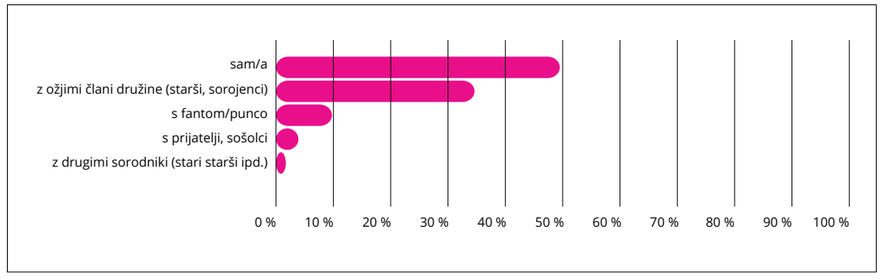
Preko katere naprave običajno dostopaš do priljubljenih TV vsebin – dijaki glede na spol

Največje razlike med obema starostnima skupinama so pri vprašanju, s kom gledajo televizijo, saj je pri osnovnošolcih družinsko gledanje še na prvem mestu s slabimi 50 %, pri srednješolcih pa jih televizijo družinsko gleda le še 35%, skoraj 50 % pa jih gleda samih (sliki 30 in 31). Gre za spremembe, ki so deloma sicer generacijske, še bolj pa tehnološke. Kot pravi Katz, bi bilo bolje kot razglašati konec televizije govoriti o premiku iz kolektivistične v individualistično fazo: “Družina je izginila v ločene sobe, nacija pa ni več združena, razen v redkih primerih živega prenosa katastrofe ali praznovanja” (Katz 2009: 7). Bolin (2014) posledično govori o koncu množičnega občinstva in o premiku od množičnega komuniciranja k množičnemu personaliziranju, ta trend pa po njegovem mnenju najbolje ponazarjata video na zahtevo in maratonsko gledanje televizijskih serij.



Slika 30:

S kom običajno gledajo TV osnovnošolci (n = 2107)



Slika 31:

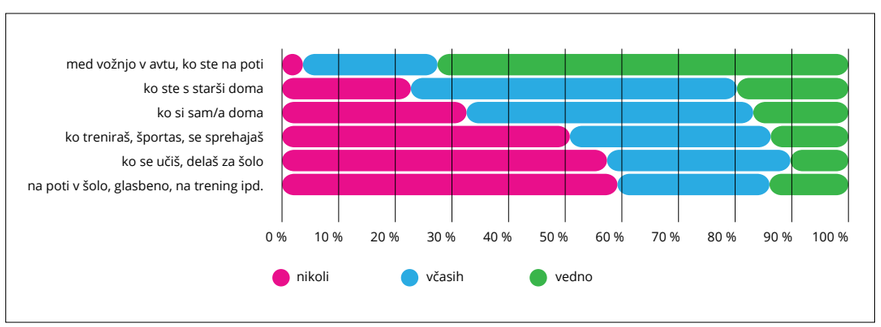
S kom običajno gledajo TV dijaki (n = 929)

RADIO MED MLADIMI

Med tradicionalnimi mediji je radio doživel še večjo transformacijo potrošnje kot televizija, pri čemer so na našem vzorcu razlike med srednješolci (slika 33) in osnovnošolci (slika 32) komajda zaznane. Pri obeh skupinah jih več kot 70 % radio posluša vedno v avtu na poti, bistveno manj pa v vseh ostalih situacijah, še najmanj med delom za šolo, ko je radio nadomestila glasba, najpogosteje predvajana preko ene od pretočnih platform.

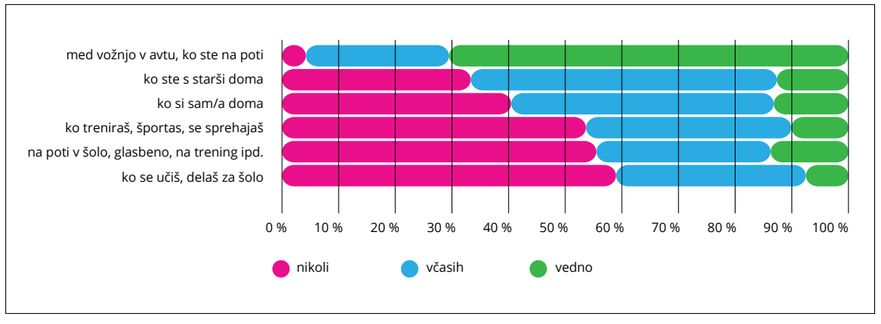
Slika 32:

Pogostost poslušanja radijskih programov med osnovnošolci (n = 608)



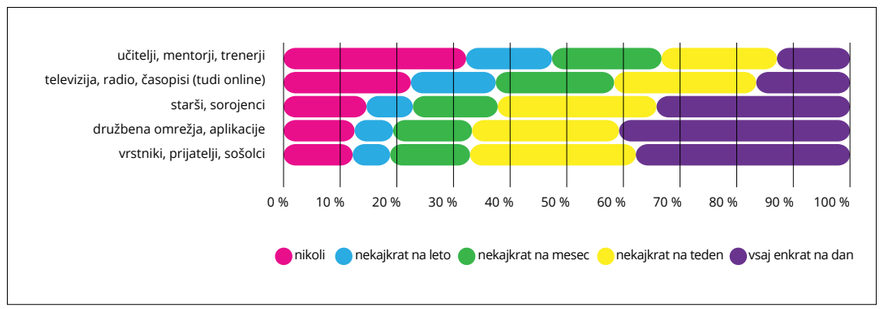
Slika 33:

Pogostost poslušanja radijskih programov med dijaki (n = 190)



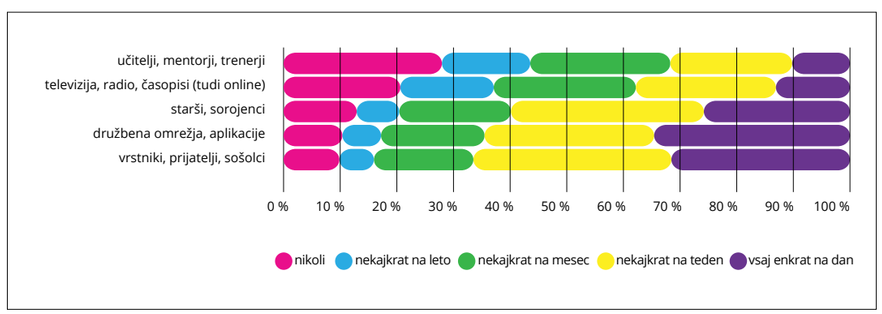
INFORMIRANJE MLADIH

Do največjih razlik med tradicionalnimi mediji in digitalnimi platformami prihaja pri vprašanju informiranja. Če odmislimo medosebno informiranje prek vrstnikov, staršev, učiteljev in ostalih, so tako za osnovnošolce kot srednješolce ključni vir informiranja družbena omrežja in aplikacije (sliki 34 in 35). V obeh skupinah se jih tam enkrat na dan informira več kot 30 %, nekajkrat na teden več kot 60 %, le 10 % vprašanih pa nikoli ne pridobiva informacij na platformah. Po drugi strani se več kot 20 % obeh starostnih skupin nikoli ne informira prek tradicionalnih medijev, le okoli 15 % obojih pa na televiziji, radiu ali v časopisih informacije pridobiva dnevno. Ključno vprašanje, na katero sicer z anketo ne moremo odgovoriti, je, ali poleg spremenjenih virov informiranja prihaja tudi do reinterpretacije, kaj novice sploh so.



Slika 34:

Kaj oz. kdo je vir novic o pomembnih aktualnih dogodkih doma in po svetu pri osnovnošolcih (n = 2174)



Slika 35:

Kaj oz. kdo je vir novic o pomembnih aktualnih dogodkih doma in po svetu pri dijakih (n = 985)

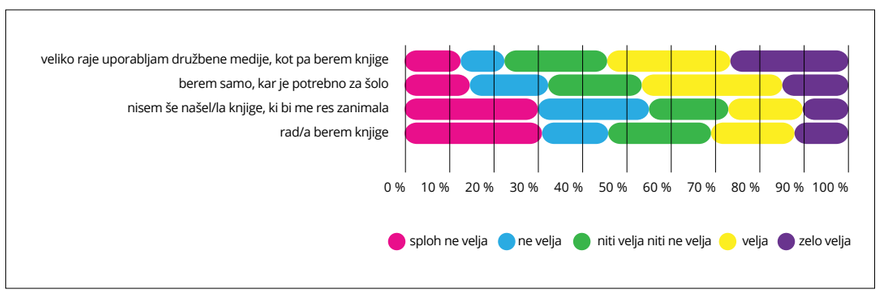
ODNOS DO BRANJA

Kvalitativni del raziskave je nakazal, da družbena osrednjost platform nepovratno preoblikuje prakso branja in status branja v sistemu družbenih klasifikacij (Luthar idr. 2022), zato nas je odnos do branja zanimal tudi v anketnem vprašalniku. Iz intervjujev smo sklepali, da glavni družbeni razkorak poteka med večino, ki sploh ne bere in hkrati branju ne pripisuje posebnega prestižnega statusa v kulturni potrošnji, ter manjšino, ki bere. Le velika manjšina bere, da bi se umaknila od pričakovanj stalne dostopnosti in fragmentirane pozornosti, ki jo zahteva digitalna družbenost. V polimedijskem okolju digitalnega izobilja, hkratnega gibanja med različnimi platformami, kjer uporabniki živijo v stalni anticipaciji novega, branje veliki večini intervjuvancev torej ne prinaša nobenega imaginativnega ugodja. Ta prej osebni samotni »spopad« in zasebni prostor, kjer se lahko umakneš pogledu drugih, v percepciji intervjuvancev ni del legitimne kulture, kakorkoli protislovno ali kritično je njihovo razmerje do kulture in režimov vrednotenja, ki te klasifikacije vzpostavljajo. Branje leposlovja sicer nikoli ni bilo množično, toda danes v percepciji mladih intervjuvank in intervjuvancev nima več statusa normativno zaželene kulturne in materialne prakse, umeščene v polje t. i. legitimne kulture, ki bi jo bi bilo mogoče uporabiti v simbolnih praksah kulturnih distinkcij (gl. Luthar idr. 2022).

V anketnem vprašalniku smo posledično učence spraševali o njihovem odnosu do branja in bralnih praksah. Več kot 50 % osnovnošolcev veliko raje uporablja družbene medije kot pa bere knjige, le dobrih 20 % jih je odgovorilo, da to ne velja oziroma sploh ne velja (slika 36). Pri odnosu do branja so razlike med spoloma nekoliko bolj izrazite kot pri prejšnjih vprašanjih, povezanih s potrošnjo novic (sliki 37 in 39). Fantje tako še nekoliko raje uporabljajo družbene medije kot berejo (skoraj 60 %), največje razlike pa so pri trditvi »rad berem knjige«, kjer je pritrdilno odgovorilo dobrih 40 % deklet in le nekaj več kot 20 % fantov. Da to sploh ne velja oziroma ne velja, pa je odgovorilo skoraj 60 % fantov in le 35 % deklet. Največji delež negativnega odnosa do branja tako v vzorcu prispevajo fantje.

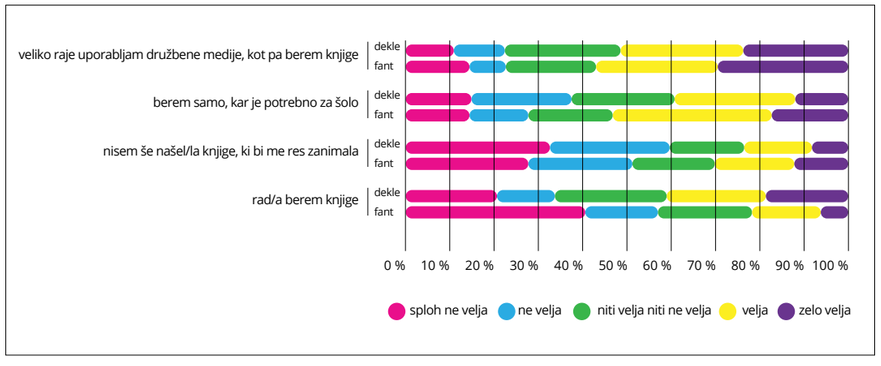
Slika 36:

Poročanje o odnosu do branja med osnovnošolci (n = 2054)



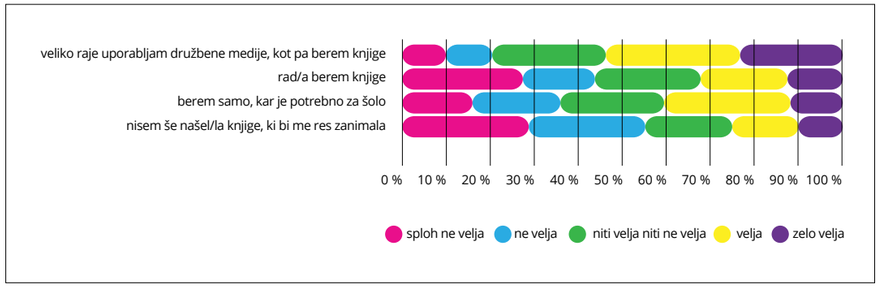
Slika 37:

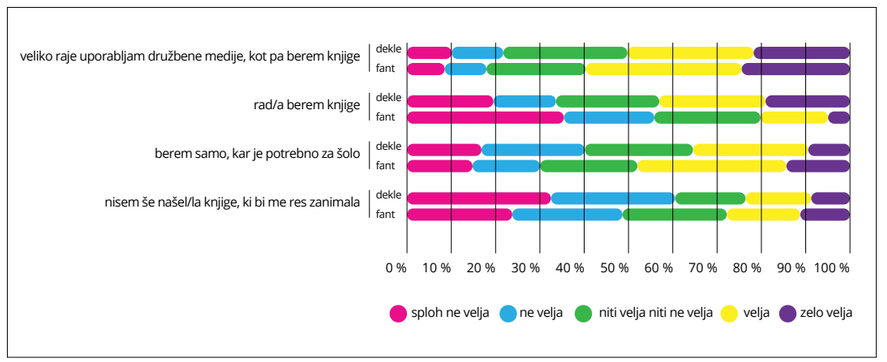
Poročanje o odnosu do branja med osnovnošolci glede na spol



Slika 38:

Poročanje o odnosu do branja med dijaki (n = 894)





Slika 39:

Poročanje o odnosu do branja med dijaki glede na spol

Za prihodnje raziskave bo tako ključno vprašanje, kakšen specifičen subjektni tip nastaja na ozadju platformske tekstualnosti ter razmerij med digitalnimi in bralnimi praksami. Kako se v kontekstu teh razmerij med digitalnimi praksami in prakso branja manifestirajo razredne razlike in kulturne distinkcije?

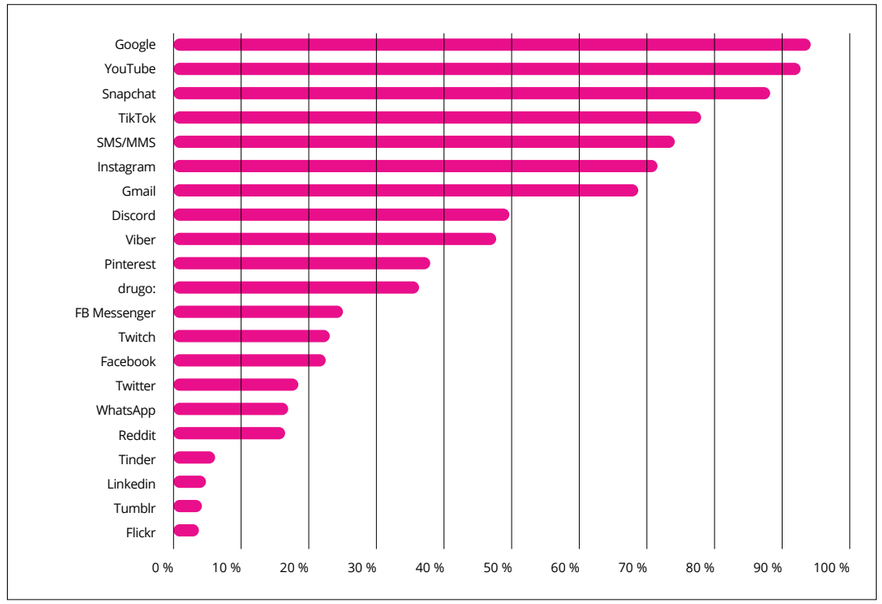
PLATFORMIZACIJA VSAKDANA

Več študij s področja digitalnih medijev ključne spremembe v vsakdanjem življenju opisuje s pojmom platformizacije (Van Dijck, Poell in de Waal 2018). Razumevanje popularnih družbenih omrežij, kot so denimo TikTok, Instagram, Facebook itd., kot platform pomeni, da prepoznamo in upoštevamo njihove tehnološke značilnosti, njihove funkcije in pripadajočo medijsko logiko pa proučujemo neposredno v povezavi z različnimi družbenimi in kulturnimi praksami (Valdovinos Kaye idr. 2022).

PREFERENČNA OMREŽJA IN APLIKACIJE

Da bi podrobneje spoznali, katera družbena omrežja in mobilne aplikacije sploh prevladujejo med mladostniki dandanes in na kakšen način mladi utemeljujejo svoje izbire, smo v anketnem vprašalniku postavili dve vprašanji. Najprej so anketiranci iz daljšega nabora navedb izbrali tri najljubša omrežja, in kot smo nakazali že v prvem poročilu (Oblak Črnič idr. 2023: 30), so tako osnovnošolci kot tudi dijaki izbrali praktično identične platforme, med njimi Snapchat, Instagram, TikTok, YouTube, Discord in Pinterest. Drugi način poizvedovanja o preferenčnih aplikacijah je predstavljalo vprašanje o pogostosti njihovih rab. V nadaljevanju prikazujemo podrobne rezultate za vse navedbe, ki jih primerjamo glede na tedensko rabo – združili smo namreč odgovore nekajkrat na teden, enkrat na dan in večkrat na dan, da bi identificirali morebitne razlike v posameznih izbirah (sliki 40 in 41).

Opazimo lahko, da se v vrstnem redu izbire med osnovnošolci in dijaki po tedenski rabi ne razlikujejo v veliki meri: Google je pri obeh skupinah celo na prvem mestu, visoko v ospredju pa so še kratka sporočila (SMS/MMS) in Gmail. Tem se nato v različni inteziteti pridružijo še družbena omrežja: med osnovnošolci posebej izrazito YouTube, Snapchat in TikTok ter Instagram, med dijaki pa YouTube in Snapchat. Zanimiva podobnost med obema vzorcema je tudi v manj popularnih izbirah, ki so na repu grafa: enako neprivlačne so specifične nišne platforme, kot so Tinder (za zmenkarije), LinkedIn (za profesionalna »združenja«), Tumblr in Flickr, ki postanejo bolj relevantne v kasnejših starostnih obdobjih, še posebej med študenti. Rahla razlika med vzorcem osnovnošolcev in dijakov, ki jo je mogoče razbrati iz grafa, pa je v raznovrstnosti dominantnih rab: med dijaki je namreč med najbolj popularnimi več različnih platform in aplikacij, ki jih tudi tedensko uporabljajo skorajda v enaki meri, medtem ko se med osnovnošolci nabor všečnih platform zoži na le nekaj najbolj očitnih.

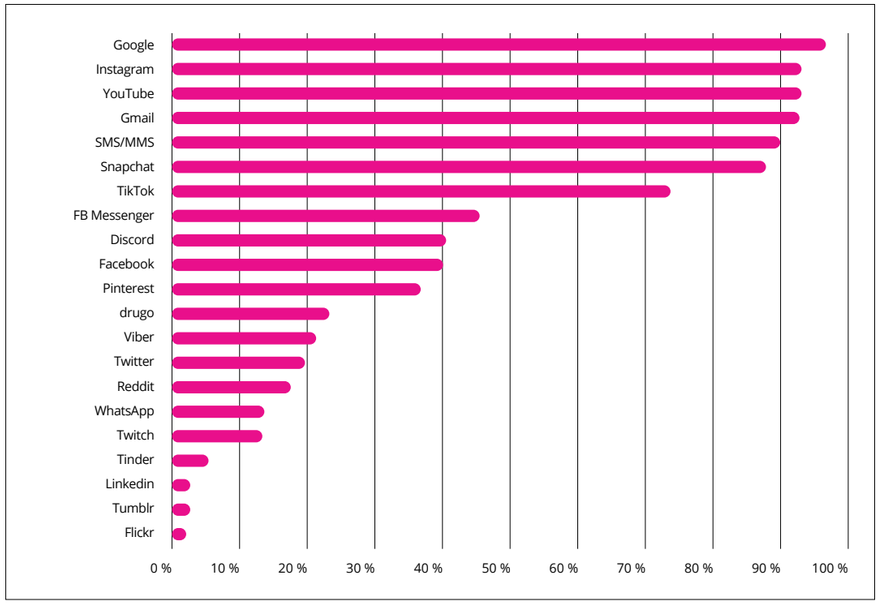


Slika 40:

Tedenska raba družbenih omrežij in mobilnih aplikacij med osnovnošolci

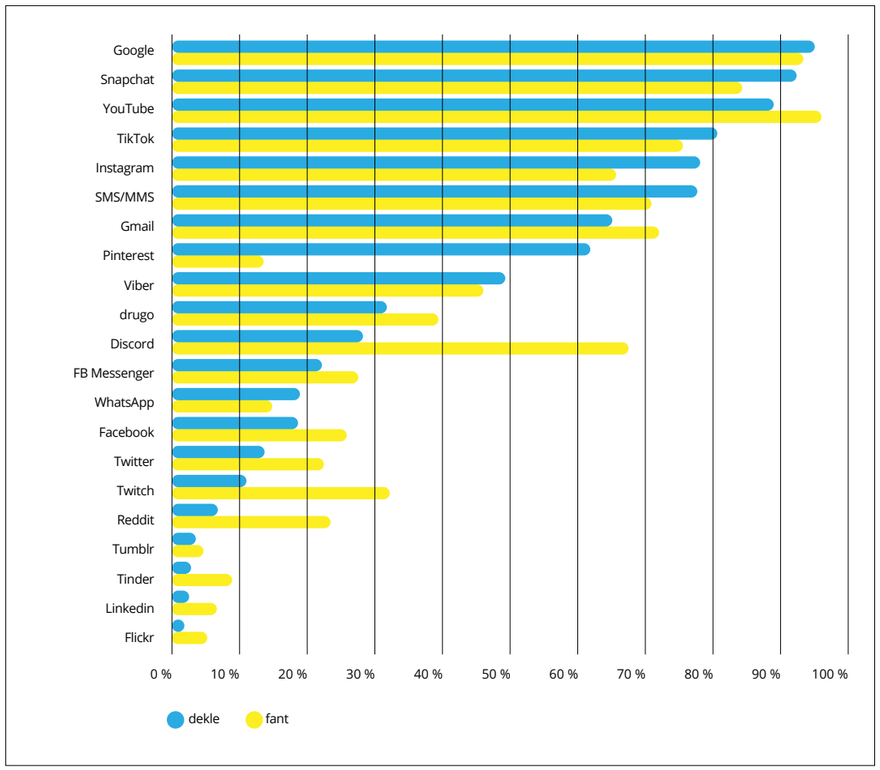
Slika 41:

Tedenska raba družbenih omrežij in mobilnih aplikacij med dijaki



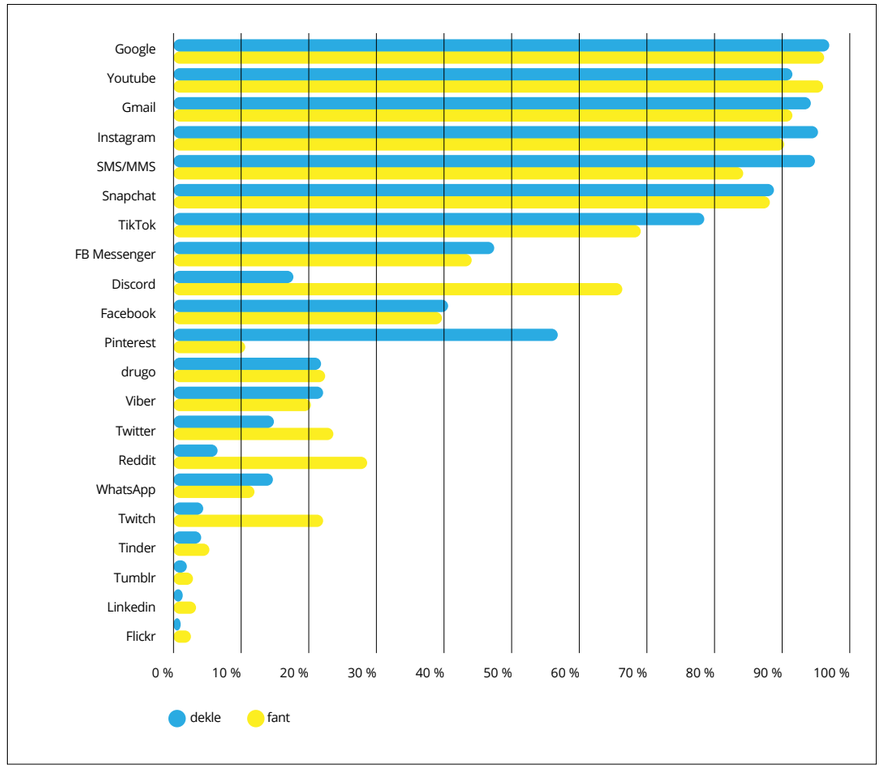
Slika 42:

Tedenska raba družbenih omrežij in mobilnih aplikacij med osnovnošolci glede na spol



Slika 43:

Tedenska raba družbenih omrežij in mobilnih aplikacij med dijaki glede na spol



Preverili smo morebitne razlike po spolu učencev in na splošno se kaže, da je večina platform in aplikacij relativno enakomerno prisotna med fanti in med dekleti, tako da kakšnih večjih odstopanj v teh odgovorih ni (sliki 42 in 43). Kljub tej splošni uniformni sliki pa izstopa aplikacija Discord, ki v obeh šolskih skupnostih močno prevladuje med fanti. Tedensko jo denimo uporablja skoraj 70 % osnovnošolcev in enak delež dijakov, medtem ko je uporabnic Discorda bistveno manj: med osnovnošolkami le slaba tretjina, med dijakinjami pa še manj – slaba petina. Podobno spolno neenakomerna razmerja v prid fantom so še pri drugih omrežjih: predvsem Twitch, Reddit, Twitter in delno tudi YouTube tedensko bistveno pogosteje uporabljajo osnovnošolci in dijaki. Med dekleti se kot najbolj izstopajoč primer kaže Pinterest, ki ga tedensko spremlja dve tretjini osnovnošolk in več kot polovica dijakinj. Dekleta v osnovni šoli so v rahlo večji meri tudi pogostejše uporabnice Snapchata, Instagrama in SMS/MMS sporočil, medtem ko so dijakinje rahlo večkrat uporabnice TikToka in SMS/MMS komunikacij.

ZMOGLJIVOSTI PLATFORM KOT ODSEV NJIHOVE PRILJUBLJENOSTI

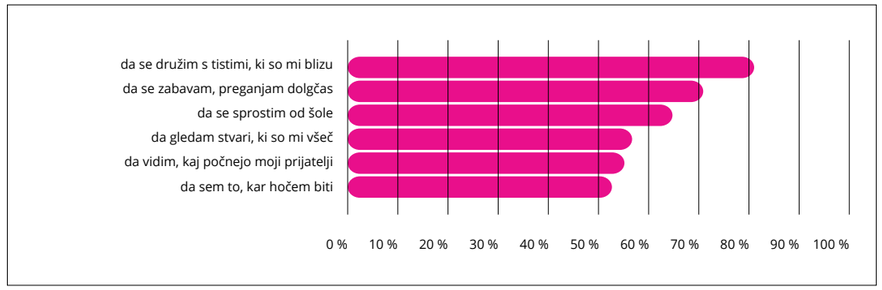
A zgolj ocena tedenske rabe navedenih omrežij ne omogoča poglobljenega razumevanja njihove privlačnosti. Da bi zaznali, kaj anketirane priteguje v ta preferenčna omrežja, smo jih povprašali še o pomembnosti različnih omrežnih zmogljivosti. Vsako omrežje je kot platforma zaznamovano s prevladujočo tehnološko infrastrukturo, ki zapoveduje dominantno logiko in vzorce družbenega delovanja. Posledično se kategorije družbenih omrežij med seboj razlikujejo glede na dominantne aktivnosti in vzorce družbenih praks, ki jih spodbujajo. Zmogljivosti in funkcije nekaterih platform generirajo vzorce delovanja v vizualni kulturi, druge se bolj usmerjajo na interakcijske forme in druženja, spet tretje vzpostavljajo prakse ustvarjalnosti, kreiranja ali učenja ipd.

V nadaljevanju prikazujemo odgovore o najbolj pomembnih značilnostih vsakega od priljubljenih omrežij. Gre torej le za tistih pet preferenčnih personalnih izbir, ki so jih osnovnošolci oziroma dijaki izbrali kot svoja najljubša omrežja. Za vsako od njih ločeno na obeh vzorcih prikazujemo ocene, kaj se jim v posameznem omrežju zdi najbolj relevantno, smotrno, pomembno, v vsakem pa izpostavljamo še morebitne distinkcije po spolu.

PLATFORME MED OSNOVNOŠOLCI: SPOLNO HOMOGENE, A LOČLJIVE V PRAKSAH

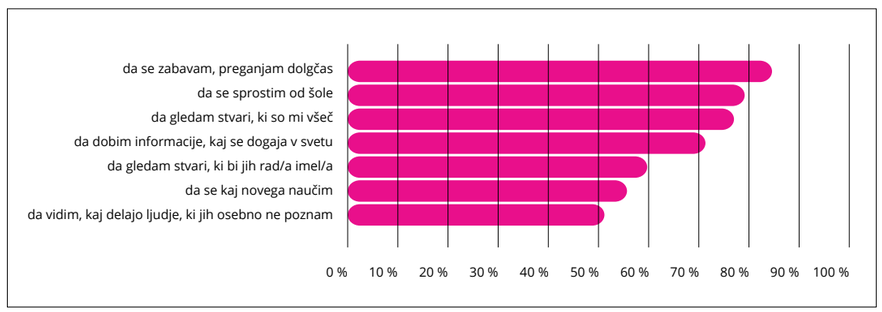
Osnovnošolci so v anketi kot najbolj priljubljena omrežja izbrali TikTok, YouTube, Snapchat, Discord in Pinterest. V anketnem vprašanju takoj zatem pa smo jih še poprosili, ali lahko za daljši nabor posameznih zmogljivosti ocenijo njihovo pomembnost. Zanimalo nas je torej, kaj se jim v posamezni kategoriji omrežij zdi najbolj pomembno: da se tam zabavajo, da so s kom v stiku, da gledajo, kar jim je všeč, ipd. Grafi prikazujejo združene odgovore »je pomembno« in »zelo je pomembno«, pri čemer izpostavljamo le tiste odgovore, ki jih je označilo vsaj 50 % anketiranih, se pravi kjer je vzorec učencev poenoten v tem, kakšne pomene imajo omrežja v njihovem vsakdanu. Povedano drugače: gre za značilnosti, funkcije in delovanja znotraj omrežja, ki se zdijo večini najbolj relevantna. Odgovori torej kažejo, v čem je določena platforma specifična in kaj je njena nišna relevantnost. Rezultate prikazujemo za vsako priljubljeno omrežje posebej, in sicer po vrstnem redu, kot so ga anketiranci sami določili, pri vsaki sliki (od slike 44 do 49) pa je dodan še točen podatek o številu osnovnošolcev, ki so omenjeno omrežje označili kot najbolj priljubljeno oziroma všečno.

Velika večina osnovnošolcev najbolj preferira Snapchat (slika 44), ker jim nudi varen in udoben prostor druženja s sebi enakimi, kjer se sprostijo od šolskih obveznosti in zabavajo. Snapchat je torej prvenstveno kraj brez pritiska, ki nudi priložnosti za sproščeno druženje in odmik od stvari, ki so v življenju osnovnošolcev dojete kot obveza. Stik s prijatelji, ki je ves čas v ospredju in platformsko impliciten, je ključni magnet, ki ga je izkoristil Snapchat. Tukaj imajo občutek, da se počutijo, kakor si želijo, kar kaže na bremena, ki jih doživljajo zunaj omrežnih okolij.



Slika 44:
Najbolj priljubljene zmogljivosti omrežja Snapchat pri osnovnošolcih (n = 1501)

TikTok je za veliko večino osnovnošolcev drugačen prostor, kjer druženje nadomesti užitek ob gledanju stvari, ki so najstnikom preprosto všeč (slika 45). Kratki video formati so za mladostnike všečna in zaželena forma, ob kateri se sprostijo in zabavajo, hkrati pa stopijo v stik s stvarmi, ki jim niso dosegljive, a si jih želijo, kot tudi z ljudmi, ki jih osebno ne poznajo, jih pa zanimajo. Pomembna specifika TikToka v primerjavi s Snapchatom je v njegovi informacijski vrednosti, saj se velika večina osnovnošolcev tu tudi informira o dogajanjih v svetu. Prav tako gre za platformo, ki jim ponuja nova znanja, ki jih drugje ne pridobijo. Posledično torej mladostniki TikTok dojemajo kot raznovrstno okolje užitkov, sproščanja, informiranja in učenja.

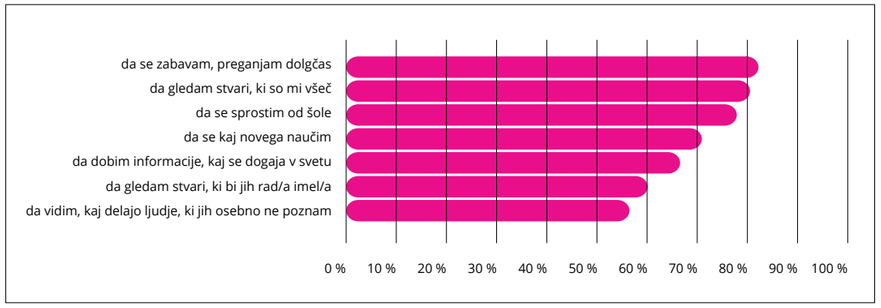


Slika 45:
Najbolj priljubljene zmogljivosti omrežja TikTok pri osnovnošolcih (n = 1122)

YouTube je TikToku praktično identičen (slika 46), saj so vsi osnovnošolci, ki so ga izbrali kot najljubše omrežje, kot najbolj pomembne identificirali povsem enake zmogljivosti: gledanje, sproščanje in zabava, učenje in informiranje ter spremljanje drugih, neznanih oseb. Če bi torej primerjali prva tri najljubša omrežja med osnovnošolci, je Snapchat specifičen prostor interakcij in socializacije, medtem ko sta TikTok in YouTube platformi vizualne kulture, informiranja in učenja. Instagram (slika 47) se zdi v očeh osnovnošolcev pozicioniran nekje vmes – kot okolje užitka in zabave, a tudi kot prostor informacij je bliže TikToku in Youtubu, a ker se hkrati z njim najstniki tudi družijo z bližnjimi in vrstniki, je deloma soroden Snapchatu. Vendarle pri Instagramu v primerjavi z vsemi drugimi omrežji najbolj očitno izstopa užitek gledanja, kar ga utrjuje kot platformo vizualnih užitkov.

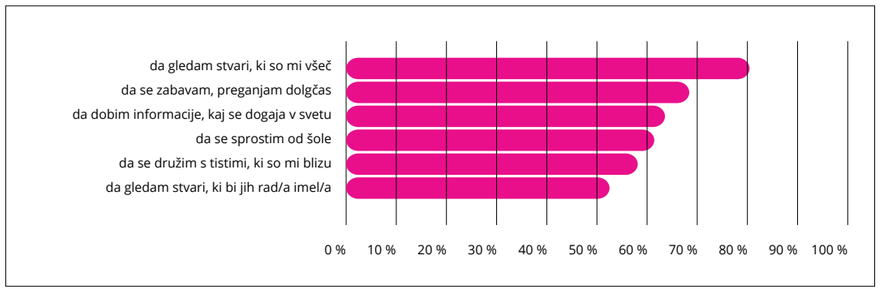
Slika 46:

Najbolj priljubljene zmogljivosti omrežja YouTube pri osnovnošolcih (n = 1062)



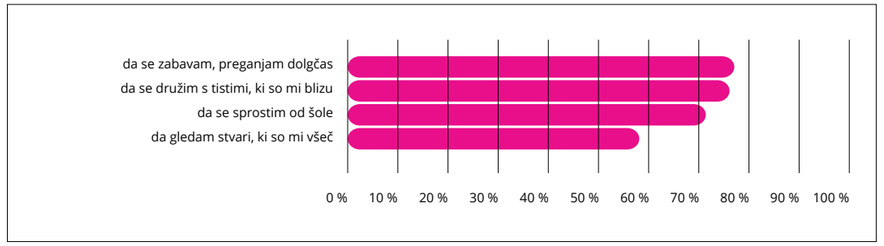
Slika 47:

Najbolj priljubljene zmogljivosti omrežja Instagram pri osnovnošolcih (n = 1028)



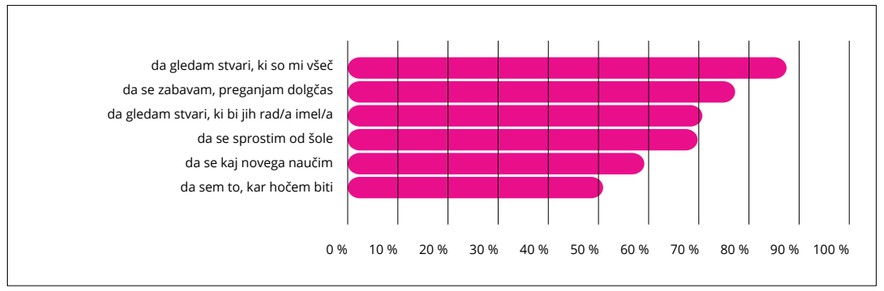
Vse štiri doslej predstavljene platforme je izbralo več kot 1000 osnovnošolcev, preostali dve, o katerih govorimo v nadaljevanju, pa manj anketirancev. Discord (slika 48), za katerega smo že zapisali, da gre prvenstveno za okolje fantov, je kot najbolj priljubljeno omrežje označilo nekaj nad 600 osnovnošolcev. Tam so zato, ker se z njim zabavajo, družijo, sproščajo in uživajo ob stvareh, ki so jim blizu. Gre torej za raznoliko platformo interakcij in sproščanja. Pinterest (slika 49) je atraktiven za manjšino osnovnošolcev, predvsem med dekleti, ima pa podobne funkcije kot pred njim TikTok ali Instagram, saj zopet dopušča sprostitev od obveznosti, ponuja pa tudi vpogled v stvari, ki si jih učenci želijo. Prav tako je zanje prostor učenja in svobode – več kot polovica tistih, ki navajajo

Pinterest kot priljubljeno omrežje, je tam to, kar si želijo biti, kar pa ga umešča bliže Snapchatu kot ostalim platformam.



Slika 48:

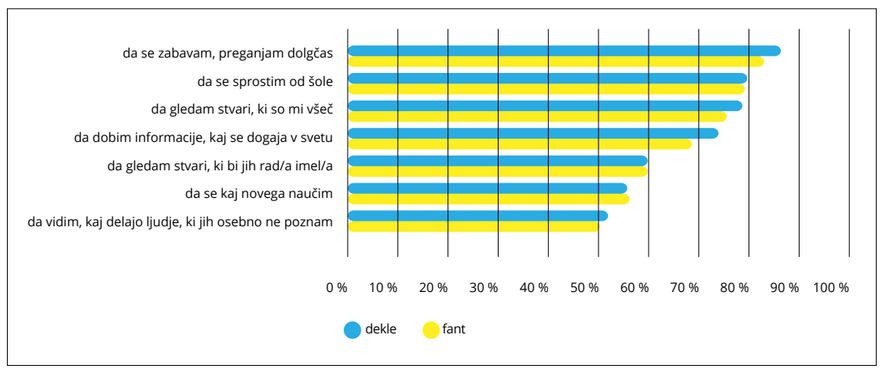
Najbolj priljubljene zmogljivosti omrežja Discord pri osnovnošolcih (n = 636)



Slika 49:

Najbolj priljubljene zmogljivosti omrežja Pinterest pri osnovnošolcih (n = 192)

Glede na spol anketirancev pa primerjave med prevladujočimi izbirami in posameznimi zmogljivostmi platform niso izrazite. Nasprotno, pri omrežju TikTok se odgovori med spoloma tako rekoč ne razlikujejo (slika 50). V osnovni šoli je fantom in dekletom TikTok privlačen zaradi povsem podobnih funkcij, kar kaže, da je platformi uspelo s svojimi infrastrukturnimi rešitvami nagovoriti oba spola hkrati. Podobno velja za YouTube (slika 51), kjer je sicer rahlo več fantov kot deklet izpostavilo, da si tu ogledujejo stvari, ki bi jih radi imeli, in da se tu lahko nekaj novega naučijo, vendar pa so odgovori pri preostalih možnostih glede na spol skoraj identični.

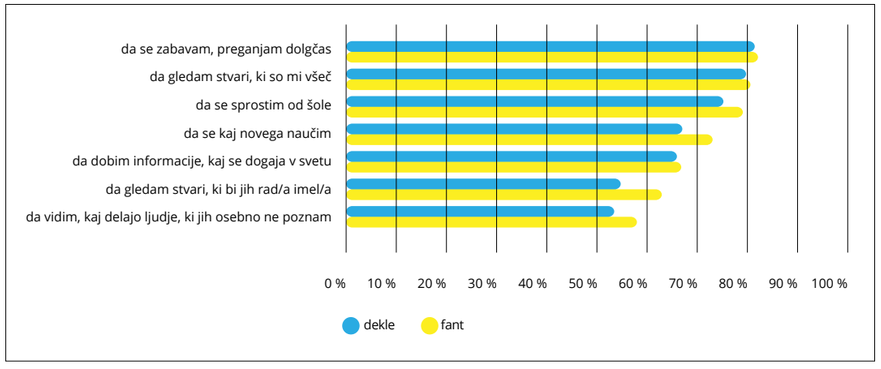


Slika 50:

Najbolj priljubljene zmogljivosti omrežja TikTok glede na spol osnovnošolcev

Slika 51:

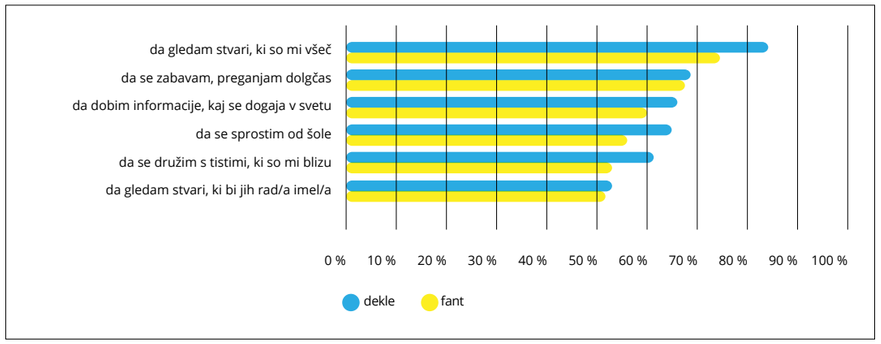
Najbolj priljubljene zmogljivosti omrežja YouTube glede na spol osnovnošolcev

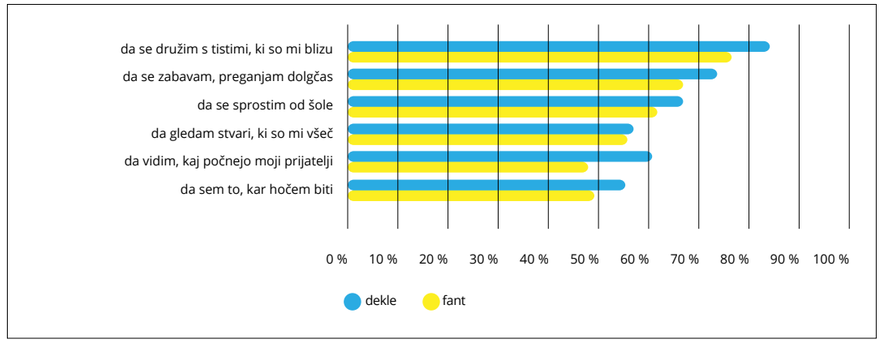


Rahlo več odstopanj glede na spol med osnovnošolci se zdi pri omrežjih Instagram in Snapchat (sliki 52 in 53), a zopet le pri nekaterih lastnostih, ki so v ospredju: dekletom je Instagram denimo v večji meri prostor druženja, kot to velja za njihove vrstnike osnovnošolce, prav tako pa se osnovnošolkam Snapchat kaže kot pomemben prostor prijateljevanja. Preostale razlike med spoloma so praktično zanemarljive.

Slika 52:

Najbolj priljubljene zmogljivosti omrežja Instagram glede na spol osnovnošolcev





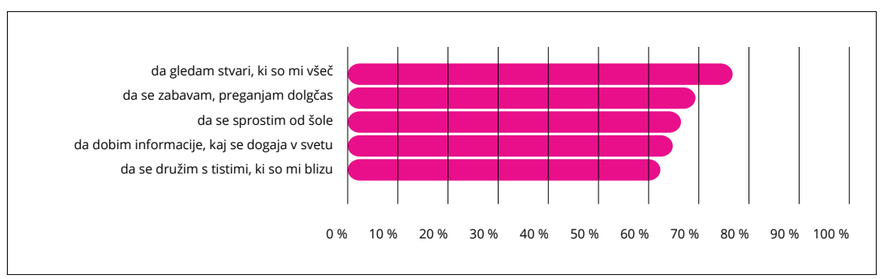
Slika 53:

Najbolj priljubljene zmogljivosti omrežja Snapchat glede na spol osnovnošolcev

PLATFORME MED DIJAKI: SPOLNE DISTINKCIJE V NAVZKRIŽNI HIBRIDNOSTI

Med dijaško populacijo so se kot najbolj popularne izbire izkazali na prvem mestu Instagram, nato Snapchat, TikTok in YouTube ter kot zadnja še Discord in Pinterest. Izbire so torej povsem enake kot med osnovnošolci, le vrstni red je rahlo drugačen (gl. tudi Oblak Črnič idr. 2023). Kaj dijake privlači, v čem so si izbire podobne in kje so zaznane razlike glede na spol, prikazujemo v nadaljevanju.

Za razliko od osnovnošolcev, ki daleč najbolj preferirajo Snapchat, je dijakom najbližji Instagram – to je prostor, kjer uživajo v stvareh, ki so jim všeč, kjer se sproščajo in zabavajo, hkrati pa gre tudi za okolje, kjer se informirajo in družijo z njim bližnjimi ljudmi (slika 54). Instagram je torej za dijaško populacijo svojstven hibrid različnih stanj in vzorcev, od katerih noben bistveno ne odstopa, ampak so si podobni po pomembnosti. Zaznavno pa je, da so vsi rahlo bolj pomembni za dekleta (slika 55).

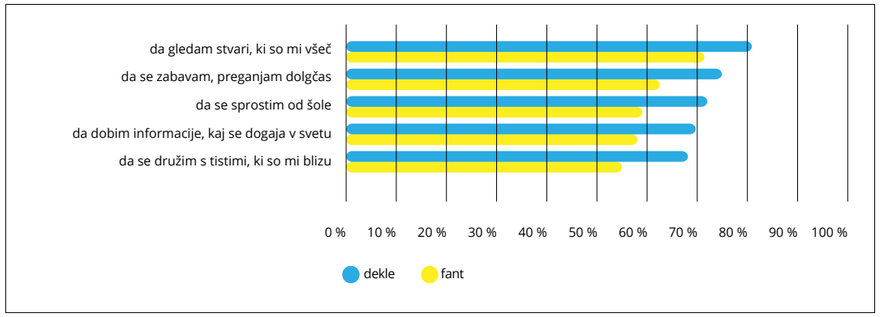


Slika 54:

Najbolj priljubljene zmogljivosti omrežja Instagram pri dijakih (n = 759)

Slika 55:

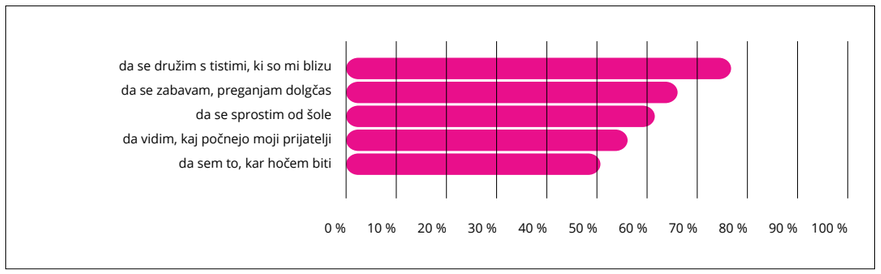
Najbolj priljubljene zmogljivosti omrežja Instagram glede na spol dijakov



Snapchat je po drugi strani med dijaki prostor socializacije in druženja (slika 56), kar ga umešča med interakcijsko najbolj pomembne platforme v obeh vzorcih učencev. Morda preseneča, da je obenem 50 % dijakov odgovorilo, da se jim Snapchat zdi pomemben, ker so tam lahko to, kar si želijo: vsaj nekaterim dijakom torej pomeni tudi prostor svobode, kar nakazuje določene ovire oziroma omejitve, ki jih doživljajo drugje, tu pa njihov pritisk očitno popusti. Ta odstotek je še posebej izrazit pri dekletih (slika 57), saj je to je izpostavilo skoraj dve tretjini dijakinj – nasploh so dijakinje vse izbrane zmogljivosti označile kot daleč bolj pomembne kot njihovi vrstniki dijaki. Spol se je torej v dijaškem vzorcu pokazal kot bolj pomemben dejavnik distinkcij znotraj platforme Snapchat, kar med osnovnošolci ni bilo razvidno.

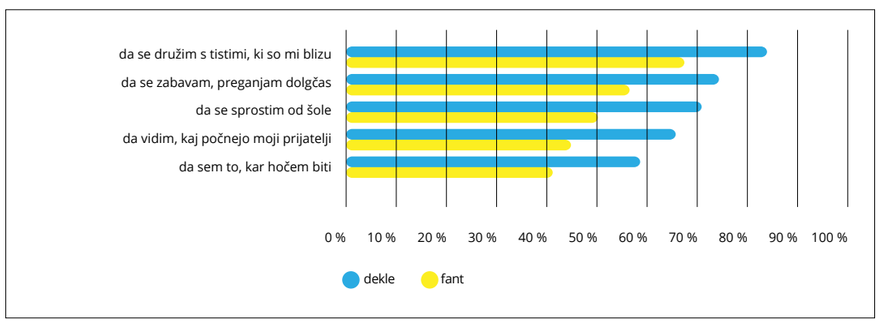
Slika 56:

Najbolj priljubljene zmogljivosti omrežja Snapchat pri dijakih (n = 652)

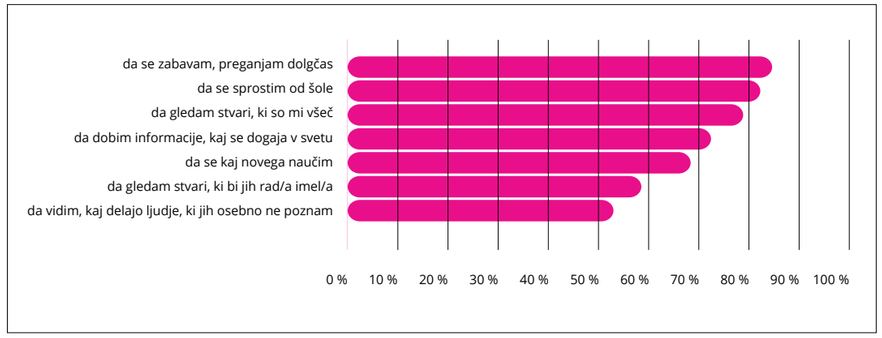


Slika 57:

Najbolj priljubljene zmogljivosti omrežja Snapchat glede na spol pri dijakih

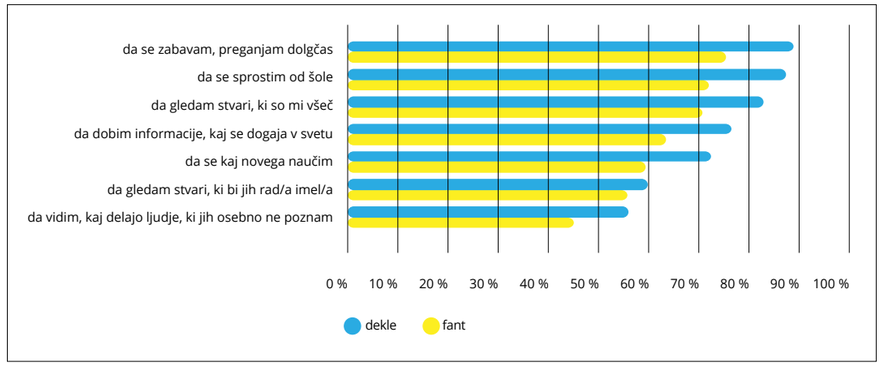


Če je torej Snapchat v smislu socializacijske relevantnosti homogena, vendar po spolu diferencirana platforma, saj ga preferirajo predvsem dekleta, se TikTok kaže kot bolj heterogen prostor različnih preferenc, vzorcev in vedenj (slika 58): je sprostitveno okolje, kjer se dijaki razbremenijo in umaknejo, hkrati pa se z njim informirajo in učijo novih znanj ali veščin. Skoraj 70 % dijakov je namreč to označilo kot zelo pomembno in relevantno možnost TikToka. Gre torej za hibridno platformo, ki pritegne dijake raznolikih potreb in motivacij. Pri tem so zaznane tudi rahle razlike med spoloma, ki pa so manj izrazite kot pri Snapchatu, čeprav dijakinje najbolj privlačne zmogljivosti ocenjujejo kot pomembnejše kot njihovi vrstniki (slika 59).



Slika 58:

Najbolj priljubljene zmogljivosti omrežja TikTok pri dijakih (n = 491)



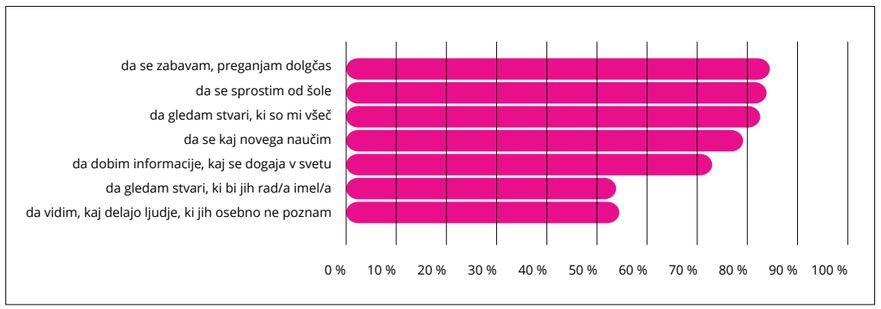
Slika 59:

Najbolj priljubljene zmogljivosti omrežja TikTok glede na spol pri dijakih

TikToku zelo podobna platforma po užitkih in funkcijah se med dijaki zdi YouTube, ki je četrto najbolj priljubljeno omrežje v tukajšnjem vzorcu (slika 60). Z njim se sproščajo in zabavajo, a hkrati tudi učijo in informirajo. YouTube in TikTok s prevladujočo vizualno video formo torej predstavljata heterogeno okolje gledanja, spremljanja, uživanja in učenja, manj pa druženja, kar je tudi pričakovano. Spolna diferenciacija pa se mestoma zdi pri YouTubu manjša (slika 61), kot se nakazuje za Instagram ali TikTok.

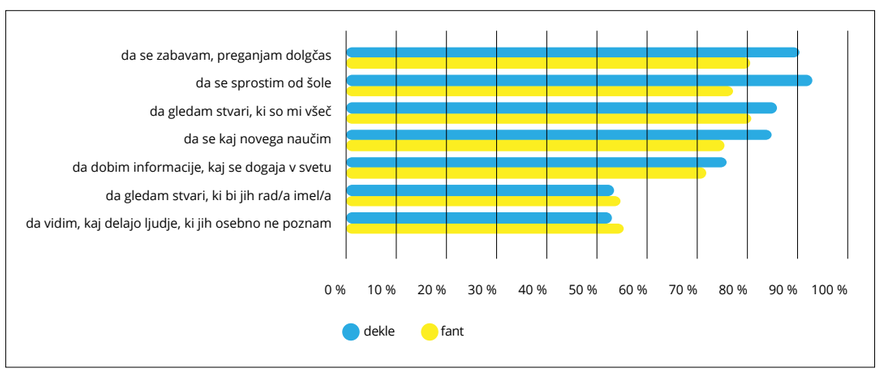
Slika 60:

Najbolj priljubljene zmogljivosti omrežja YouTube pri dijakih (n = 465)



Slika 61:

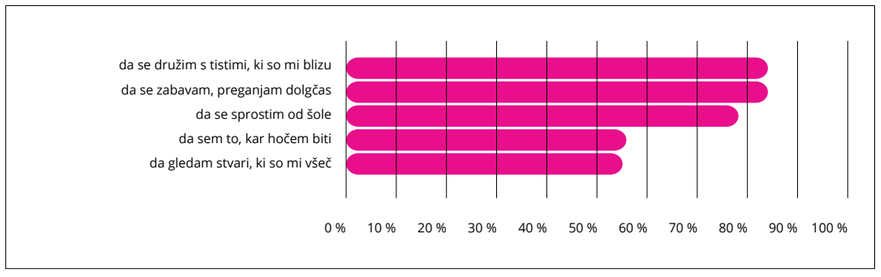
Najbolj priljubljene zmogljivosti omrežja YouTube glede na spol pri dijakih

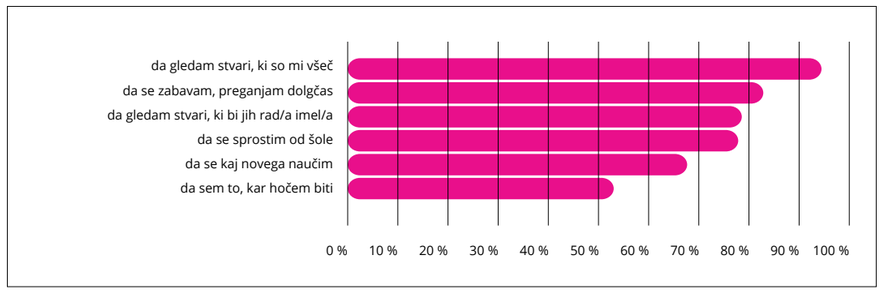


Kot zadnji priljubljeni platformi med dijaško populacijo sta se izkazala še Discord in Pinterest (sliki 62 in 63). Vendar je nasploh dijakov, ki so poročali, da sta jim omenjeni omrežji všeč, precej manj kot pri ostalih platformah, zato smo tudi opustili prikaz razlik med spoloma – kljub temu poudarjamo, da so med dnevnimi uporabniki Discorda večinoma fantje, medtem ko je takih le 10 % deklet. Ne glede na to je očitno, da je Discord zanimiv predvsem kot interakcijski prostor, podobno kot se kaže pred njim Snapchat, medtem ko pri Pinterestu namesto komunikacijskih funkcij v ospredje stopajo druga razmerja: gledanja, sproščanja in učenja.

Slika 62:

Najbolj priljubljene zmogljivosti omrežja Discord pri dijakih (n = 237)





Slika 63:

Najbolj priljubljene zmogljivosti omrežja Pinterest pri dijakih (n = 138)

V prihodnje bo potrebno omenjene razlike in podobnosti v preferenčnih zmogljivostih, ki v očeh osnovnošolcev in dijakov označujejo in tudi medsebojno diferencirajo posamezne platforme, bolj celostno primerjati. Predvsem pa bo treba poiskati njihova morebitna presečišča in ključne distinkcije, da bi lahko bolje identificirali specifične plasti navzkrižnih in očitno prekrivajočih se značilnosti, ki jih zaznamujejo. Podatki pa vsaj delno že na tej sumarni ravni nakazujejo, da se skozi podane ocene ne odražajo toliko starostne razlike kot določene spolne distinkcije, ki jih velja podrobneje in bolj sistematično analizirati.

OMREŽNE PRAKSE MED DIJAKI

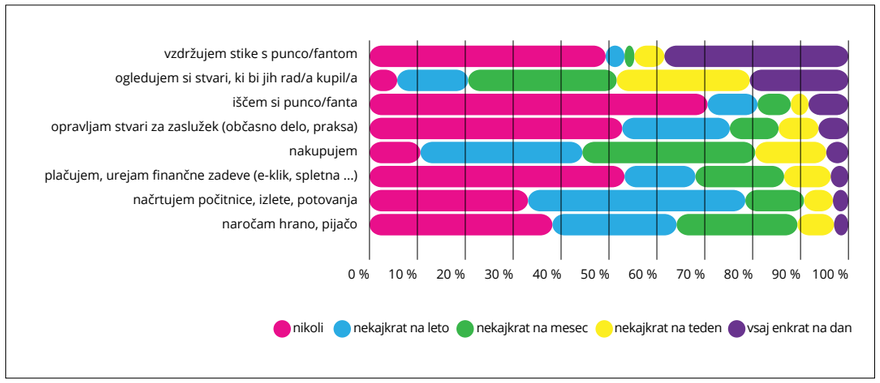
Anketni vprašalnik za vzorec dijakov se je v manjši meri razlikoval od osnovnošolskega tudi oziroma predvsem zato, ker smo zaradi razlik v možnostih, ki jih omrežja ponujajo, nekaj aktivnosti načrtno preverjali zgolj na dijaški populaciji. Gre za vsakdanje prakse, ki so povezane s specifičnim statusom dijakov bodisi v smislu njihove potencialne finančne samostojnosti bodisi glede dostopa do določenih javnih zadev, ki jih mladoletniki do 15. leta še ne morejo izvajati brez soprisotnosti staršev. Tako smo denimo na celotnem vzorcu dijakov (n = 1014) preverjali, kako pogosto prek družbenih omrežij delujejo kot potrošniki (nakupujejo, si naročajo hrano), partnerji (ohranjajo obstoječe partnerske odnose ali iščejo partnerje) in državljani (se politično udejstvujejo oziroma delajo kaj za plačilo).

Izkazalo se je (slika 64), da so dijakom platforme most do partnerskih zvez, saj preko njih lažje vzdržujejo stike s fantom oz. punco, bistveno manj pa so omrežja privlačna za iskanje potencialnih partnerjev. Večina dijakov (70 %) tega še ni počela. Lahko bi torej rekli, da so na intimnem področju dijaki pri rabi omrežij previdni in še konvencionalni. Tudi nakupovalne prakse sodeč po poročanju dijakov niso pogoste – prek omrežij pogosteje zgolj gledajo, kar bi si želeli kupiti. Omrežja so torej dober vstop v

potencialne nakupne namere in generator želja, niso pa še prostori za realizacijo potrošniških užitkov, čeprav je med tedenskimi ali dnevnimi nakupovalci slaba petina dijakov. Pri nekaterih odgovorih so sicer opazne razlike med spoloma, a te niso zelo izrazite (slika 65). Dijakinje denimo pogosteje vzdržujejo stike s svojimi fanti, dijaki pa si pogosteje iščejo partnerko/-ja kot dijakinje. Rahlo več fantov kot deklet tudi poroča, da prek omrežij urejajo finančne zadeve ali opravljajo stvari za zaslužek. Pri drugih aktivnosti med spoloma ni večjih razlik.

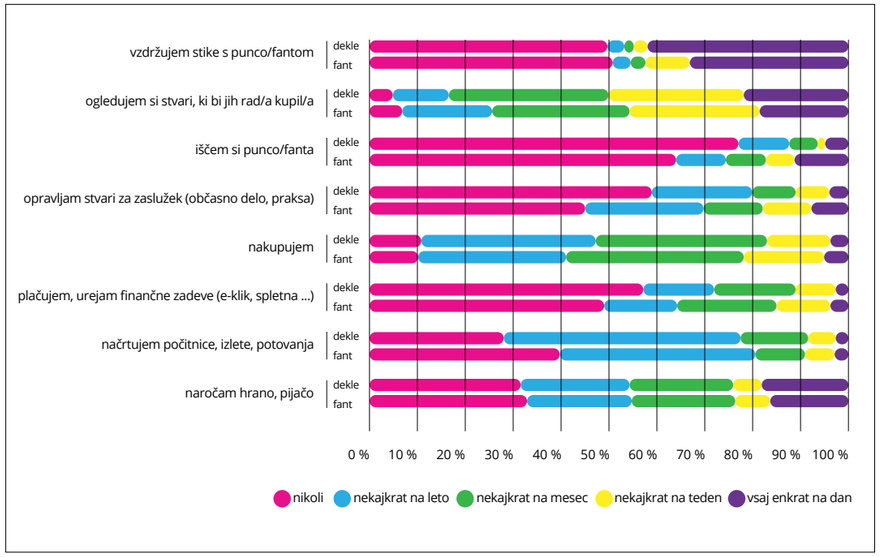
Slika 64:

Specifične prakse srednješolcev na družbenih omrežij (n = 1014)



Slika 65:

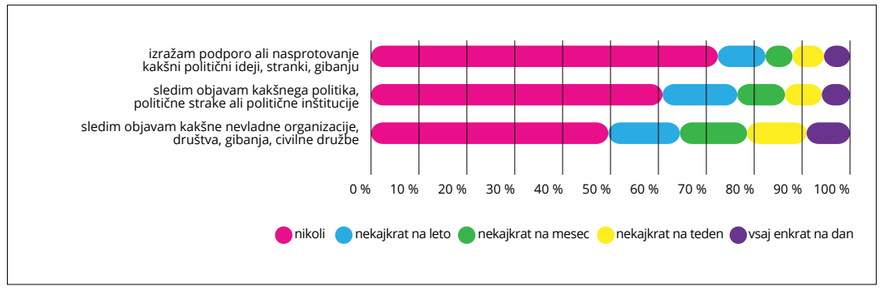
Specifične prakse srednješolcev na družbenih omrežjih glede na spol



Kot specifično aktivnost dijakov smo preverjali tudi možnost njihovega političnega delovanja, saj smo že v preteklih študijah opazili, da se mladi aktivirajo predvsem prek spletnih okolij in družbenih platform (gl. Oblak Črnič 2022). Koliko so te možnosti izkoriščene in predvsem v kakšnih oblikah, beleži naslednji graf (slika 66), ki dokazuje, da je takšnih dijakov zelo malo: približno petina dijakov spremlja objave civilnodružbenih organizacij ali društev, približno 15 % dijakov pa še objave politikov ali političnih strank. Še manj je prisotno politično izražanje na omrežjih: tega nikoli ne počne velika večina (70 %) dijakov. Rezultati ločeno po spolu so si v večini precej podobni, čeprav je o vsaki od naštetih praks poročal rahlo večji delež dijakov kot dijakinj, ki to počnejo vsaj enkrat letno ali pogosteje (slika 67).

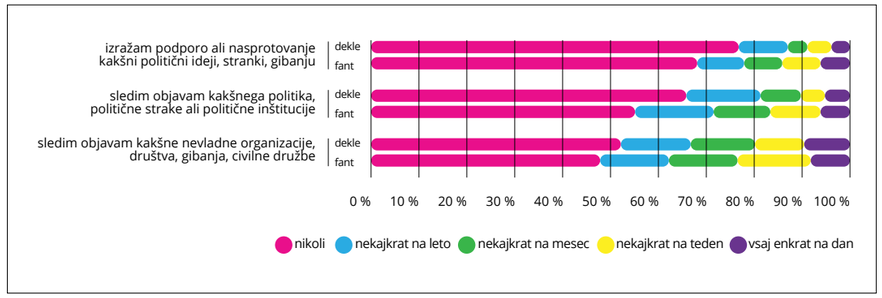
Slika 66:

Politične prakse dijakov na družbenih omrežjih (n = 985)



Slika 67:

Politične prakse dijakov na družbenih omrežjih glede na spol

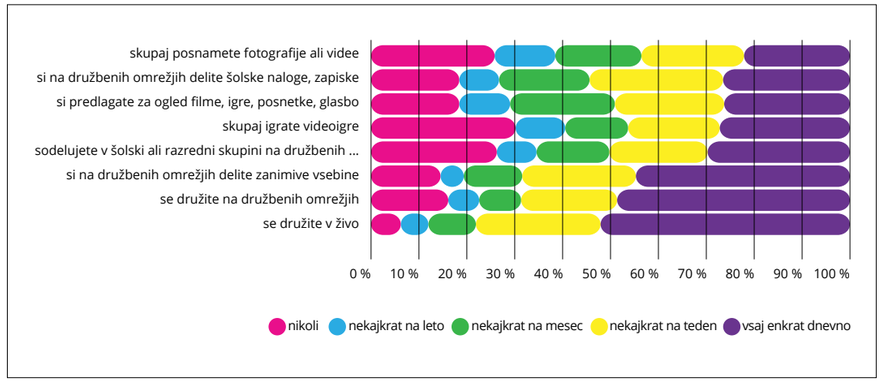


VRSTNIŠKA KULTURA IN PROSTI ČAS MLADOSTNIKOV

Prosti čas in odnosi z vrstniki predstavljajo pomemben del vsakdanjega življenja mladih, še posebej v afirmativni dobi odraščanja. Vrstniki so namreč predvsem v edukacijskih okoljih osebe, ki so naključen, a sestavni del odraščanja – lahko so nujni zavezniki, pa tudi potencialni rivali, s katerimi mladi sprejemajo sebe in svet okoli njih. V skupnostnih odnosih tako spoznavajo sebe in se identitetno pozicionirajo, gradijo skupne vezi in tudi medsebojne simbolne meje, postavljajo neformalna skupna pravila in norme ter preverjajo, v kolikšni meri se ustvarjeni spoznavni vzorci sprejemajo ali kršijo. V sodobnem digitalnem vsakdanu se pogosto privzema teza, da mladi ob poplavi digitalnih aplikacij in družbenih omrežij izgubljajo stiki z vrstniki in da se namesto vrstniške kulture »biti skupaj« ustvarja vrstniška kultura »izoliranih sob«, kar v pomembnem delu sloni na prepričanjih, ki po eni strani idealizirajo in mitologizirajo mladost v preteklosti, po drugi pa podcenjujejo kakovost mediatiziranih odnosov. To poglavje zato namenjamo krajšemu uvidu v trenutne vrstniške kulture med mladostniki in preverjamo, kako mladi danes prakticirajo prostočasne aktivnosti, čemu namenjajo več in katerim aktivnostim manj časa ter kakšno vlogo pri tem igrajo vrstniki na eni in družbena omrežja na drugi strani, s tem pa vsaj posredno preverjamo tudi zgornjo tezo.

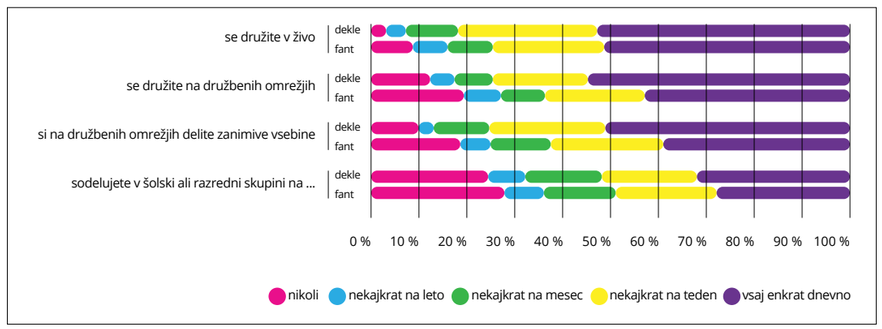
SOBIVANJE Z VRSTNIKI

Da bi torej spoznali, na kakšen način se po šolskih obveznostih anketiranci sploh srečujejo z vrstniki in kako v ta srečevanja vključujejo digitalne tehnologije, smo zastavili krajši niz vnaprej izbranih trditev, ki ponazarjajo možnosti sobivanja, sodelovanja in druženja z vrstniki. Pogosteje kot je torej posamezna praksa prisotna, večji je delež odgovorov »vsaj enkrat dnevno« med anketiranci pri posamezni trditvi. Izkazalo se je, da se večina osnovnošolcev od 7. do 9. razreda po pouku še najpogosteje med seboj druži v živo – temu je pritrdilo več kot 50 % anketiranih, da to počnejo nekajkrat na teden, pa dodaja še slaba petina vprašanih (slika 68). Tedensko so torej vrstniki v tretji triadi vendarle pogosteje skupaj, kot se morda zdi na prvi pogled. Tik zatem pa se kot most za druženja umeščajo družbena omrežja, kjer se dnevno druži skoraj polovica vseh osnovnošolcev – tam si v nekaj manjšem deležu dnevno tudi delijo zanimive vsebine. Najmanj pogosto pa osnovnošolci uporabljajo družbene medije, da bi z vrstniki skupaj kaj posneli, čeprav je takih v vzorcu vseeno dobra petina učencev. Glede na spol ni večjih razlik, razen pri druženju na družbenih omrežjih, o čemer je poročalo več deklet kot fantov (slika 69a).



Slika 68:

Vrstniške aktivnosti osnovnošolcev po pouku



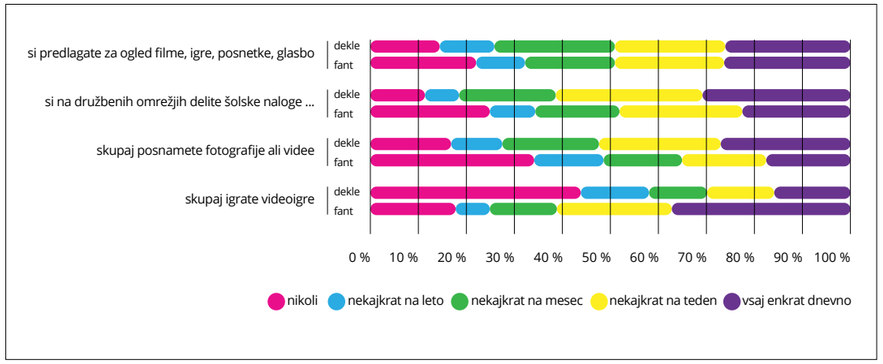
Slika 69a:

Vrstniške aktivnosti osnovnošolcev glede na spol

Fantje pa, nasprotno, bistveno pogosteje poročajo, da po pouku z vrstniki igrajo videoigre – dnevno to počne skoraj 40 % osnovnošolcev, tedensko pa kar 61 %. Gre pa za edino prostočasno vrstniško kolektivno prakso, ki fante močneje loči od deklet, čeprav tudi 30 % deklet vsaj enkrat na teden z vrstniki igra igre. Dekleta pa pogosteje delijo šolske naloge na omrežjih, prav tako večkrat skupaj z vrstniki posnamejo kakšno fotografijo, videe ipd. Druženje v živo glede na spol ni diferencirano, prav tako ni razlik po spolu pri posredovanju popkulturnih vsebin (filmov, iger, posnetkov ipd).

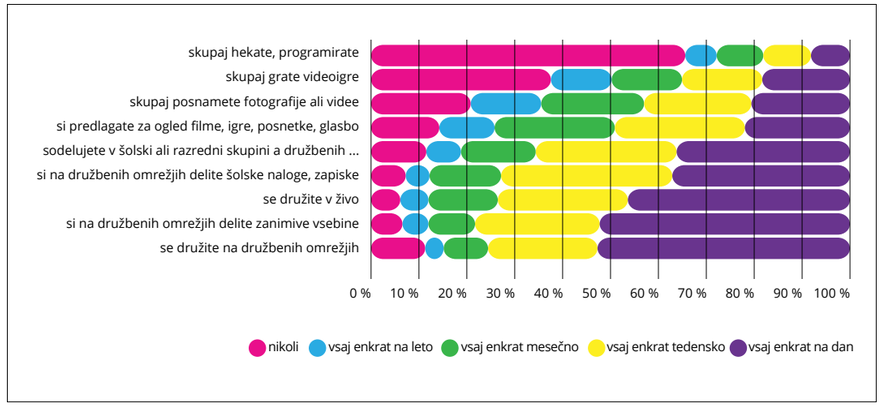
Slika 69b:

Vrstniške aktivnosti osnovnošolcev glede na spol



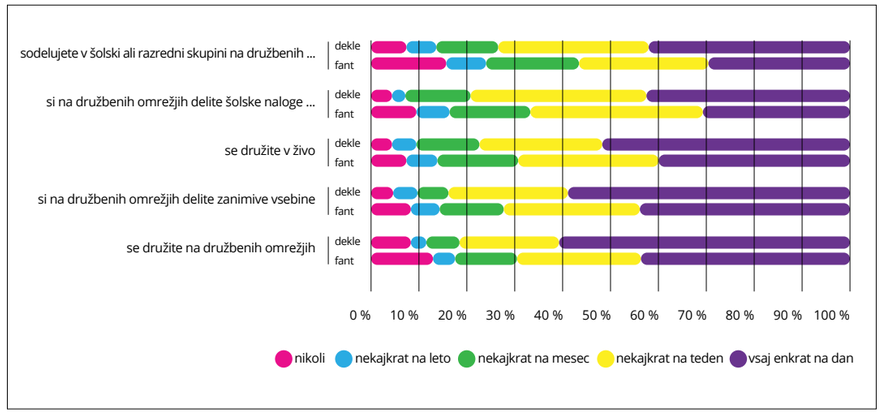
Dijaki so vrstniške aktivnosti ob koncu pouka razvrstili malce drugače (slika 70). Praktično v enaki meri se po pouku najpogosteje družijo prek družbenih omrežij, prek katerih si tudi delijo vsebine, ki se jim zdijo zanimive. Druženje v živo je po pogostosti na tretjem mestu, takih dijakov, ki bi to počeli dnevno, je malce pod 50 %. Zagotovo dijaki prek tehnologij skupaj ne programirajo, je pa po drugi strani kar 35 % dijakov, ki dnevno skupaj igrajo videoigre, več kot polovica pa jih to počne kar nekajkrat na teden.

V primerjavi z osnovnošolci so med aktivnostmi razlike po spolu rahlo večje – a zopet v podobni smeri, kot smo jih zaznali pri mlajših učencih (slika 71a). Več dijakinj kot dijakov namreč poroča, da se prek družbenih omrežij tudi družijo, prav tako se jih več druži v živo. Enako razmerje je pri deljenju zanimivih vsebin, kar pogosteje prakticirajo dijakinje. Po drugi strani pa se med dijaki skupno igranje videoiger zopet potrjuje kot pogostejša praksa, ki jih loči od deklet, prav tako jih več skupaj programira (slika 71b). Med dijaki je tako več kot polovica takšnih (55 %), ki tedensko z vrstniki igrajo igre, medtem ko to velja za 20 % dijakinj.



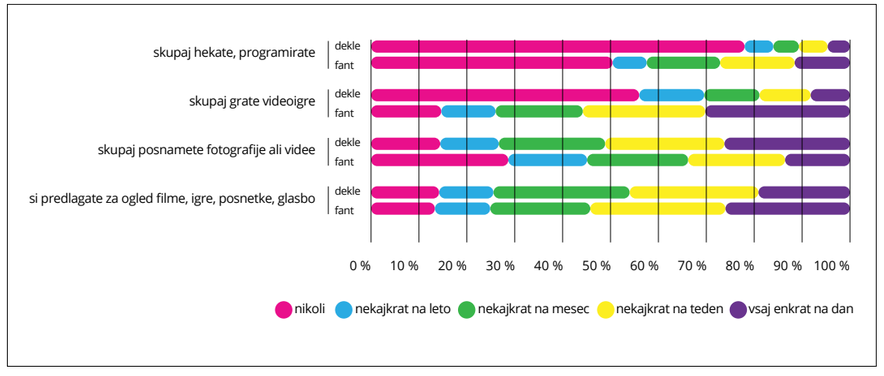
Slika 70:

Vrstniške aktivnosti dijakov po pouku



Slika 71a:

Vrstniške aktivnosti dijakov glede na spol



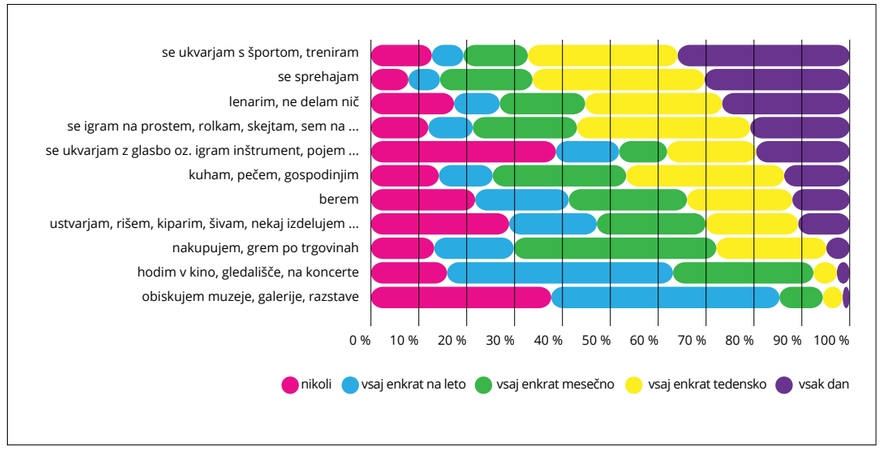
Slika 71b:

Vrstniške aktivnosti dijakov glede na spol

PREVLADUJOČE PROSTOČASNE AKTIVNOSTI

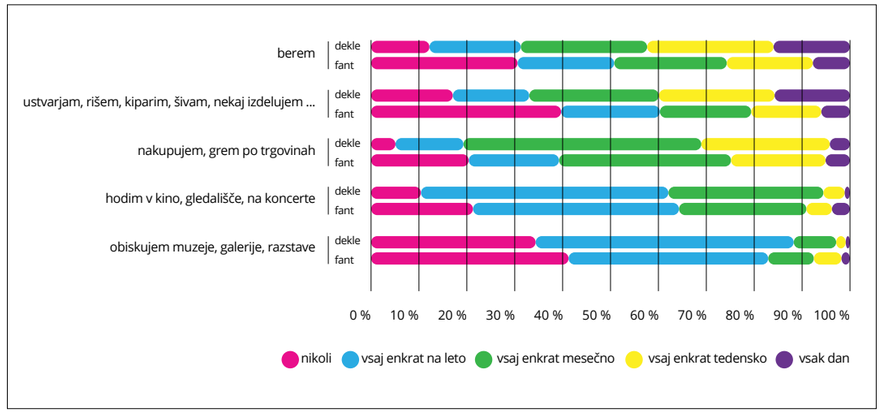
Sodobni vsakdanji ritem mladih je običajno precej strukturiran in prostega časa ni na pretek. Ob rednih šolskih obveznostih se namreč večina šoloobveznih otrok udeležuje tudi drugih strukturiranih dejavnosti, s katerimi širijo znanja in veščine na različnih področjih: od gibalno-fizičnih do kulturno-umetniških in drugih. Otroci so soočeni z dostopom do mnogih dodatnih tečajev, delavnic, treningov in drugih oblik »prostočasnega« učenja, ki so običajno strokovno vodene in tudi plačljive. Podatki vsaj za Ljubljano že dalj časa nakazujejo, da se učenci večinoma raje udejstvujejo v športnih kot kulturnih aktivnostih, s starostjo pa interes za kulturo in umetnost nasploh upada (gl. tudi Oblak Črnič 2018). V naši raziskavi pa imajo podatki o prostočasni vključenosti dvojno vlogo – funkcionirajo kot informacija o vsakdanu mladih in sploh prisotnosti »prostega časa«, po drugi strani pa lahko služijo tudi kot indikator razrednih ali kulturnih razlik znotraj celotne populacije. Za namen tukajšnjega poročila služijo bolj kot uvid v preferenčne aktivnosti onstran medijev in digitalnih tehnologij, ki jih tudi tukaj prikazujemo ločeno za osnovnošolce in dijake.

Večina osnovnošolcev v našem vzorcu se aktivno ukvarja s športom in treningi, več kot tretjina jih to počne vsak dan, dobri dve tretjini osnovnošolcev pa trenira tedensko (slika 72). Le slaba desetina otrok te starosti je poročala, da se s športom ne ukvarja nikoli. Povsem nasprotno je z obiskom kulturnih institucij, kot so galerije, muzeji, razstave, ki jih je doslej vsaj enkrat mesečno obiskovala slaba petina osnovnošolcev, praktično nikoli pa v muzej ali galerijo ni stopilo več kot 35 % osnovnošolcev. Druga prostočasna aktivnost, ki ni strokovno vodena, jo pa učenci pogosto prakticirajo, so sprehodi – to dnevno počne tretjina vprašanih, takoj zatem pa še najraje dnevno ne počnejo ničesar, razen da lenarijo.



Slika 72:
Aktivnosti osnovnošolcev v prostem času

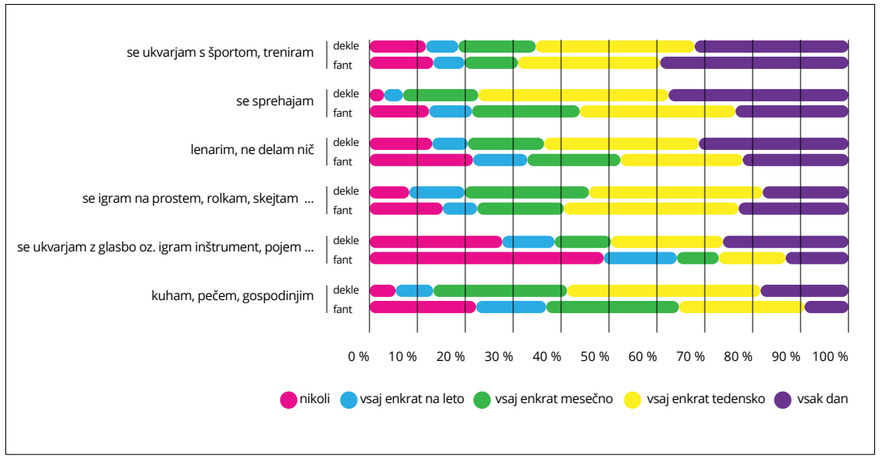
Primerjave po spolu pokažejo rahle razlike (sliki 73a in 73b): dekleta pogosteje kot fantje poročajo, da dnevno berejo, prav tako pogosteje ročno ustvarjajo. Dekleta poročajo tudi o pogostejšem ukvarjanju z glasbo ali pa kuhanju oziroma delu v gospodinjstvu. Po drugi strani se kaže, da dekleta rahlo več tudi lenarijo in se sprehajajo. Fantje pogosteje poročajo o ukvarjanju s športom in igranju na prostem, to pa sta tudi edini aktivnosti, ki se zdita pogostejši med osnovnošolci kot njihovimi vrstnicami.



Slika 73a:
Aktivnosti osnovnošolcev v prostem času glede na spol

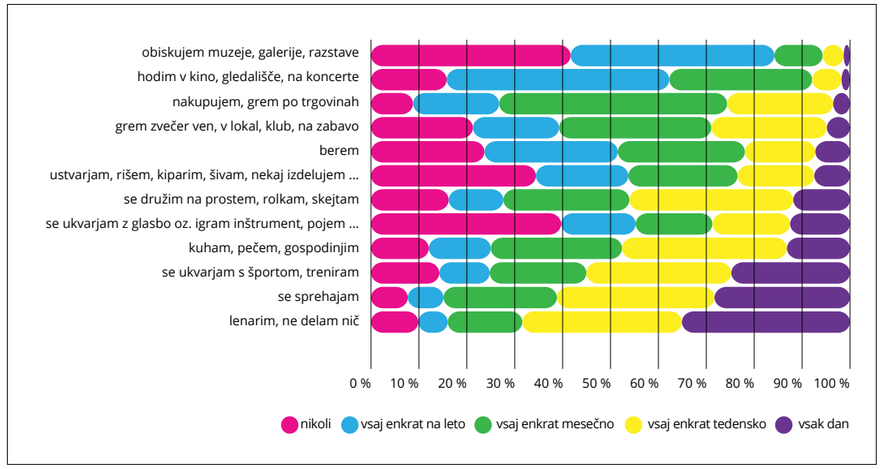
Slika 73b:

Aktivnosti osnovnošolcev v prostem času glede na spol



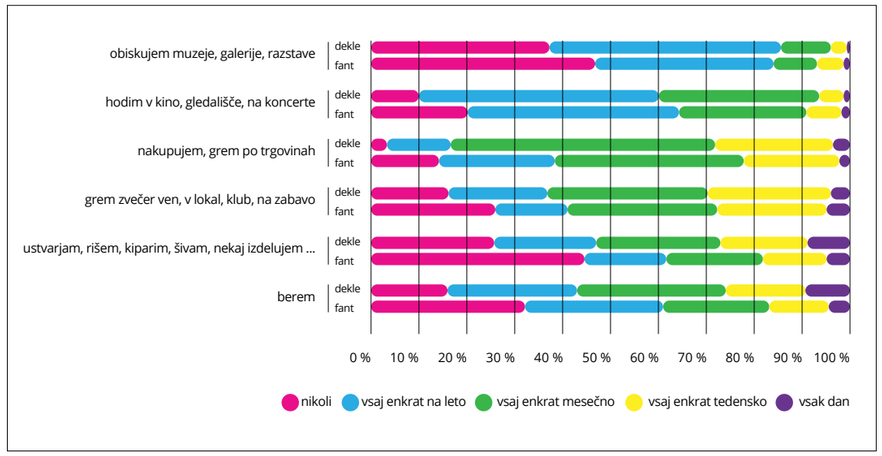
Podatki vsaj posredno nakazujejo rahlo konvencionalno prakticiranje ospoljenega prostega časa: tako se zdi, da so fantje primarno usmerjeni v »šport«, dekleta pa v »ustvarjanje« in »gospodinjstvo«. To spolno razlikovanje med najstniki je presenetljivo morda toliko, kolikor se izraža v polju relativno manj nadzorovanih oziroma v interesnem smislu »od obvez prostih« aktivnosti, kar kaže na ponotranjeni vzorec trajnejših spolnih konvencij. Po drugi strani pa podatek zopet ni tako nenavaden, saj so vzorci retradicionalizacije družb vidni še na številnih drugih družbenih ravneh.

Preferenčne prostočasne aktivnosti med dijaki so rahlo zamenjane v smislu, da ravno tiste, ki niso načrtno strukturirane in strokovno vodene, pridobijo pomen (slika 74). Dijaki tako v večini poročajo, da najpogosteje najraje lenarijo, nato se sprehajajo, na tretjem mestu pa se ukvarjajo s športom. Zagotovo pa so si z učenci osnovnih šol še najbolj podobni glede nizkega obiska kulturnih aktivnosti – velika večina jih praktično nikoli ne obišče galerij ali muzeja (dobrih 40 % dijakov), zelo pa upade tudi ukvarjanje z glasbo oziroma igranje instrumentov, česar nikoli ne počne skoraj 40 % dijakov v našem vzorcu. Vzorci spolnih razlik so praktično enaki, kot smo jih zaznali že med osnovnošolci: s športom se dnevno ukvarja več dijakov kot dijakinj, ki pa pogosteje lenarijo, se sprehajajo in gospodinjijo kot njihovi vrstniki (sliki 75a in 75b).



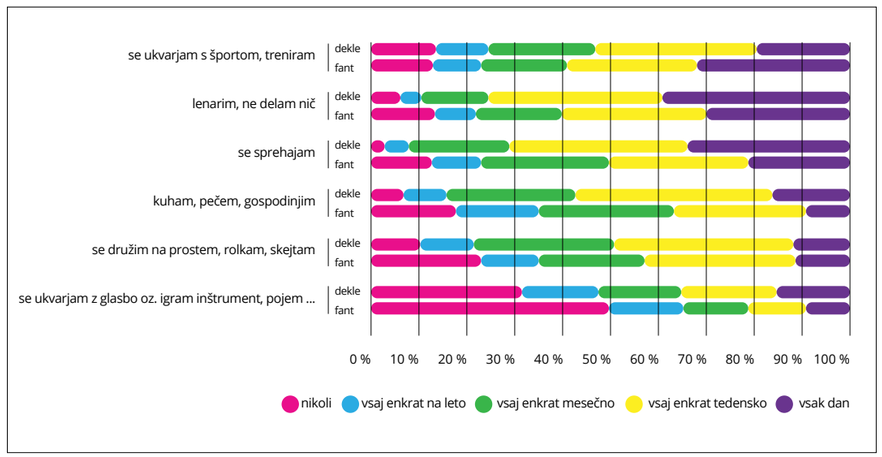
Slika 74:

Aktivnosti dijakov v prostem času



Slika 75a:

Aktivnosti dijakov v prostem času glede na spol



Slika 75b:

Aktivnosti dijakov v prostem času glede na spol

SKLEPNA MISEL

Četudi je globoka mediatizacija sodobnih družb vplivala tudi na mediatizacijo vsakdana mladih, ki ga lahko opišemo skozi koncept kulture spalnice (Livingstone 2007), kolikor seveda drži, da zgornje prakse potekajo za zaprtimi vrati sob današnje mladine, podatki naše raziskave vendarle kažejo, da spalnična kultura nikakor ne implicira tudi socialne izoliranosti mladih. Kultura spalnice, kot je nenazadnje implicitno že v sami sintagmi, je prej proizvod drugih sprememb na ravni socialnih interakcij in njihovih različnih oblik ter enako pomembno uokvirja tako sodobno individualno kot tudi kolektivno življenje mladostnikov.

Čeprav drži, da mladi v digitalnem svetu, tako s pomočjo telefonov kot računalnikov, preživijo precejšen del svojega dneva (gl. zgoraj), pa tega ne gre tolmačiti kot preprosto izoliranost. Kot namreč kažejo podatki tukajšnje raziskave, mladi družbena omrežja v pomembni meri uporabljajo prav za ohranjanje vrstniških stikov oziroma jih uporabljajo tudi skupaj z vrstniki, ki jih poznajo tudi sicer, čeprav so v obeh primerih precej zanimive razlike po spolu. Tako dekleta kot fantje se v digitalnem svetu radi družijo in to počnejo precej pogosto, vendar pa za fante, kot kažejo tudi druge raziskave (Lenhart et al. 2015), to druženje v veliki meri poteka preko videoiger. Še več, za razliko od pogostih stereotipov o igričarjih kot »socialnih izločencih«, ki v samoti svojih sob živijo predvsem v »virtualnem svetu«, se igranje videoiger v pretežni meri kaže kot pomembna družabna dejavnost. Med dijaki je tako velika večina poročala o tem, da tedensko igrajo videoigre (71 % fantov), o igranju videoiger skupaj z vrstniki pa jih je poročala več kot polovica (55 %), enako velja za več kot tretjino (38 %) dijakinj, ki videoigre igrajo tedensko, dobra petina pa to počne skupaj z drugimi vrstniki (20 % dijakinj).

Hkrati pa tukajšnja raziskava vsaj v nekaterih primerih ne potrjuje skrbi glede pomanjkljivega gibanja otrok na prostem in neukvarjanja mladih s športom, saj gre za aktivnosti, ki ju vsaj osnovnošolci v naši raziskavi najpogosteje prakticirajo. Bolj zaskrbljujoč se zdi podatek, da so osnovnošolci in tudi dijaki popolnoma neaktivni v institucijah, ki gojijo kulturno in umetnostno vzgojo, saj kot poročajo sami, praktično nikoli ne zahajajo v muzeje, galerije ali na razstave. Celo v uprizoritvene in druge prostore popkulture, kot so kino ali gledališča, mladostniki zaidejo kvečjemu nekajkrat letno, kar je glede na gosto mrežo nacionalnih in lokalnih gledališč, vzpostavljene evropske filmske mreže in številne druge, tudi bolj komercialno zasnovane ponudbe gotovo tema, ki jo velja problematizirati širše. Šolske politike bi se ob obstoječih dnevih kulture torej morale zavzemati za še več kulture in umetnosti v šolah, prav tako pa bi se institucije same morale resneje spraševati o trajnejših načinih za vključevanje mladostnikov v razstavna, galerijska ter muzealska in tudi uprizoritvena okolja. Predvsem pa je primanjkljaj približevanja kulture in umetnosti tudi posledica šibke pokritosti tovrstnih tem v tradicionalnih medijih, ki bi lahko na atraktiven, poučen in raznovrsten način vzgajali mlada občinstva tudi na teh področjih.

Nasploh pa se v raziskavi potrjuje v medijskih študijah že večkrat izpostavljena refleksija, da je za pozornost mladih težko tekmovati, ko je na drugi strani kultura pametnih naprav, prepojena z invazivno močjo družbenih platform, ki uspejo mladostnike ne le »uspešno« nagovoriti, ampak jih znajo tudi popolnoma absorbirati v njihovem še kako natrpanem vsakdanu. Med digitalne zmagovalce spada sicer paleta raznovrstnih platform, ki so si med seboj seveda konkurenčne, hkrati pa je vsaka zase tudi načrtno nišno usmerjena v iskanje novih trendov in specifičnih komunikacijskih formatov, da bi mlade kot izjemno velik trg uporabnikov »na zalogo« ujela v lastno mrežo. Instagram je mogočno komunikacijsko sredstvo v obsežni pokrajini vizualne kulture, in čeprav je za njegovo prepoznavnost ključen njegov vizualni vidik, ta ni edini. TikTok se po drugi strani promovira kot platforma za »kreativno samoizražanje« in kot »globalna platforma za zabavo«, tehnično gledano pa ga zaznamuje princip deljenja in objavljanja kratkih videov, pri čemer gre zgolj za nadaljevanje predhodnega vznika vizualnega obrata v družbenih medijih (Gibbs idr. 2015), ki so ga že prej vzpostavili vlogi, selfiji ipd.

Pri tem seveda ne gre pozabiti, da so trenutno popularne platforme nenehno spreminjajoče se in fluidne tvorbe, kar je že pred desetletjem poudarila van Dijck (2013). In četudi so na voljo že dalj časa, niso bile od nekdaj atraktivne za mladostnike. Uradno sicer drži, da je starostna meja pri večini platform 13 let, a kljub tej formalni ureditvi vemo, da so Instagram, Facebook, TikTok in številne druge polne otrok, četudi otroci tam nimajo lastnega profila. Deljenje osebnih zgodb, družinskih posnetkov in fotografij še pred rojstvom otroka in takoj zatem je družbeno

normalizirana oblika t. i. sharentinga, ki jo generirajo starši in odrasli, ne le mladostniki sami, k temu pa pripomore še množica vplivnežev in drugih promocijskih akterjev.

Tudi zato velja platforme in njihovo razširjenost ter popularnost razumeti v kontekstu raznolikih medijskih sprememb in novonastajajočih medijskih kultur, ki niso omejene z demografskimi kategorijami (Leaver idr. 2020: 5). Skoraj gotovo pa lahko ugotovimo, da pri teh spremembah ne gre pretežno za posledice tehnoloških zmogljivosti ter za rezultat praks, ki jih omogoča in spodbuja medijska ekologija v svoji aktualni komodificirani obliki, temveč moramo te premike interpretirati v kontekstu širših kulturnih sprememb, povezanih predvsem s hegemonijo neoliberalne kulture, kot se udejanja v platformski družbenosti (gl. Luthar idr. 2022).

LITERATURA IN VIRI

- Bolin, G. (2014): The death of the mass audience reconsidered. From mass communication to mass personalization. V: S. Eichner in E. Prommer (ur.), Fernsehen: Europaeische Perspektiven, 159–172. Konstanz: UVK.
- Bourdieu, P. (2004): Oblike kapirala. V: F. Adam in M. Tomšič (ur.): Kompendij sociooloških teorij, 311–324. Ljubljana: Študentska založba.
- Gibbs, M., J. Messe, M. Arnold, B. Nansen in M. Carter (2015): # Funeral and Instagram: Death, Social Media and Platform Vernacular. Information, Communication & Society, 18, 3: 255–268.
- Heppt, B., M. Olczyk in A. Volodina (2022): Number of books at home as an indicator of socioeconomic status: Examining its extensions and their incremental validity for academic achievement. Social Psychology of Education, 25: 903–928.
- Jontes, D. (2017): Televizijska občinstva v večkanalnem okolju: fragmentacija, spol in (ne) spremenjena vloga sporeda. Teorija in praksa: revija za družbena vprašanja, 54, 3/4: 668–686.
- Katz, E. (2009): The End of Television? The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science Series, 625: 6–18.
- Leaver, T., T. Highfield in C. Abidin (2020): Instagram: Visual Social Media Culture. Cambridge: Polity Press.
- Lenhart, A., Smith, A.., Anderson, M., Duggan, M., Perrin, A. (2015): Teens, Technology and Friendships. Pew Research Center.
- Luthar, B., M. Pušnik in D. Jontes (2022): Branje v polimedijskem okolju in (nove) oblike generacijske subjektivacije. Družboslovne razprave, 38, 100: 85–107.
- Oblak Črnič, T. (2018): Kulturna in družbena angažiranost v kontekstu digitaliziranega vsakdana: raziskava mladih v Ljubljani. Družboslovne razprave, 34, 88: 7–32.
- Oblak Črnič, T., K. Koren Ošljak in N. Šušterič (2022): Medijski repertoarji v času navzkrižnih medijskih praks: študija med osnovnošolci in dijaki. Družboslovne razprave, 38, 100: 23–54.
- Oblak Črnič, T., B. Brečko, K. Koren Ošljak in J. Plaskan (2023): Medijska kultura in digitalni vsakdan mladih. 1. del: Prisotnost, rabe in regulacija digitalnih tehnologij v družinah in šolah. Ljubljana: Založba FDV.
- OECD (2016): PISA 2015 Results (Volume I): Excellence and Equity in Education. Paris: OECD Publishing.
- OECD (2019): PISA 2018 Results (Volume II): Where all Students Can Succeed. Paris: OECD Publishing.
- Turner, G. in J. Tay (2009): Introduction. V: G. Turner in J. Tay (ur.), Television Studies After TV, 1–6. London: Routledge.
- Valdovinos Kaye, D. B., J. Zeng in P. Wikistrom (2022): TikTok: Creativity and Culture in Short Video. Cambridge: Polity Press.
- Van Dijck, J. (2013): The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media. Oxford: Oxford University Press.
- Van Dijck, J., M. de Waal in T. Poell (2018): The Platform Society: Public Values in a Connective World. Oxford: Oxford University Press.