

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Nataša Mahne

**VPLIV MEDIJEV NA SOCIALNO VKLJUČENOST
SLOVENSKE MLADINE V 21. STOLETJU**

DIPLOMSKO DELO

LJUBLJANA, 2005

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Nataša Mahne

Mentor: izr. prof. dr. Vlado Miheljak

**VPLIV MEDIJEV NA SOCIALNO VKLJUČENOST
SLOVENSKE MLADINE V 21. STOLETJU**

DIPLOMSKO DELO

LJUBLJANA, 2005
VSEBINSKO KAZALO

1. UVOD	4
2. 1. SOCIOLOŠKA TEMATIZACIJA MLADOSTI.....	6
2. 1. 1. OBLIKOVANJE MLADINE KOT SOCIOLOŠKE SKUPINE – SLOVENIJA ..	6
2. 1. 2. KRITIČNOST SLOVENSKE MLADINE	8
3. SOCIALNA VKLJUČENOST IN SOCIALNA IZKLJUČENOST	11
3. 1. PROCES INTEGRACIJE V DRUŽBO	13
4. DRUŽBENI POLOŽAJ MLADIH	15
4. 1. VREDNOTE IN INTERESI MLADIH	15
4. 2. ZANIMANJE ZA POSAMEZNA PODROČJA.....	17
4. 3. ZAPOSLENOST MLADIH	19
4. 4. STALIŠČA DO RAZLIČNIH ŽIVLJENJSKIH PODROČIJ	21
4. 5. PROBLEMI MLADIH.....	22
4. 6. PROSTI ČAS	23
4. 7. ODNOSI V ZASEBNEM ŽIVLJENJU IN ODNOS DO INSTITUCIJ	25
4.7.1. ODNOSI V ZASEBNEM ŽIVLJENJU	25
4.7.2. ODNOS DO INSTITUCIJ	26
4. 8. ODNOS DO TELESA IN NAKUPOVALNE NAVADE	27
4.8.1. ODNOS DO TELESA	27
4.8.2. NAKUPOVALNE NAVADE.....	28
4. 9. POLOŽAJ SOCIALNE VKLJUČENOSTI SLOVENSKE MLADINE	28
5. VPLIV MNOŽIČNIH MEDIJEV NA MLADINO	29
5. 1. MNOŽIČNI MEDIJI V POSTMODERNI DRUŽBI.....	29
5.2. VIDIKI MEDIJSKEGA VPLIVA	31
5. 2. 1. MEDIJSKE VSEBINE NAREKUJE DRUŽBENA ELITA.....	34
5. 3. KVANTITATIVNA ANALIZA	35
5. 3. 1. VPLIV MEDIJSKIH VSEBIN IN OGLASOV NA VREDNOTE MLADIH.....	36
5. 3. 2. VPLIV UPORABE INTERNETA NA ZANIMANJE ZA TEME JAVNEGA ZNAČAJA.....	39
6. ZAKLJUČEK	41
7. LITERATURA IN VIRI	42

1. UVOD

Mladina je sociološki termin, ki je v slovarju slovenskega knjižnega jezika razložen kot: »mladi ljudje, zlasti med štirinajstim in petindvajsetim letom« (SSKJ, 2000).

Definiramo jo kot obdobje med otroštvom in odraslostjo, ki predstavlja pomembno prehodno obdobje od ene k drugi fazi življenja. Mladost je vezana na nekatere sociopsihološke procese oblikovanja osebnosti in vraščanja posameznika v družbo, ki jih razumemo pod pojmom adolescenca. Mladost je razvojni premor, moratorij v razvoju, ki dopušča posamezniku eksperimentiranje s socialnimi vlogami, iskanje njegovega mesta v družbi (Globočnik v Bučar Ručman, 2004: 25).

Kot vsak družbeni dosežek tudi sociokulturno osamosvajanje mladih ni samo po sebi razumljiva stvar. Je rezultat kompleksnih zgodovinskih dogajanj in socialnih nasprotij ter vztrajnih in napornih prizadevanj posameznikov in posameznic ter skupin (Gillis, 1999: 251-252).

V svojem diplomskem delu se bom osredotočila predvsem na umeščanje mladih v družbo. V začetnem delu bom predstavila proces konstituiranja mladine in oblikovanje generacijske skupine mladih na evropskih tleh in v Sloveniji. V nadaljevanju se bom usmerila v raziskovanje družbenega položaja slovenske mladine v postmoderne družbi. Opredelitev družbenega položaja mladih bom začela s predstavitvijo »alternativ«, ki jih imajo mladi, to sta socialna vključenost ali socialna izključenost. Nadaljevala bom pa s predstavitvijo značilnosti postmoderne družbe in njenih zahtev v procesu integracije mladih v odraslost, kjer bom izpostavila proces individualizacije. Empirični del socialnega položaja mladih bom začela s postavitvijo hipoteze, da »Slovenska mladina je na začetku 21. stoletja socialno izolirana.« Dejansko mesto mladih bom predstavila na osnovi kvantitativne analize podatkov raziskave Mladina 2000, katero je načrtovala in izvedla raziskovalna skupina Centra za socialno psihologijo, Fakultete za družbene vede v Ljubljani.

V zadnjem delu bom opisala vlogo množičnih medijev v postmoderne družbi, vidike medijskega vplivanja, ki ga imajo na občinstvo ter zaključila z drugo kvantitativno analizo

podatkov raziskave Mladina 2000, ki bo pokazala dejanski vpliv vsebine medijev na socialno vključenost slovenske mladine.

2. KONSTRUKCIJA MLADOSTI IN MLADINE

Mladost se je kot sociološka kategorija konstruirala šele na koncu 19. stoletja in na začetku 20. stoletja, kar pa ne pomeni, da pred tem mladosti niso poznali. Mladost je poznana tako v tradicionalnih kot v modernih družbah. Vse družbe pod tem pojmom poznajo obdobje med otroštvom in odraslostjo.

V tradicionalnih družbah v času mladosti odrasli na mlade prenašajo verska in ideološka prepričanja, običaje, jih učijo o odnosu moški ženska in o položajih, ki ga v družbi zasedata.

V predindustrijski družbi je bilo predhodno obdobje pred odraslostjo namenjeno izučitvi poklica. Mladi fantje so odhajali h kmetom ali obrtnikom in se tam izučili kmečkega ali obrtniškega poklica ter se tako pripravljali na prevzem kmetije ali obrtniške delavnice, katera jim je dokončno pripadla s poroko. S tem dobijo tudi dolžnost, da skrbijo za starše. Dekleta so se v času mladosti z odhodom k tujim družinam učile gospodinjskih opravil in se s tem pripravljale na odraslost, ki je tudi za njih nastopila s poroko.

V tem obdobju razvoj posameznika ni bil sestavljen iz sosledja spolnega dozorevanja, oblikovanja osebnosti ter za tem odločitve o poklicu, izbiri partnerja, političnih dejavnosti in ostalih družbenih vlog. Vse te naloge so se sočasno odvijale. To pomeni, da ni bilo razlike med adolescenco in mladostjo. »Meje, ki so določale mladost so bile nenatančne, ni bilo splošno prepoznanih starostnih stopenj kot v današnji družbi« (Gillis, 1999: 14). Vzrok za to je bil, da ni bilo obveznega šolanja, ki bi zamaknilo dostop do dela, zaradi omejene družbene mobilnosti, pa je bilo mladim odvzeta možnost za izbiranje poklica. Tako je veliko dečkov sledilo očetovi poklicni poti brez razmišljanja o drugih možnostih.

Naslednje obdobje, ki je vplivalo na družbeno dojetje mladosti je bilo razsvetljenstvo. V tem obdobju je nad vero prevladal razum in znanost, kar je vplivalo na vzpon meščanskega individualizma in odkritje mladosti in otroštva kot posebni družbeni dimenziji.

Od tega obdobja dalje mladost pomeni socialno nadaljevanje otroštva, premik odraslosti v kasnejše obdobje ter obdobje socialnega eksperimentiranja s seboj in s socialnim svetom. To so izkoristile različne vzgojne in pedagoške institucije, zlasti šole, ki so okupirale obdobje mladosti z namenom, da bi tako mlade bolje pripravile na zahtevna, zlasti nefizična dela v odraslosti. Specializacija in funkcionalizacija modernih družb sta povzročili, da se je prvotno otroštvo, v katerem je vzgojno in izobraževalno delovala skoraj izključno samo družina, raztegnilo daleč čez zaključek biološkega dozorevanja. Teh procesov pa družina ni mogla več obvladovati in nadzorovati. Angažirale so se posebne vzgojno izobraževalne institucije, znanost, mediji, socialno zdravstvene institucije itd. (Ule v Mihelj, 2002: 9).

2. 1. SOCIOLOŠKA TEMATIZACIJA MLADOSTI

Na začetku 20. stoletja je prišlo do sociološke tematizacije mladosti ter skozi stoletje se le-ta dokončno konstituira. Takrat se prvič pojavi ideja o mladosti kot posebnem življenjskem obdobju. »Prvi se jo je dotaknil S. Hall v svoji monumentalni študiji z naslovom On Adolescence (1904) in jo poimenoval z besedo "adolescenca". Označil jo je kot viharško obdobje, polno stresa in uporov mladih proti različnim avtoritetam« (Ule, 1996: 17). Mladost je dokončno priznana kot formativno življenjsko obdobje skozi katerega ima posameznik možnost, da najde svojo identiteto in se z njo skuša umestiti v družbeno življenje odraslih, kjer sprejema svoje socialne vloge in naloge in ga tudi ostali z le-temi sprejemajo.

Za oblikovanje identitete je bistveno, da se posameznik čuti odgovoren in da mu družba priznava funkcijo in položaj kot osebi, katere postopna rast ima nek smisel in sicer smisel predvsem v očeh ljudi, ki so zanj najpomembnejši. Uspel razvoj identitete v adolescenci se konča v identiteti jaza. Vendar pa ta razvoj ne poteka gladko, temveč vodi posameznika v bolj ali manj težavne »identitetne krize« (Ule, 1988: 20).

2. 1. 1. OBLIKOVANJE MLADINE KOT SOCIOLOŠKE SKUPINE – SLOVENIJA

Za oblikovanje socialne skupine ne zadošča, da so člani neke družbe generacijsko povezani, rojeni v določenem obdobju. »Neka generacija postane »generacijska enota«, kadar pripada istemu zgodovinsko socialnemu prostoru, participirati mora na aktualnih socialnih in duhovnih interakcijah in imeti skupno predelavo doživljajev in izkustev. Generacijske enote razvijajo solidarnost in skupno zavestno delovanje, poznajo skupne interese« (Ule, 1988: 16).

Za analiziranje slovenske mladine moramo najprej ugotoviti ali je v Sloveniji sploh oblikovana kot generacijska skupina. Na osnovi družbeno-zgodovinskih dejstev lahko rečemo, da se je slovenska generacijska skupina mladine oblikovala konec druge svetovne vojne. Takrat je oblast pri graditvi socializma velik pomen dajala mladini. Na svojo stran so jo želeli pritegniti s tem, da so jim dali zadolžitve pri povojni obnovi in napredku države.

Prva naloga mladih je bilo učenje, druga pa delo oziroma pripravljenost na prostovoljno mladinsko delo v brigadah in pri drugih oblikah povojne množične obnove. Slovenska družba je po vojni razmeroma hitro napredovala, kar je mladim omogočalo, da so v njej doživeli precejšnja in nagla socialna napredovanja, izboljšali materialni standard ter da so se jim povečale možnosti izobraževanja in zaposlitve. To je bil vzrok, da so se mladi identificirali z družbenim sistemom, saj jim je le-ta zagotavljal socialno varnost. Mladi so svojo pripadnost kazali z velikim »socialnim konformizmom«, to pomeni, da so bili mladi večinoma pripravljeni privoliti na marsikatero pritiske oblasti, ker so vendarle videli pozitivno perspektivo v dani družbi.

V prvih povojnih zapisih je bilo razvidno povečevanje mladine, saj je slovenska mladina množično sodelovala pri revolucionarnih spremembah družbe, ne le po drugi svetovni vojni, ampak tudi med njo. Opredelili so jo kot silo napredka, ki je najbolj zainteresirana za socialistično revolucijo. Vendar zasluge za oblikovanje razmeroma homogene družbene skupine lahko pripišemo »pritisikom ideoloških in političnih institucij, ki so nadzorovale vsa področja vzgojno-izobraževalnega dela in obnašanja mladine. Zato sta bila delovanje in razmišljanje mladih v Sloveniji neposredno podrejena dominantnim družbenopolitičnim strukturam« (Ule v Gillis, 1999: 273).

Mladinska organizacija je bila čista transmisija partije in drugih političnih organov. Njen cilj ni bil predstavljen kot zastopanje interesov v družbi, saj po tedanjem prepričevanju mladi niso imeli svojih posebnih interesov. Tako se je mladina v Sloveniji izoblikovala v generacijsko skupino na osnovi ideoloških idej konec druge svetovne vojne.

2. 1. 2. KRITIČNOST SLOVENSKE MLADINE

Naklonjenosti mladih do socialističnega sistema, kateri ji je celo omogočil, da se konstruira, je ponehala v šestdesetih letih in se nadaljevala vse do konca osemdesetih let.

V sredini šestdesetih let so se v svetu pojavila študentska gibanja, ki so pretresla svetovno politiko in javnost. V državah, kjer so vladali socialistični sistemi, so razbila dotedanjo homogenost družbe in postavila pod vprašaj vladavino komunističnih partij. Mladinska gibanja so nastopala z zahtevami po »demokratizaciji« socializma, po večji ekonomski liberalizaciji, odpravi cenzure in policijske represije nad opozicijskimi skupinami, po svobodi v umetniškem in znanstvenem ustvarjanju, avtonomiji univerze, po večji odprtosti do tujine (Ule v Gillis, 1999: 276).

Študenti svoje zahteve niso predstavljali kot zgolj pomembne za njih same, ampak so jih predstavljali kot splošno družbeno pomembne. Takšno nasprotovanje so pokazala tudi slovenska študentska gibanja, ki so zaslužna za začetek demokratizacije slovenske družbe. Kljub tako velikim zaslugam so bila gibanja notranje neenotna, razcepljena na različne idejne in politične usmeritve ter se niso povezovala z drugimi demokratičnimi gibanji v Sloveniji. Po njihovih prvih uspehih tako ni bilo možno nadaljevati dejavnosti, saj so se razsula v množico nepovezanih in svojevrednih početij.

V sedemdesetih letih je jugoslovanska oblast javna nasprotovanja političnemu sistemu skušala zatreti, tako da je prišlo obdobje obračuna z liberalizmom, čistk v političnih krogih, med inteligenco na univerzah, odprave študentske organizacije, v izobraževalni sistem so vsiljevali ideologijo, v šolstvu so uvajali reforme, ki so usmerjale izobraževanje. Vse to je povzročilo zmanjšanje političnega vpliva univerze v Ljubljani. Kljub vsemu je ljubljanskim študentom uspelo ohraniti nekaj institucij, ki so ohranjale stik s študentskim gibanjem in so študente seznanjale z dogajanjem po svetu. Tu so bili predvsem študentski mediji: časopis Tribuna, Radio Študent, Študentski kulturni center. V njih so se utrdili najbolj prodorni in vplivni teoretiki, novinarji, oblikovalci kulturnih scen, ki so postopno širili svoj vpliv na celotno mladino, ne le na študente. Tisti, ki so šli skozi »šolo« študentskih gibanj in ki so delovali v študentskih medijih so pripomogli k okrepitvi alternativnih mladinskih gibanj Zveze socialistične mladine in glasila Mladina. Ti ljudje so bili jedro študentskega gibanja, ki so se od srede sedemdesetih let naprej odmaknili od nekaterih levičarskih in marksističnih idealov

študentskega gibanja in so iskali nove teoretske usmeritve, ki bi bile primernejše za kritično analizo in spremembo takratnih družbenih razmer.

Skozi razvoj mladinskih gibanj se je zmanjševal vpliv ideologije, ki jo je povojna oblast vsiljevala mladini in ostali javnosti. Oblast je na njej gradila svojo prihodnost, saj jo je povelečevala in ji celo pripisovala zasluge povojnega družbenega napredka. Mladina pa ji je svojo hvaležnost izkazala z nasprotovanji sistemu in s prebuditvijo ostale kritične javnosti. Študentska gibanja so tako vnesla razkol v političnoideološki kozmos družb, ki se nikoli več ni »zacementirala« nazaj. Iz teh procesov so se v sedemdesetih v Sloveniji začeli razvijati začetki neodvisne civilne družbe in neodvisne kritične politične javnosti. Zlasti razvoj mladinskih gibanj v Sloveniji kaže, da prehod od študentskih gibanj k novim družbenim gibanjem in nato k prenovitvi in radikalizaciji mladinske organizacije, različnim civilno družbenim zvezam in odborom ni šel skozi rez, temveč po poti notranje spremembe pobud, ki so rasle predvsem iz študentskega gibanja. Teža novih ekonomskih, ekoloških in političnih problemov, ki so rasli iz rušenja blokad in fasad političnega sistema v Sloveniji v sedemdesetih, je sama silila mlade, da na novo premislijo tedanje stanje (Ule v Gillis, 1999: 277, 278).

Mladi so v osemdesetih letih nadaljevali s spontano modernizacijo in avtonomno dejavnostjo. Zavzemali so se zlasti za politični pluralizem. Mladinska gibanja v osemdesetih so bila predstavnik drugačne kulture, zabave, novega znanja in informacij ter politične kulture. Razvijali so nova civilnodružbena gibanja in organizacije formalnega in neformalnega tipa. Tako so mladinska gibanja pomenila družbeno in politično uveljavljanje vedno bolj samosvoje sociokulturne in politične mladinske scene.

Konec osemdesetih let so se v Sloveniji začele družbene spremembe. Slovenija je bila v osemdesetih letih razmeroma intenzivno in močno povezana z razvitim svetom.

»Hitra deagrarizacija, urbanizacija, izgradnja gostega prometnega in komunikacijskega omrežja so omogočile hitro alokacijo kapitala, sredstev, delovne sile, tudi znanja« (Ule, 1988: 138).

V Sloveniji so se začele težnje po sledenju razvitega sveta, do tega cilja pa sta vodili dve modernizaciji. Prva je bila uveljavitev osnovnih ekonomskih zakonitosti, pravni red v družbi, funkcionalno delovanje institucij oziroma celotnega družbenega sistema. Povedano z drugimi besedami gre tu za »birokratizacijo« družbe, težnja k normalnemu delovanju institucij države

in gospodarskih subjektov, ki sledijo določenemu formalnemu redu. Druga modernizacija pa je bila bolj neposredno povezana s približevanjem poindustrializaciji. Za doseganje le-te je Slovenija izbrala pot instrumentalne racionalnosti, birokratske organizacije in omejitve posegov države v ekonomijo in življenjski svet ljudi (Ule, 1988: 139).

V tem obdobju se mladina pojavlja kot neenotna. Pojavijo se razlike med urbano in ruralno mladino, med bolj in manj izobraženo mladino, med mladimi delavci, nezaposlenimi in študenti.

Mladi iz nerazvitih okolij še doživljajo mešanico tradicionalne mladosti in pogledov na življenje ter pritiskov prve modernizacije, ki sili ljudi, da se podredijo formalnim mehanizmom in institucijam države, ekonomskega in pravnega reda zlasti še discipliniranju v industrijski proizvodnji. To se zlahka povezuje s tipičnimi realsocialističnimi pretvezami o državi kot vseobvladujočem birokratskem ustroju, ki obvladuje vse probleme ipd. Mladi iz razvitejših okolij pa doživljajo mešanico pritiskov prvotne modernizacije in nove modernizacije, ki prvo relativizira. Del mladih sledi načelom industrializma, zlasti strogemu ločevanju zasebnosti od javnega življenja in izkorišča omejene otroke svobode, ki so dopuščeni socialnemu otroštvu. Drugi pa sledijo novim načelom »poindustrializma« in ukinjajo status mladosti in mladinskosti (Ule, 1988: 140).

V javnomnenjski raziskavi, ki je bila v osemdesetih letih opravljena na območju nekdanje Jugoslavije so prišli do ugotovitev, da se je slovenska mladina v podobnosti bolj približala takratni zahodnoevropski mladini kot pa mladini drugod po Jugoslaviji. Raziskava je pokazala, da so se mladi začeli pomikati v zasebni svet, kar pomeni, da so se oddaljevali od tradicionalizma, avtoritarizma in so kazali želje po izgradnji svojega lastnega stila življenja, ki bi odstopal od takratnega socialnega, idejnega in normativnega vzorca (Ule, 1988: 141).

V nadaljevanju bom predstavila kako je spreminjanje družbenega sistema vplivalo na socialno integriranost slovenske mladine, podrobneje opredelila sam pojem socialne vključenosti in izključenosti ter predstavila proces odraščanja v današnji družbi, ki od mladih zahteva vse večjo individualizacijo.

3. SOCIALNA VKLJUČENOST IN SOCIALNA IZKLJUČENOST

»Družbeno vključevanje v sodobnih družbah temelji na »kultu performansa«, tj. kreativne igre posameznika ali posameznice s pomočjo socialnih vlog in identitet. Temelji na mobilizaciji osebnosti, na poistovetenju posameznika ali posameznice z lastnim delom, dejavnostjo, delovanjem. Posameznik in posameznica razvijata »strateški jaz«, s tem pa postajata bolj ranljiva, bolj izpostavljena različnim spremembam in premikom v pogojih in oblikah delovanja, bolj občutljiva na spremembe« (Ule, 2000: 39)

Socialna izključenost je pojem, ki je prišel iz politike, iz evropskih institucij. Evropska komisija ga je prevzela iz francoske rabe sredi sedemdesetih let za ljudi, ki jih ne pokriva socialno zavarovanje. Iz politično korektne govornice evropskih institucij se je ta pojem razširil tudi na področje sociologije in socialnih politik, ne da bi ga poprej dobro analizirali.

Ta pojem se uporablja tudi v raziskavi Eurobarometer. Tanja Renner (Renner v Oberstar in Kuzmanić, 2003:166) je mnenja, da so anketiranci in anketiranke raziskave vsebino pojma bolje razložili kot evropska politična in strokovna »elita«. Socialno izključenost so namreč razumeli ne toliko kot objektivno stanje stvari (kot so: nizki dohodki, revščina, nezaposlenost, odvisnost od socialnih podpor itn.), ampak bolj kot občutek pomanjkanja družbenega priznanja oziroma kot občutek pomanjkanja dostojanstva, kot občutek nemoči, da bi lastno situacijo lahko sami spremenili.

To definicijo bi dopolnila še z definicijo Mirjane Ule (Ule, 2000: 39), ki za družbeno izključevanje pravi, da »temelji na novih izkušnjah in oblikah revščine, ki jih bolj kot materialno pomanjkanje in nezaposlenost določajo primanjkljaj alternativ, volje in motivacije ter revna predstava o možnem drugačnem življenju. Ekonomsko ogrožen posameznik je ogrožen tudi v vseh svojih socialnih odnosih; od medosebnih odnosov do odnosov z institucijami. Zato je vse bolj globalno socialno izključen. Zanimivo pa je, da ga s socialno vključenim posameznikom povezuje slabitev socialnih vlog in negotovost njegove osebne in socialne identitete. Razlika je v tem, da socialno vključen posameznik to doživlja kot izbiro med tveganji, ki lahko prinesejo tako dobiček kot izgubo, medtem ko jo socialno izključen posameznik doživlja kot izbiro med nevarnostmi in identitetnimi izgubami.«

Posameznik se v današnji družbi, ki je polna zahtev po pozitivni samopodobi, emocionalni stabilnosti, jezikovnih in komunikacijskih spretnosti, znanju tujih jezikov, razgledanosti in uporabi računalniških znanj in ostale sodobne tehnologije lahko znajde v situaciji, ko čuti pomanjkanje vseh teh lastnosti in sposobnosti in tako pade v individualizirano revščino ter se ne počuti dovolj močnega, da bi se uprl potiskanju na družbeni rob. To povzroča, da postajajo globalno socialno odvisni ter globalno izločeni iz večinske družbe in kulture.

Nove oblike socialnega razlikovanja in izključevanja močno prizadenejo mlajše generacije, ki šele vstopajo v produktivno življenje in se soočajo s pomanjkanjem izkušenj, znanja, denarja, socialnih podpornih mrež. Mlade, ki se znajdejo v novih oblikah revščine, loči od tradicionalne »proletarske mladine« v industrijskih družbah odsotnost specifičnih »proletarskih« subkultur in socialni mrež, ki je mladim nižjih družbenih slojev še tja do osemdesetih let tega stoletja ponujala različne oblike solidarnostne pomoči ter podpore in jim dajal vsaj vtis kolektivne moči. To pomeni, da socialno ogroženih mladim in mladim, ki jim grozi dolgotrajna nezaposlenost, manjkajo pomembni dejavniki socialnega imunskega sistema, namreč viri skupinske sociokulturne kreativnosti, skupinska samopomoč in solidarnost vrstnikov. Ena od posledic tega stanja je tudi večja socialna ranljivost mladih iz socialno ogroženih slojev družbe in mladih brez zaposlitvenih možnosti. Mladi so se znašli v primežu med globalizacijo in lokalizacijo. Medtem ko jih globalizirana mladinska kultura in težnje po individualizaciji življenja silita v globalizacijo življenja, pa jih negotovost zaposlovanja in novih oblik revščine silita v lokalizacijo in marginalizacijo (Ule, 2000: 39,40).

Socialno izključenost po definiciji, ki sta jo podala Bhala in Lapeyre (Zavratnik Zimic, 2000: 834) ločimo na tri dimenzije, in sicer na ekonomski vidik, kjer se socialna izključenost kaže v izključevanju s trga dela in posledično izostanka osebnega dohodka. Naslednja je družbena dimenzija, ki zajema pomanjkanje participacije določenih družbenih skupin v procesu odločanja, procesu marginalizacije deprivilegiranih družbenih skupin ter neenakih možnosti teh skupin v primerjavi z ostalimi. Nazadnje lahko socialno izključenost gledamo še s političnega vidika. Pri tem vidiku igra veliko vlogo »izključevalca« država, ki s svojo politiko in sprejemanjem pravnih aktov določa politične in civilne pravice.

3. 1. PROCES INTEGRACIJE V DRUŽBO

»Posameznik, ki skuša slediti intencam informacijske modernizacije, je tako rekoč prisiljen k individualnemu, osebnemu stilu življenja, dela, učenja itd. Nenehno se mora potrjevati kot »izviren«, kot »kreativna oseba«, kot »fleksibilen« delavec itd. Če tega ne more prenesti, slej ko prej izpade iz konkurenčnega boja za kreativna delovna mesta, za doseganje dobrega standarda itd. in pristane v množici tistih, ki živijo od slabo plačanih, predvsem pa neperspektivnih služb ali pa ostanejo brez dela« (Ule, 1995: 49).

To povzročajo nove oblike socialnega izključevanja in razlikovanja, ki ne temeljijo več na tradicionalnih vrednotah, kot so patriarhalnost družin, tradicionalna morala, vloga ženske v družini, življenjski stili so se preoblikovali in postali vse bolj dinamični. Vse te spremembe življenjskega poteka so Ulrich Beck, Anthony Giddens in Zygmunt Bauman poimenovali s pojmom individualizacija. Vsi trije so bili enotnega mnenja, da življenja v razvitih zahodnih industrializiranih družbah, med katere štejemo tudi Slovenijo, ne moremo enostavno napovedati iz neodvisnih spremenljivk, kot so izobraževanje, družbeno poreklo, spol, etničnost itd. Namesto tega je življenje postalo bolj negotovo in tvegano zaradi različnih destabilizirajočih vplivov visoke oz. pozne moderne. Sugerirajo, da ni več fiksnih, stabilnih življenjskih načrtov, ki bi jim posamezniki sledili, namesto tega so življenjski poteki fragmentirani in bolj individualizirani (Ule, Kuhar v Mihelj, 2002: 46).

Individualizacija zadeva primarno tri dimenzije (Beck v Ule, 2000: 31,32):

- **dimenzijo osvobajanja:** osvobajanje posameznikov in posameznic od zgodovinsko predoločeni družbenih oblik, od tradicionalnih odnosov gospodovanja in oskrbovanja,
- **dimenzijo odčaranja:** izguba tradicionalnih gotovosti in transparentnosti kako kaj storiti, izguba zaupanja v vodilne družbene norme;
- **dimenzija nadzora oziroma reintegracije:** pojav nove vrste družbenih povezav in odnosov med ljudmi, ki jih le-ti oblikujejo v skladu s svojimi osebnimi interesi, hotenji, predvsem življenjskimi stili

Ulrich Beck, Antony Giddens in Zygmunt Bauman so se strinjali, da je biografija reflektivni projekt. Ključnega pomena za oblikovanje in preoblikovanje identitete so življenjski stili in potrošnja. Vsi trije avtorji poudarjajo, da ljudje definirajo sami sebe

skozi sporočila, ki jih posredujejo drugim z dobrinami in s praksami, ki jih imajo v lasti in jih razkazujejo. Z manipulacijo oz. upravljanjem z zunanjim videzom torej ustvarjajo in ohranjajo svoje sebstvo. V svetu, v katerem je na razpolago vedno več proizvodov, postaja identiteta vedno bolj stvar osebne izbire lastnega imidža. Posamezniki so po mnenju omenjenih avtorjev primorani, da svojo identiteto izberejo. Vsak avtor pa vidi izvor procesa individualizacije drugje. Beck jo povezuje s pojavom fleksibilnosti v industrijski družbi in na trgu dela. Bauman jo vidi kot rezultat moralne, spiritualne in intelektualne krize sprevržene modernosti. Giddens pa gleda nanjo kot na normalno postavko modernosti (Ule, Kuhar v Miheljak, 2002: 47).

»Intenzivna individualizacija ima dve pomembni komponenti: prvič, pomeni odvisnost od trga v vseh dimenzijah življenja; in drugič postanejo osebno odgovorni za svoje biografije. Biografije niso več standardne, temveč postanejo izbirne in samo-refleksivne« (Ule, Kuhar v Miheljak, 2000: 47).

Mladi v procesu odraščanja skušajo pridobiti vse več znanja in sposobnosti, si oblikovat svoj lasten življenjski stil in se s tem integrirati v »družbo odraslih« in v njej skušali delovati povsem avtonomno. Morch je obdobje odraščanja opredelil glede na družbeni sistem. Za današnji čas je uporabil model konstrukcije mladosti in z njim prispeval k razumevanju osnov sodobne mladosti. V mladosti poteka iskanje avtonomnosti. Morch je to iskanje opisal kot obdobje, v katerem se morajo mladi sami najti. Sodobno življenje ponuja veliko možnosti, zato je mladim še toliko težje se odločiti katero pot izbrati, da jih bo pripeljala do družbene integracije. V procesu »izbire« igrajo veliko vlogo vrstniki, ki izolirajo mlade, ki se ne obnašajo »prav«. Starši so v tem procesu le opazovalci in pri tem upajo na individualni uspeh. V proces družbene integracije je vpletenih več institucij npr. trg delovne sile, šola, družina in druge socialne institucije. Sam proces je zelo odprt, saj ponuja veliko poti, kam nas vodi naša pot pa izvemo šele na koncu, pripelje nas lahko k uspehu ali pa k porazu (Ule, Kuhar v Miheljak, 2002: 40-44).

4. DRUŽBENI POLOŽAJ MLADIH

V tem poglavju bom z empiričnimi podatki predstavila kakšno je mesto mladih v slovenski družbi. Analizo stanja bom opravila s pomočjo sekundarne analize kvantitativnih podatkov raziskave Mladina 2000, ki je bila opravljena na začetku decembra 2000 na podlagi reprezentativnega vzorca 1262 anketirancev starih od 16 do 29 let. Raziskavo je načrtovala in izvedla raziskovalna skupina Centra za socialno psihologijo, Fakultete za družbene vede v Ljubljani.

Analiza socialnega položaja slovenske mladine bo potrdila oziroma zavrnila hipotezo: Slovenska mladina je na začetku 21. stoletja socialno izolirana.

Izhajala bom iz »poljudne« definicije socialne izključenosti, ki je opredeljena kot občutek pomanjkanja družbenega pripoznanja oziroma občutek pomanjkanja dostojanstva in nemoči, da bi lastno situacijo lahko sami spremenili, definicije Mirjane Ule, ki za družbeno izključevanje pravi, da nove oblike revščine določajo primanjkljaj alternativ, volje in motivacije ter revna predstava o možnem drugačnem življenju, poleg tega pa še socialni odnosi, to so medosebni odnosi in odnosi, ki jih imajo z institucijami ter iz ekonomskega vidika definicije Bhala in Lapeyre, kjer se socialna izključenost kaže v izključevanju s trga dela. Na osnovi teh treh definicij podajam pokazatelje socialne izključenosti mladih, to so vrednotne usmeritve, interesi za posamezna področja, stališča do različnih življenjskih področij, stopnja brezposelnosti, odnos do telesa, nakupovalne navade, problemi, prosti čas, odnosi v zasebnih razmerjih.

4. 1. VREDNOTE IN INTERESI MLADIH

Mladi življenjski smisel ne iščejo več v ideoloških razlagah, ampak vse večji pomen dajejo subjektivnim pogledom in pravici do lastne individualnosti. Pokazatelj tega so rezultati raziskave Mladina 2000, ki so prikazani v tabeli 4.1. Mladi dajejo največji pomen subjektivnim vrednotam saj je več kot polovica anketiranih pritrnila, da je zanje zelo pomembno zdravje, resnično prijateljstvo, družinsko življenje, svoboda delovanja in mišljenja, uspeh v šoli, nekoliko manj kot polovici, to je 49,2 odstotkov je zelo pomembno, da živijo v miru sami s seboj, med globalnimi vrednotami pa na prvem mestu najdemo svetovni mir, varovanje narave, varnost naroda pred sovražniki, pomembna sta tudi uspeh v

šoli in svoboda mišljenja in delovanja. Med manj pomembna področja se uvrščajo egoistično-materialistične vrednote, kot so imeti moč nad drugimi, biti avtoriteta in materialne dobrine. Lahko bi rekli, da vsak pri sebi išče resnico. »Vrednote danes niso več zgolj omejeni skupki stališč, temveč so opora za življenjske stile«(Ule v Mihelj, 2002: 54).

Tabela 4.1.: Vrednote mladih

Vprašanje se je glasilo: Naštel/a bom nekaj stvari, ki so lahko pomembne za življenje. Povej za vsako od njih posebej, kako pomembna je za tvoje življenje. Ali sploh ni pomembna, je malo pomembna, srednje pomembna, dokaj pomembna ali je zelo pomembna.

Vrednota	Sploh ni pomembna	Malo pomembna	Srednje pomembna	Dokaj pomembna	Zelo pomembna
zdravje	0,2	0,3	2,2	11,0	86,3
resnično prijateljstvo	0,2	0,5	3,1	18,7	77,6
družinsko življenje	0,5	1,3	7,7	21,2	69,3
mir v svetu brez vojnih konfliktov	1,1	2,0	9,5	21,8	65,6
svoboda delovanja in mišljenja	0,4	1,3	8,9	24,5	64,9
varovanje narave	0,5	1,2	11,9	31,1	55,2
uspeh v šoli, poklicu	0,4	1,6	8,9	35,8	53,3
živeti v miru s seboj	5,1	8,1	14,3	23,3	49,2
varnost mojega naroda pred sovražniki	1,6	3,9	15,2	31,4	47,9
red in stabilnost v družbi	0,4	2,3	13,7	44,9	38,7
svet lepega, narava, umetnost	1,4	5,4	25,0	38,2	30,0
kreativnost, originalnost, fantazija	2,6	8,6	31,7	33,9	23,2
vzdrževanje tradicionalnih vrednot	2,0	10,3	29,5	37,1	21,1
vznemirljivo življenje	2,5	8,8	36,2	32,5	19,9
materialne dobrine	2,0	8,9	33,5	36,0	19,6
biti avtoriteta, voditelj	9,6	25,4	36,6	21,5	6,9
imeti moč nad drugimi	24,8	31,3	28,7	11,1	4,2

Vir: (2000) Mladina 2000, Arhiv družboslovnih podatkov FDV, Ljubljana.

4. 2. ZANIMANJE ZA POSAMEZNA PODROČJA

Odgovori na vprašanje o zanimanju za posamezna področja so ponovno pokazali zanimanje mladih za subjektivne vrednote. Mladi se najbolj zanimajo za prijateljstvo; družinsko življenje, zakon, otroke; službo, poklic; spolnost in ljubezen.

Tabela 4.2.: Zanimanje za posamezna področja

Vprašanje se je glasilo: Oceni z ocenami 1 do 5, koliko si zainteresiran/a za vsako od navedenih področij. Ocena 1 pomeni, da te našteto nič ne zanima, 2, da te malo zanima, 3, da te zanima srednje, 4, da precej in 5, da te zelo zanima.

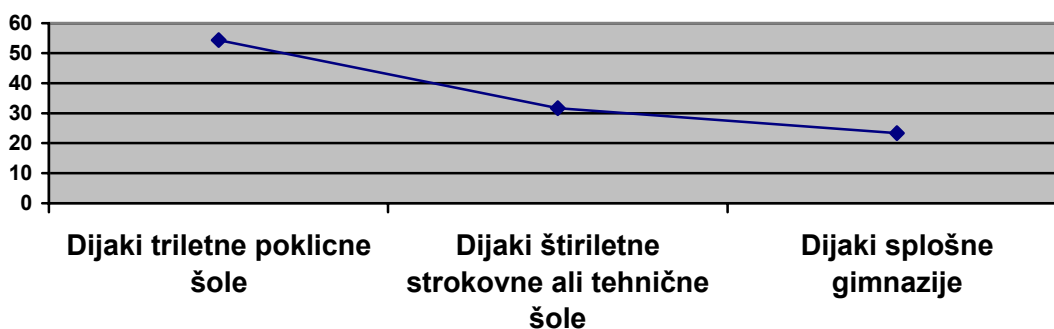
Področje	Nič	Malo	Srednje	Precej	Zelo
prijateljstvo	0,1	0,2	4,8	26,4	68,5
družinsko življenje, zakon, otroci	2,2	5,6	13,1	28,2	50,8
služba, poklic	1,3	2,6	12,7	36,5	46,9
spolnost in ljubezen	0,1	1,5	15,2	40,7	42,5
zabava in razvedrilo	0,2	2,6	19,4	41,9	36,0
potovanja	1,4	9,2	25,0	31,8	32,6
šola in izobraževanje	1,7	6,8	26,4	39,3	25,8
samoizobraževanje	2,2	7,2	27,7	38,0	25,0
šport in športni dogodki, rekreacija	2,7	10,6	32,3	29,8	24,6
skrb za lastni zunanji videz	0,9	3,7	31,3	42,9	21,2
uživanje hrane in pijače	1,2	10,2	38,4	31,4	18,8
tehnika in tehnični dosežki	5,3	20,9	33,4	24,9	15,5
znanost in znanstveni dosežki	5,4	19,7	37,2	26,4	11,3
nakupovanje	5,8	18,9	39,7	25,6	10,0
nacionalna preteklost in usoda lastnega naroda	4,8	20,6	41,9	23,0	9,6
umetnost in kultura	6,5	24,2	40,5	19,9	8,8
vojska in vojaške stvari	39,7	27,9	19,8	7,9	4,7
vera in versko življenje	23,1	28,8	30,1	13,3	4,7
politika in politični dogodki	24,6	34,4	25,5	11,8	3,8

Vir: (2000) Mladina 2000, Arhiv družboslovnih podatkov FDV, Ljubljana.

Zanimanje za politiko je med mladimi zelo nizko. Politika in politični dogodki skupaj z vojsko in vojaškimi zadevami, vero in verskim življenjem dosegajo najnižjo stopnjo zanimanja slovenske mladine. Zanimanje za politiko je povezano s starostjo anketiranih, le-to

narašča z dopolnjenim osemnajstim letom. Vzrok za to bi lahko pripisali volilni pravici, ki nastopi s to starostjo. Država z določanjem volilne pravice z dopolnjeno polnoletnostjo deluje s političnega vidika izključenosti do mladih diskriminatorno, saj jim onemogoča soodločanje pri političnih odločitvah. Raziskava ni pokazala nobenih značilnih razlik v interesu za politiko po spolu, so pa razlike glede na tip srednje šole, ki jo mladi obiskujejo.

Graf 4.1.: Ne/zanimanje za politiko glede na aktualno aktivnost



Vir: (2000) Mladina 2000, Arhiv družboslovnih podatkov FDV, Ljubljana.

Odnos mladih do države se kaže tudi v stopnji socialne občutljivosti, ki jo je pokazala slovenska mladina v devetdesetih letih prejšnjega stoletja. »Mladi so ves čas izražali visoko raven socialne občutljivosti in tudi pripravljenosti na prostovoljne dejavnosti kot alternativno socialno dejavnost. To kar so zavračali, ni bila javnost nasploh, pač pa politična javnost kot avtoritarna dominacija moči« (Rener v Mihelj, 2002: 80).

Mnenje mladih o politiki ponazarjajo podatki iz tabele 4.3., kjer je razvidno, da so mladi do politike zelo nezaupljivi in se počutijo zelo nemočne pri vplivu na politiko.

Tabela 4.3.: Mnenje mladih o politiki

Izjava	Ne strinjam se	Niti niti	Strinjam se
Ne verjamem, da se politiki veliko ukvarjajo s tem, kaj menijo ljudje, kot sem jaz.	19,4	32,6	48
Precej se razumem na politiko.	63,9	25,2	10,9
Ljudje, kot sem jaz, tako ali tako nimajo nobenega vpliva na to, kaj počne oblast.	26,4	26,7	46,8

(nadaljevanje tabele)

Izjava	Ne strinjam se	Niti niti	Strinjam se
Politiki so tako ali tako zainteresirani za to, da so izvoljeni, in ne za to, kaj volivci resnično želijo.	12,1	30,7	56,7
Včasih se mi zdi politika preveč zakomplicirana, da bi jo normalen človek razumel.	22,9	31,1	46
Pri nas je zgolj nekaj močnih, vsi ostali nimajo nobenega vpliva na to, kaj oblast počne.	13,9	38,4	47,7

Vir: (2000) Mladina 2000, Arhiv družboslovnih podatkov FDV, Ljubljana.

Iz odgovorov na vprašanje o pomembnosti vrednot in interesov mladih je razvidno, da se mladi obračajo v zasebnost, saj so dali prednost področjem, ki omogočajo kvalitetnejše zasebno življenje.

4. 3. ZAPOSLENOST MLADIH

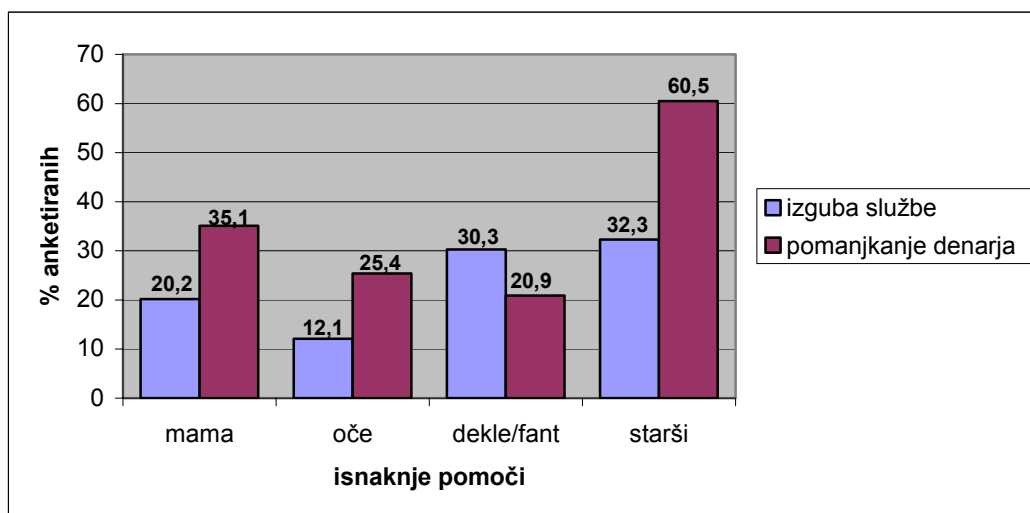
Brezposelnost ima na mlade zagotovo velike negativne učinke. V svojem delu jo obravnavam zaradi velikega vpliva, ki ga ima ravno na področju socialne izključenosti. Negativne psihične posledice brezposelnosti na mlade lahko razložimo s teorijo naučene nemoči.

»Po tej teoriji podaljšana nemožnost nadzirati pomembne dogodke vodi do posplošenega pričakovanja, da se te dejavnosti ne da nadzirati. Ta predpostavka pa vpliva na tri vedenjske primanjkljaje: kognitivnega, motivacijskega in emocionalnega. Zmanjšajo se miselni napor in motivacija za reševanje problemov, poveča pa se anksioznost zaradi nenadzorovanih situacij« (Ule, 2000: 49). Pod vpliv naučene nemoči padejo zlasti mladi, ki se niso še preizkusili v delu in daljša nezmožnost najti zaposlitev. Mladi v takšnem položaju reagirajo apatično, depresivno, nemočno. Naslednji vpliv je, da nanje deluje socialno izključujoče, saj je eden od glavnih razlogov za socialno ranljivost mladih, ker postavlja mladega človeka v neugoden socialno-ekonomski položaj, mu zmanjšuje status in ugled v družbi, ga marginalizira in postavi v položaj kjer ima občutek nemoči, da bi lastno situacijo lahko sam spremenil.

Rezultati v grafu 4.2. kažejo, da bi se mladi v denarni stiski ali ob izgubi zaposlitve v veliki meri obrnili na starše, takoj za njimi pa jim sledi fant ali dekle. Na vprašanje »Katero od naštetih oseb bi prosil/a za pomoč če bi se znašel/znašla v kateri od naslednjih situacij« bi se v

primeru izgube službe kar 20,2 odstotkov anketiranih obrnilo na mamo in 12,1 odstotkov na očeta, na fanta ali dekle bi se obrnilo 30,3 odstotkov. V primeru če bi zmanjkalo denarja pa bi za pomoč matere zaprosilo 35,1 odstotkov vprašanih, očeta pa 25,4 odstotkov vprašanih, na fanta ali dekle, pa bi se obrnilo 20,9 odstotkov vprašanih. Tako v primeru stisk mladi najbolj računajo na pomoč staršev. V primeru brezposelnosti ali pomanjkanja denarja ostajajo odvisni od socialne pomoči in različnih priložnostnih zaposlitev ter od staršev in tako »ostanejo socialno izolirani oz. vezani na zaprte mreže svojih družin, sorodnikov (v tem primeru fanta in dekleta oziroma moža in ženo, op. N.M.) ipd., to pa pomeni, da ostanejo produkcijski in inovacijski potenciali mladih neizkoriščeni in se ne razvijajo dalje. Mladi tako postanejo »socialno odvečni« oz. izgubijo relativno družbeno moč in vpliv. To vodi v socialno izolacijo in marginalizacijo mladih« (Ule v Miheljak, 2002: 25).

Graf: 4.2. Iskanje pomoči ob izgubi službe in pomanjkanju denarja

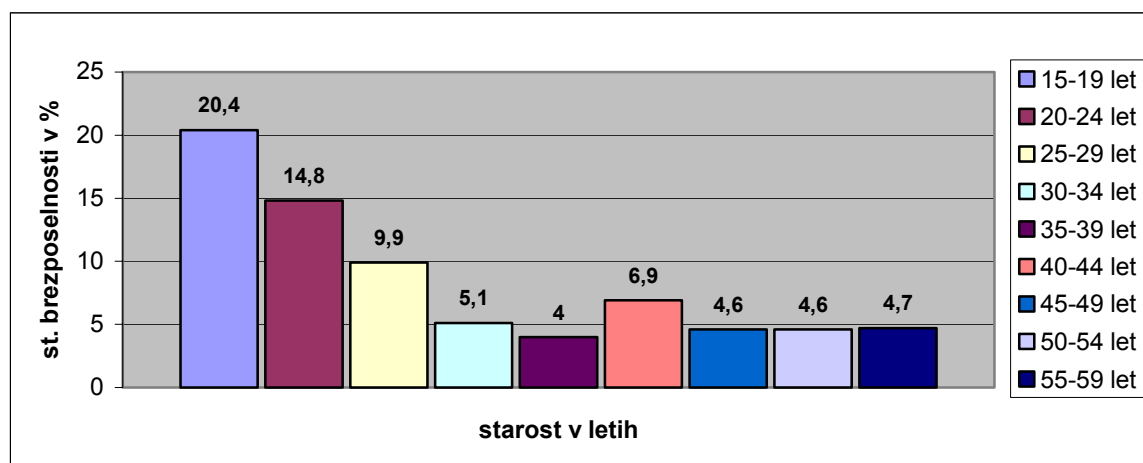


Vir: (2000) Mladina 2000, Arhiv družboslovnih podatkov FDV, Ljubljana.

Na osnovi ekonomskega dejavnika socialne izključenosti lahko rečemo, da trg dela mlade postavlja v marginaliziran položaj, kar ogroža njihovo socialno vključenost.

Kot lahko razberemo iz grafa 4.3. je bila stopnja brezposelnosti za leto 2003 največja prav pri mladih v starostni skupini od 15 do 19 let, nato ji sledita skupini od 20 do 21 let in od 25 do 29 let.

Graf 4.3.: Stopnja brezposelnosti po starostnih skupinah



Vir: (2003) Statistični letopis 2003, Statistični urad Republike Slovenije, Ljubljana.

4. 4. STALIŠČA DO RAZLIČNIH ŽIVLJENJSKIH PODROČIJ

Odgovori o stališčih mladih do različnih življenjskih področij so pokazali, da imajo mladi individualistične, socialne in karieristične vrednote. Obračanje k individualizmu kaže podatek, da se 87 odstotkov anketiranih mladih strinja s trditvijo »V življenju je pomembno, da sam/a najdeš svojo pot« ter 82 odstotkov anketiranih, ki je pozitivno odgovorilo, da imajo radi zasebnost. Socialne vrednote se kažejo v naklonjenosti mladih do sodelovanja z drugimi. Velika večina se jih tudi strinja s trditvijo, da želijo v življenju napredovati in narediti kariero. Tekmovalnost je pomembna petini vzorca. Usmerjenost na zunanji videz in na telo ter ustvarjanje vtisa, kar je prav tako značilnost sodobnih zahodnih civilizacij, se nista pokazala kot zelo izrazita trenda, čeprav gre med drugim prav gotovo za manjšo stopnjo priznavanja zaradi specifične situacije anketar – anketirani (Ule, Kuhar v Mihelj, 2002: 60).

Tabela 4.4.: Stališča do različnih življenjskih področij

Trditve	Ne strinjam se	Niti niti	Strinjam se
V življenju je pomembno, da sam/a najdeš svojo pot.	2,3	10,7	87,0
Dobro se počutim kadar sodelujem z drugimi.	2,5	13,4	84,2
Rad/a imam svojo zasebnost.	4,9	13,2	82,0
V življenju želim napredovati in narediti kariero.	8,0	20,4	71,6

(nadaljevanje tabele)

Trditve	Ne strinjam se	Niti niti	Strinjam se
Kadar kupim kaj novega sem srečen/na.	11,4	23,0	65,6
Moja sreča je zelo odvisna od sreče ljudi okrog mene.	16,6	28,9	54,6
Prepričan/a sem, da imam veliko dobrih lastnosti.	5,0	41,8	53,2
Zadovoljen/na sem s svojo zunanostjo.	7,8	40,8	51,5
Moja telesna teža je ravno pravšnja ali celo prenizka.	30,1	25,3	44,7
Pomembno mi je, da naredim vtis na druge.	20,7	38,1	41,2
Rad/a imam, da so stvari stabilne in urejene. Spremembe me begajo.	30,6	31,3	38,1
Brez tekmovalnosti ni uspešne družbe	37,7	28,9	33,4
Če bi bolj zaupal/a vase, bi bilo moje življenje lažje.	31,2	30,2	32,6
Čim bolj so stvari tvegane, tem bolj me navdušujejo	28,8	38,9	32,3
Sem zelo ambiciozen/na in sem rad/a vedno boljši/a od tekmecev, naj bo v poklicu, športu ali prostem času.	41,4	32,3	25,6
Rada sem poseben/na in različen/na od drugih.	46,0	30,3	23,7
Rad/a bi shujšal/a.	62,5	15,5	22,0
Rad/a tekmujem z drugimi.	42,5	35,7	21,8
Dobra postava je ključ do uspeha na mnogih področjih.	46,6	32,2	21,1
Potrebujem tekmovanje z drugimi, da preverim, kako dober/ra sem.	51,3	28,2	20,5
Pripravljen/a sem se odpovedati dejavnostim, v katerih uživam, če se moja družina ne bi strinjala z njimi.	54,2	27,4	18,4
Zelo pazim, da se ne zredim.	51,8	29,8	18,3
V življenju nočem izstopati v nobenem pogledu.	39,8	42,0	18,2

Vir: (2000) Mladina 2000, Arhiv družboslovnih podatkov FDV, Ljubljana.

4. 5. PROBLEMI MLADIH

Rezultati raziskave so pokazali, da so mladi najbolj zaskrbljeni za ohranitev zdravja, to je strah pred boleznijo in invalidnost, sledi pa jima problem pomanjkanja prostega časa. To je pokazatelj, da mladi dajejo velik pomen zasebnemu življenju in njegovi kvaliteti.

Raziskava je pokazala, da je strah pred nezaposlenostjo, strah pred izgubo zaposlitve, neuspeh, pomanjkanje denarja, bolezen, stanovanjski problem, otroško varstvo bolj značilen za ženski kot pa moški spol. Strah pred temi problemi lahko razlagamo v tem, da : »Ženske imajo danes nominalno možnost, da sledijo vsem priložnostim in izbiram, a v maskulinistični kulturi so jim mnoge od poti učinkovito zaprte...Odprtost pozne moderne občutijo na polnejši, a bolj protisloven način« (Giddens v Mihelj, 2002: 68).

Tabela 4.5.: Problemi mladih

Problemi	Ne velja	Srednje velja	Velja	Se ne nanaša
bolezen, invalidnost	34,0	24,3	40,5	1,3
pomanjkanje prostega časa	28,8	33,7	37,3	0,2
pomanjkanje denarja	27,5	38,8	33,6	0,1
stanovanjski problemi	46,8	20,5	30,8	2,0
strah pred izgubo zaposlitve	36,8	24,9	24,1	14,2
bojim se, da se ne bom mogel/la zaposliti	47,7	22,5	19,5	10,3
strah pred neuspehom v šoli, službi, poklicu	43,2	36,9	19,1	0,8
spolnost	65,0	20,9	12,8	1,3
težave z otroškim varstvom	37,6	17,4	12,2	32,9
osamljenost	72,6	17,0	9,1	1,3
bojim se, da bi bil/a odvisen/na od drog	90,7	3,3	4,5	1,5

Vir: (2000) Mladina 2000, Arhiv družboslovnih podatkov FDV, Ljubljana.

4. 6. PROSTI ČAS

Najpogostejši socialni aktivnosti sta: druženje s partnerjem/partnerko in prijatelji/cami, takoj za njima sledi gledanje televizije. Pomembno mesto zavzemajo gospodinjska opravila, delo na kmetiji oz. vrtu in ukvarjanje z otroki. Oboje opravlja več žensk kot moških. Moški pa imajo v povprečju več službenih aktivnosti oz. honorarnega dela in se več družijo s prijatelji kot ženske.

Kot najpogostejšo prostočasno dejavnost mladi navajajo ukvarjanje s športom, obiskovanje kina, gledališča in koncertov, lenarjenje, pa tudi dodatno izobraževanje, obiskovanje sorodnikov. Manj pogosto berejo ali pišejo, zelo redki se ukvarjajo s humanitarnimi dejavnostmi in/ali političnimi aktivnostmi.

Tabela 4.6.: Prostočasne aktivnosti

Vprašanje se je glasilo: Pomisli na običajni delovni dan v tednu. Koliko časa (v urah) porabiš za našete dejavnosti? Manj kot 1 uro, 1-2 uri, več kot 2 uri ali tega ne delaš? (za vsako dejavnost obkroži ustrezno številko)

Aktivnost	manj kot 1 uro	1-2 uri	več kot 2 uri	ne delam tega	se ne nanaša
druženje s fantom/dekletom, možem/ženo	8,4	17,1	58,4	5,1	11,0
druženje s prijatelji/cami	26,4	36,4	35,5	1,2	0,4
gledanje TV	29,5	43,9	24,8	1,6	0,3
gospodinjska opravila, delo na kmetiji, na vrtu	37,2	27,2	24,6	8,4	2,6
ukvarjanje z računalnikom	34,3	17,4	21,7	17,8	8,8
ukvarjanje z lastnimi otroki, z mlajšimi brati in sestrami	18,5	9,2	20,6	17,1	34,6
službene obveznosti izven 8-urnega delovnika, dodatno honorarno delo	15,0	10,0	15,5	32,2	27,3
učenje in priprava na šolo	18,6	22,2	15,0	12,9	31,5
prihod v šolo/na delo in odhod iz šole/z dela	63,4	18,8	9,3	2,5	6,0
nakupovanje	68,0	17,8	8,0	4,9	1,2

Vir: (2000) Mladina 2000, Arhiv družboslovnih podatkov FDV, Ljubljana.

Tabela 4.7.: Pogoste prostočasne dejavnosti

Pomisli na čas, ki ti ostane po opravljenih službenih, šolskih, gospodinjskih obveznostih. Kako pogosto opravljaš naslednje dejavnosti? Nikoli, redko, včasih, pogosto ali zelo pogosto? (za vsako dejavnost obkroži ustrezno številko)

Dejavnost	Nikoli	redko	včasih	pogosto	zelo pogosto
ukvarjam se s športom	10,5	24,7	32,2	21,5	11,1
hodim v kino, gledališče, na koncerte	7,8	28,6	37,8	21,8	4,0
lenarim	12,7	25,3	39,4	16,4	6,2
se izobražujem (jeziki, ples, računalništvo, glasba, likovno ustvarjanje, šolanje ob delu)	25,6	30,0	22,8	15,7	5,9
obiskujem sorodnike	2,2	36,0	41,1	18,5	2,2
pišem dnevnik, pesmi, pisma, berem	30,3	30,4	22,0	13,4	3,9
ukvarjam se z glasbo (igram, pojem, plešem), gledališčem, likovno umetnostjo ipd.	42,4	26,0	15,0	10,4	6,2
hodim na izlete z družino	14,7	44,2	31,5	8,8	0,7
sodelujem v humanitarnih dejavnostih	50,3	33,1	12,6	3,3	0,7
politične aktivnosti	84,4	11,9	2,8	0,6	0,3

Vir: (2000) Mladina 2000, Arhiv družboslovnih podatkov FDV, Ljubljana.

4. 7. ODNOSI V ZASEBNEM ŽIVLJENJU IN ODNOS DO INSTITUCIJ

4.7.1. ODNOSI V ZASEBNEM ŽIVLJENJU

Kot sem že omenila mladi dajejo velik pomen intimnim razmerjem. To se kaže v pripisovanju velikega pomena prijateljstvu, družini, zakonu, otrokom, spolnosti in ljubezni ter službi in poklicu, ki sta tudi nujno ozadje, ki sploh omogoča razvoj intimnih razmerij. Modernizacija je poleg družbenih odnosov spremenila tudi zasebne, prišlo je do procesa demokratizacije zasebnosti, ko moški, ženske in otroci prvič v zgodovini stopajo v intima razmerja kot v načelu enaki subjekti. Mladi se ne obračajo na družino le v primeru potrebne pomoči, ampak jim služi kot nekakšno zatočišče v katerega se skrijejo pred občutki ogroženosti in tveganj. Mladi se v »zunanjem« svetu kjer prevladujejo velike politične, zgodovinske, ekonomske teme počutijo nemočni in nezmožni soustvarjati ta svet. Varnost in moč delovanja pa najdejo, kadar se obrnejo v krog družine, kjer so odnosi vse bolj demokratični. Odnosi med starši in otroci so se začeli spreminjati v devetdesetih letih prejšnjega stoletja. Spremenil se je model medsebojnih komunikacij, v njem so dobili veliko vlogo otroci, ki sodelujejo pri dogovarjanju in pogajanju, povečala se je stopnja tolerance in dopuščanja osebne avtonomije.

Pokazatelj urejenih družinskih razmerij so odgovori na vprašanje s katerim so v raziskavi Mladina 2000 merili odnose med starši in otroci (anketiranimi). Kar 91 odstotkov mladih je odgovorilo z velja in zelo velja, da jih imajo starši radi ter skoraj 80 odstotkov anketiranih se doma počuti dobro ali zelo dobro in le 7 odstotkov slabo ali zelo slabo. Na koncu lahko sklepamo, da starši dajejo mladim veliko podporo, kar mladim zmanjšuje tveganje za socialno ranljivost in posledično socialno izključenost.

»O vplivu konfliktov in težav v družinskem življenju na socialno ranljivost otrok, je – tudi glede na razpoložljive ugotovitve drugod – ponovno mogoče reči, le da je ne glede na vrsto težav in konfliktov odločilnega pomena to, ali otrok ima ali nima trdno referenčno oporo v vsaj eni odrasli osebi v družini, običajno je to mati (Garnier in Stein, Buehler in drugi v Ule 2000: 111). Rezultati o odnosih med starši in otroci so prikazani v spodnji tabeli.

Tabela 4.8.: Odnos med mladimi in njihovimi starši

Trditev	Ne velja	Srednje velja	Velja
Imam občutek, da me imajo starši zelo radi.	0,8	8,1	91,1
Za moje starše je (bilo) spričevalo zelo pomembno.	19,6	37,5	42,9
Starši imajo/so imeli velike načrte za mojo prihodnost.	35,7	36,4	27,8
Doma se ne počutim/se nisem počutil/a dobro.	79,8	13,2	7,0

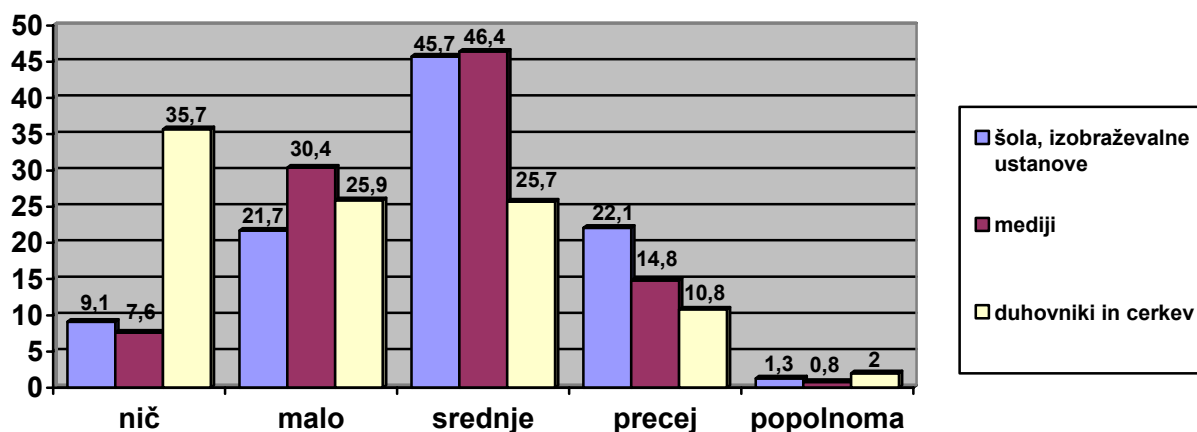
Vir: (2000) Mladina 2000, Arhiv družboslovnih podatkov FDV, Ljubljana.

4.7.2. ODNOS DO INSTITUCIJ

Odnos posameznikov do institucij je eno izmed meril njihove socialne vključenosti. V raziskavi jim je bilo postavljeno vprašanje kakšen odnos imajo do medijev.

Iz grafa 4.4. je razvidno, da je stopnja zaupanja v šolo in izobraževalne ustanove ter medije nekje na sredini, saj 45,7 odstotkov anketiranih srednje zaupa šoli in izobraževalnim ustanovam ter 46,4 odstotkov anketiranih srednje zaupa medijem. Do duhovnikov in cerkve pa imajo zelo nezaupljiv odnos, saj je kar več kot polovica (61,6%) takih, ki jim malo ali nič ne zaupajo.

Graf 4.4.: Zaupanje v institucije



Vir: (2000) Mladina 2000, Arhiv družboslovnih podatkov FDV, Ljubljana.

4. 8. ODNOS DO TELESA IN NAKUPOVALNE NAVADE

Anketirancem in anketirankam so bile postavljene trditve glede skrbi za njihovo telo, na katere so morali odgovoriti v kolikšni meri se strinjajo. Rezultati so prikazani v tabeli 4.10.

V današnji družbi je telo postalo zelo pomembno za predstavljanje posameznika v vsakdanjem življenju. »Individualizacija namreč povzroča, da so ljudje odvisni od sebe in predvsem od svojega zunanje videza.« (Ule, Kuhar v Mihelj, 2002: 63).

4.8.1. ODNOS DO TELESA

Tabela 4.9.: Odnos do telesa

Trditve	Se ne strinjam	Niti nit	Strinjam se
Skrbim za lastni izgled, zunanji videz.	4,6	31,3	64,1
Zanimam se za šport in rekreacijo.	13,3	32,3	54,4
Pogosto se ukvarjam s športom.	35,2	32,2	32,6
Dobra postava je ključ do uspeha na mnogih življenjskih področjih.	46,6	32,2	21
Pomembno mi je, da naredim vtis na druge.	20,7	38,1	41,2
Zelo pazim, da se ne zredim.	51,8	29,8	18,3
Moja telesna teža je ravno pravšnja ali celo prenizka.	30,1	25,3	44,7
Zadovoljen/na se s svojo zunanostjo.	7,8	40,8	51,5
Če bi bolj zaupal/a vase, bi bilo moje življenje lažje.	37,2	30,2	32,6
Rad/a bi shujšala	62,5	15,5	22
Ko pomerjam kopalke, sem nezadovoljen/na s svojo postavo, ki jo vidim v ogledalu.	50,3	27,6	22,1

Vir: (2000) Mladina 2000, Arhiv družboslovnih podatkov FDV, Ljubljana.

Mladi v vse večji meri kultivirajo in stilizirajo svoja telesa. Telo in telesne aktivnosti v širšem smislu predstavljajo sredstvo za konstrukcijo identitete. Telo postaja najpomembnejše v samopredstavljanju v vsakdanjem življenju. Individualizacija namreč povzroča, da so ljudje odvisni od sebe in predvsem od svojega zunanje videza (Ule, Kuhar v Mihelj, 2002: 63).

Podatki v tabeli 4.9. kažejo, da je zunanji videz pomemben tudi za slovensko mladino, saj je kar 64 odstotkov anketiranih odgovorilo, da je zanje lastni izgled in zunanji videz zanje zelo pomemben.

4.8.2. NAKUPOVALNE NAVADE

Raziskava Mladina 2000 je pokazala, da mladi najraje nakupujejo oblačila, sledijo jim hrana in pijača, kozmetika, parfumi in toaletne potrebščine, glasbene zgoščenke in kasete ter čevlji (Tivadar, Kamin v Mihelj, 2002: 196). Veliko zanimanje za nakupovanje oblačil kaže, da si slovenska mladina z njihovim nakupovanjem pomaga oblikovati identiteto, saj so to dobrine, ki so najbolj očitno povezane z razkazovanjem in uveljavljanjem.

Rezultati ankete nam pokažejo, da se slovenska mladina odziva na zahteve individualizacije, saj vse večji pomen dajejo oblikovanju telesa in skrbi za zunanji izgled. Mladi se na teh dveh področjih počutijo samostojni, racionalni in zlasti na področju nakupovanja imajo občutek, da nanje nima nihče odločilnega vpliva.

Področje telesa in nakupovanja zanje predstavlja še »zadnje prizorišče, na katerem je še mogoče »javno« delovati.« (Rener v Mihelj, 2002: 81).

4.9. POLOŽAJ SOCIALNE VKLJUČENOSTI SLOVENSKE MLADINE

Rezultati raziskave Mladina 2000 so na vseh področjih pokazali, da se slovenska mladina pomika v zasebnost. Vse bolj se zavedajo kako pomembno je delati na lastni podobi, ki je temelj za družbeno integracijo. Od posameznika se zahteva, da si izoblikuje pozitivno samopodobo, emocionalno stabilnost, pridobi jezikovne in komunikacijske spretnosti ter znanje tujih jezikov, vse bolj je pomembna razgledanost in uporaba računalniških znanj in ostale sodobne tehnologije in z vsemi temi vrlinami nastopajo na trgu dela in medosebnih odnosov (Rener v Oberstar in Kuzmanić, 2003). Tako mladi vlagajo vse več energije v izoblikovanje svoje osebnosti ter se pri tem obračajo v zasebnost in pomoč in varnost iščejo v zasebnih razmerjih med starši in partnerji. Vse bolj se odmikajo od velikih javnih razprav, kar je pokazalo nizko zanimanje za politiko, politične dogodke in vojsko.

»Vzroke za pomik mladostnikov v zasebnost in njihovo vse večjo odvisnost od družine lahko iščemo v porastu neokonservativizma in neoliberalizma, ki razbijata solidarnostne institucije v družbi, ki niso zasnovane na jasni logiki dobička in izgub, tako tudi »podporno mrežo« mladinskih kultur in družbenih gibanj. Namesto tega ponujata mladim individualni uspeh v podjetništvu in karierno prizadevanje na trgu znanja kot merilo za osebno samorealizacijo« (Ule v Mihelj, 2002: 27). Posledica tega je, da je prišlo do razdrtja mladine kot socialne skupine. Na začetku 21. stoletja so izginile avtonomne vrstniške skupine in družbeno dejavne

mladinske kulture, ki so v sredini 20. stoletja izražale družbeno kritičnost in mladim dajale specifično generacijsko in subkulturno identiteto in samozavest. Mladinske kulture so danes odprte, postajajo zanimive tudi za druge starostne skupine, ne samo za mlade. »Mladost in stil vse bolj postaja preokupacija za celotno populacijo« (Ule, Kuhar v Mihelj, 2002: 52).

Opisani položaj slovenske mladine nam daje oceno, da je le-ta ožje socialno izključena. O izključenosti v širšem smislu je po Trbančevi upravičeno govoriti, kadar »se pri posameznikih ali skupinah nakopičijo izključenosti iz sistemov civilne, ekonomske, socialne in medosebne integracije oz. iz virov, institucij in mehanizmov, ki te sisteme tvorijo« (1996:309). Avtorica meni, da kompenzacijski mehanizmi (država blaginje, družinske, sorodniške in prijateljske mreže) preprečujejo, da bi bili posamezniki družbeno izključeni, že če je prisoten manko v enem aspektu (Zavratnik Zimic, 2000: 834).

Kljub velikemu pomiku v zasebnost svojo socialno vključenost ohranjajo s prisotnostjo v izobraževalnem sistemu, prisotnostjo na trgu delovne sile, z ohranjanjem dobrih družinskih odnosov in nenazadnje tudi s pojavljanjem na področju potrošnje, saj potrošniške dobrine predstavljajo mlademu posamezniku veliko za njegovo samopredstavitelstvo in za identifikacijo z vrstniki in subkulturnimi scenami.

5. VPLIV MNOŽIČNIH MEDIJEV NA MLADINO

V nadaljevanju bom predstavila vlogo množičnih medijev, ki jo imajo v današnjem času ter vidike medijskega vplivanja. Osrednji del tega poglavja bo namenjen kvantitativni analizi in s tem predstavitvi vpliva medijev na oblikovanje osebnostnih značilnosti mladih in pri tem pomik mladih v zasebnost, krog domačih.

5. 1. MNOŽIČNI MEDIJI V POSTMODERNI DRUŽBI

Množični mediji, med katere štejemo radio, televizijo, tiskane medije in internet še nikoli niso bili tako močni, kot so danes. Opravljajo vlogo informatorja, izobraževanja, nekateri so celo mnenja, da igrajo vlogo pri socializaciji ter o njih govorijo kot o novi veji oblasti.

Družba, v kateri živimo, je povsem medijska družba. Sploh več ne pomislimo, kakšna bi bila družba brez medijev. Mediji ustvarjajo iluzijo bližine, odnosa, ustvarjajo občutek, da nismo sami in osamljeni, smo namreč sredi vzpostavljenih razmerij. Težava pa je v tem, da so ta razmerja enostranska, ne gradijo odnosa jaz in ti, jaz namreč medije vidim in slišim, oni pa mene ne, zanje sem objekt. Ravno zaradi medijev se ljudje izmikajo osebnim odnosom, medčloveški stiki postajajo v današnji družbi čedalje manj vredni (Katz, Szecskö, 1981: 96, 97).

Ljudje se zelo radi zatekamo k medijem. Medije vidimo kot nekakšne prijatelje, ki nam približajo svet, razlagajo in dajejo smisel dogajanju okrog nas.

Človek ima, kot družbeno in družabno bitje izrazito potrebo po vključenosti v skupnost. Množični mediji nam približajo svet, saj lahko že iz fotelja spremljamo politična dogajanja, vremenske pojave, življenja živali, potovanja na druge planete in tako pridobimo občutek, da smo soudeleženi pri dogajanju. Poleg tega poročanje medijev daje verodostojnost dogodkom (Košir, Ranfl, 1996: 23). Sociologinja Hannah Arendt (Košir, Ranfl, 1996: 23) ugotavlja, da prisotnost drugih, ki vidijo to kar mi vidimo, in slišijo, kar mi slišimo, nam zagotavlja realnost sveta in nas samih.

Predstava o prostoru in času, ki jo posredujejo mediji, se precej razlikuje od dejanske resničnosti prostora in časa. Medijska sporočila bi lahko obravnavali kot mit, katerega glavna vloga je ustvarjanje načina mišljenja, izražanja in družbene zavesti. Če obravnavamo novico kot mit, potem lahko gledamo na medije kot na institucije, ki vplivajo na oblikovanje zavesti. (Katz, Szecskö, 1981: 96,97).

Marshall McLuhan je že v šestdesetih letih prejšnjega stoletja pisal o vlogi množičnih medijev pri približevanju dogajanju z drugega dela sveta in s tem o izginotju dejanskega prostora in časa. Množični mediji igrajo veliko vlogo v vsakdanjem življenju posameznika. Odsevajo in ustvarjajo socialni in kulturni svet, v katerem živimo. Naši občutki so odsev medija, preko katerega dobivamo informacije o svetovnem dogajanju. Poleg tega povzročajo tudi pojav globalne kulture in uniformnosti, ki temelji na ideologiji zahodnega sveta, predvsem Amerike. Njihovo poročanje temelji na istih stališčih in pogledih, ki so osnovna značilnost globalne vasi in tako povzročajo homogenizacijo sveta. Njihove socialne in kulturne sile imajo moč spreminjati kulturne in politične vrednote po vsem svetu ("Media and the Global Village : Myth or Reality ?", 2005).

Ali množični mediji poročajo na tak način, da jih lahko označimo za ogledalo družbe? Mnogi avtorji bi to zanimali.

Množična občila, še posebej televizija, se razglasa za družbeno ogledalo, češ da ljudi obveščajo zgolj o tistih stvareh, ki se v družbi dejansko dogajajo. Mnenjske ankete kažejo, da vse več uporabnikov medijev sprejema medijske podobe kot ogledala, v katerih se zrcali svet (Košir, 1995:11). J.O.Gasset pravi, da tiči razlog za to, da ustvarjajo mediji (svojo) stvarnost, da ljudje nimamo vedno možnosti spoznati polnost dejanskega (Gasset v Košir, 1995: 11).

Baudrillard pravi, da mediji, predvsem televizija, niso ogledalo družbe, temveč »družbeni aparat«. Danes govorimo o »totalizaciji družbe«, ki se odvija prek medijskih sistemov. Mediji nas bombardirajo, mi pa smo talci medijskih strupov. Priča smo porajanju nove označevalne kulture – družba postaja zrcalna podoba množičnih medijev (Baudrillard v Košir, 1995: 11,12).

5.2. VIDIKI MEDIJSKEGA VPLIVA

Že Tarde je na začetku dvajsetega stoletja postavil pomembno domeno, da so v modernih družbah sredstva množičnega komuniciranja tista, ki najbolj razširjajo sugestijo in silijo ljudi k posnemanju. Množične komunikacije (npr. časopisi) vsakodnevno vdirajo v domove ljudi in jim sugerirajo mnenja. Na ta način se oblikuje »nevidna množica«, ki se imenuje »javnost« (Ule, 1992: 344).

Že od prvega pojava množičnih medijev je strokovnjake skrbel njihov vpliv. V dvajsetih letih prejšnjega stoletja so začeli sistematično analizirati, kako mediji vplivajo na ljudi. Zgodovino raziskav učinkov medijev lahko razdelimo v tri obdobja (Erjavec, Volčič, 1999: 28).

V začetku raziskav je veljal model hipodermičnih igel. Učinke medijev so strokovnjaki razlagali z metaforo vbizgavanja sporočil pod kožo občinstva, ki naj bi se takoj in z enakimi občutki odzvalo na medijsko vsebino ter spremenili svoje obnašanje in delovanje. Po tej teoriji imajo mediji vsemogočni vpliv na občinstvo, ki je popolnoma pasivno. Medijska sporočila linearno vzročno delujejo na ljudi. Posamezna sporočila so bila razumljena kot neodvisna od drugih in od družbenega konteksta. Komunikacija je popolnoma usmerjena k cilju, ki želi

doseči učinek. Toda danes vemo, da teorija neposrednega in enotnega vpliva medijev ne drži (Erjavec, Volčič, 1999: 28).

Od druge svetovne vojne do konca sedemdesetih let so znanstveniki namenili pozornost moči občinstva. Osnovni preobrat se je kazal v tem, da občinstvo ni bilo več videno kot skrajno pasivno, temveč kot aktivno. Posameznik se poslužuje množičnih medijev, da zadovolji individualne potrebe po novih informacijah, interpretaciji zunanjega sveta, zabavi, kompenzaciji socialne interakcije, identifikaciji itd. Vendar je ta raziskovalna smer preveč zapostavljala pomen medijskih vsebin na eni strani in poudarjala pomembnost občinstva na drugi strani (Erjavec, Volčič, 1999: 28).

Današnje raziskave o vplivu medijev razlagajo, da mediji ne vplivajo na občinstvo neodvisno od družinske, šolske, delovne, prijateljske izkušnje. V obdobju odraščanja imajo še posebej močan vpliv medijski voditelji v otroških in mladinskih skupinah (Erjavec, Volčič, 1999: 29).

»Mediji učinkujejo dolgoročno v smislu nakopičene usmerjenosti do družbene realnosti. Dolgoročno nas učijo, kdo je v družbi večvreden in kdo manj, kakšen je splošno sprejet vzorec obnašanja do drugačnih ljudi, kot so etične in socialne manjšine, kako se naj obnašamo kot moški in ženske itd.« (Erjavec, Volčič, 1999: 29).

Posameznikove interpretacije medijskega poročanja so soodvisne od njegovega vrednotnega kapitala. Kar pa ne pomeni, da nas ta razlaga lahko odvrne od nadaljnjega raziskovanja medijskega vpliva (Corner v Curran, Gurevitch, 2000: 394).

Cornerjevi teoriji je sorodna teorija o dvostopenjskemu vplivu medijev. Mediji najprej vplivajo na bralce same, ki so potencialni sogovorniki v raznih medosebnih pogovorih. Nato pa sledi drugostopenjski vpliv medijev, to je posredni vpliv medijev skozi nadaljnje pogovore bralcev, poslušalcev, gledalcev. V teh pogovorih se še pogloblja vpliv medijev, saj občinstvo dalje razpravlja o temah, ki jih sugerirajo mediji in tudi na načine, kot jih mediji podajajo in sugerirajo. Mediji ne spreminjajo neposredno stališč prejemnikov sporočil, temveč se to zgodi šele potem, ko te osebe preverjajo svoja mnenja v raznih referenčnih skupinah (družina, krog prijateljev, sodelavcev). Tu ne vidijo, da množični mediji že v načelu ne morejo izriniti konverzacije, nasprotno, ta še vedno ostaja pogoj njihovega vpliva. Le da sedaj nastopa sekundarno oziroma je že obarvana skozi predhodno obdelavo medijev (Ule, 1992: 348).

Vpliv medijev na ljudi pa razlikujemo na dolgoročen in na kratkoročen proces. Strokovnjaki posvečajo največ pozornosti dolgoročnemu vplivu, sporočilo medijev pa ima lahko tudi takojšen vpliv in to predvsem, če mediji razpravljajo o določenem vzorcu vedenja pozitivno in tako, da javnost temu vzorcu pripiše status legitimnosti in posledično svoje vedenje zelo hitro prilagodijo temu vzorcu (Comstock, 1986: 224).

Z vidika kultivacijske teorije so mediji pomemben člen v verigi socializacije, ki vpliva na prejemnike medijskih sporočil. Zaradi pogoste izpostavljenosti informacijam, ki jih posredujejo mediji, začnejo ljudje dojemati medijsko realnost kot dejansko realnost, dejanski odsev dogajanja v družbi. Mediji vplivajo na navade, prepričanja in sodbe ljudi. Ti vplivi so sicer majhni, vendar zelo pomembni, predvsem takrat, ko analiziramo vedenje ljudi (Gerbner v Chandler, 1995).

O vplivu množičnih medijev govorimo tudi takrat, ko medijska sporočila povzročijo spremembo vedenja. Po takšnem vplivu medijev imamo zadosten razlog, da lahko govorimo o spremembi mnenja javnosti. Mediji posredno vplivajo na spremembo vedenja že s tem, ko se odločajo, da bodo o določeni stvari pisali. Ko pišejo o nekem dogajanju, takrat ustvarijo pri občinstvu zanimanje in prepričanje, da je to dogajanje pomembno. Do tistega, kar je pomembno, pa se je treba opredeliti. Tudi pri opredeljevanju imajo mediji ključno vlogo; na to za kakšno stališče se bo javnost opredelila vplivajo z načinom poročanja (Lemert, 1981: 43, 44).

Postavljanju določenih tem v ospredje oziroma na dnevni red pravimo »agenda setting«. »Sam pojem »agenda setting« opisuje glavno funkcijo medijev: ne vplivajo neposredno preko stališč in vrednot na obnašanje, temveč strukturiranje javne debate in zavesti preko privilegiranja določenih tem in zapostavljanja drugih./... / Preko internalizacije medijske agende pri občinstvu postane medijska agenda tudi agenda občinstva, s tem pa mediji definirajo družbeno realnost. Vplivajo torej bolj na sam način organizacije sveta kot pa na to, kaj občinstvo misli o nekem izseku sveta, o neki konkretni temi, osebi itd. S stališča posameznika na ta način mediji delujejo kot sredstva identitetne eksistence.« (Luthar, 1996: 191).

5. 2. 1. MEDIJSKE VSEBINE NAREKUJE DRUŽBENA ELITA

Množični mediji so za mnoge ljudi glavni vir pojasnjevanja družbenega dogajanja, s pomočjo medijev ljudje osmišljajo svoje življenje in družbo, ki jih obkroža. Pogosto se zgodi, da medijska sporočila družbeno dogajanje predstavijo ko neko dejstvo, ki ga bodisi ni možno ali pa je nepotrebno spremeniti. Mediji pogosto delujejo tako, da ohranjajo določene socialne razmere v družbi s tem, da predstavljajo vrednote in simbole, ki to stanje združujejo (Katz, Szecskö, 1981: 81).

Konstruktivisti so mnenja, da se zabavamo in informiramo iz medijskih slik, ki so »stvarnost drugega reda«, lastne izkušnje in izkušnje svojih bližnjih smo potisnili ob stran. Sploh se več ne sprašujemo kakšne so reference dogodkov iz zaslona in kateri resničnosti tej dogodki sploh pripadajo. Če smo včasih pomislili, da so mediji »ogledalo družbe«, nam je danes že jasno, da so mediji družbeni aparat, družba pa postaja zrcalna podoba tega aparata (Košir, Ranfl, 1996: 27, 28).

Vsaka despotija je poskušala nadzorovati konverzacijo, jo ovirati, kanalizirati itd. Zato je ustražovala ljudi, da bi jim preprečila misli, ki bi bile izrečene v zasebnih pogovorih in bi škodovala njihovemu vladanju. Diktature poskušajo ustvariti obči molk. Vendar tudi v demokraciji se ustvarja obči molk. Primer tega je moč množičnih komunikacij, ki prodirajo v zasebno sfero, preprečujejo medsebojni razgovor celo med člani družine, saj namesto razgovora vsiljuje surogat »skupnega« gledanja televizije, videa in ostalih medijev. Niti zavedamo se ne, kako uspešno sredstvo so množični mediji za ustvarjanje splošnega molka, s tem pa odvisnosti od oblasti, ki medije obvladujejo (Ule, 1992: 346).

Iz vsega do sedaj povedanega lahko ugotovimo, da vpliv medijev na občinstvo nedvomno obstaja, vendar ga je zelo težko opredeliti. Množični mediji lahko igrajo vlogo institucije, ki spreminja socialne reakcije ljudi na eni strani, na drugi pa lahko vzdržujejo ali celo okrepijo status quo. Vedno lahko trdimo, da mediji pod določenimi pogoji vzpodbujajo družbene spremembe, pod drugimi pa vzdržujejo obstoječe razmere. To splošno in široko trditev lahko vedno razložimo z razmerjem med kulturo in družbeno strukturo (Katz, Szecskö, 1981: 248).

5. 3. KVANTITATIVNA ANALIZA

V opredelitvi socialnega položaja mladih sem omenila, da se le-ti pomikajo v zasebnost in velik pomen dajejo na subjektivne vrednote in doseganju osebnostne identitete, ki je orisana v medijih. V nadaljevanju bom s kvantitativno analizo statističnih podatkov iz raziskave Mladina 2000 skušala ugotoviti ali imajo mediji vpliv na opisan socialni položaj mladih. Za neodvisne spremenljivke bom postavila dnevno število ur gledanja televizije, pogostost kupovanja revij ter pogostost uporabe interneta. V okviru kvantitativne analize bodo s pomočjo argumentov obravnavane eksaktno definirane hipoteze, ki jim bo sledil proces evalvacije in interpretacije rezultatov.

Obdelavo podatkov bom opravila z računalniškim programom Spss for Windows, verzija 10.1. Povezanost spremenljivk bom ugotavljala s Pearsonovim koeficientom korelacije, ki lahko zavzame vrednost v intervalu $[-1, 1]$. V primeru, da večanje vrednosti prve spremenljivke povzroči večanje vrednosti tudi druge spremenljivke, gre za pozitivno povezanost. Tedaj je koeficient pozitiven in blizu 1. Če pa se z večanjem vrednosti prve spremenljivke vrednosti druge spremenljivke manjšajo, gre za negativno povezanost. Koeficient je tedaj negativen in blizu -1. Če ne gre za pozitivno in ne za negativno povezanostjo, rečemo, da spremenljivki nista povezani in je koeficient blizu 0 (Ferligoj, 1995: 177).

Pri Pearsonovem koeficientu korelacije, ki je manjši ali enak 0,3 gre za šibko povezanost, če je njegova vrednost 0,6 gre za srednje močno povezanost, kadar pa se njegova vrednost giblje med 0,8 in 1 govorimo o močni povezanosti spremenljivk.

Pri preverjanju hipoteze bom postavila ničelno in osnovno domnevo:

H_0 : Spremenljivki nista linearno povezani.

H_1 : Spremenljivki sta linearno povezani.

Zavrnitev ničelne domene bom opravljala s pomočjo signifikance, to je tveganje, ki ga »povzročimo«, če zavrremo ničelno domnevo in sprejmemo alternativno. To je torej tveganje, s katerim trdimo, da sta spremenljivki na populaciji povezani. Običajno smo pripravljeni zavrniti ničelno domnevo in sprejeti alternativno, če tveganje ni večje od 5% (signifikanca ni večja od 0,05), pri svoji analizi pa bom uporabljala stopnjo tveganja, ki jo bo izračunal program spss.

5. 3. 1. VPLIV MEDIJSKIH VSEBIN IN OGLASOV NA VREDNOTE MLADIH

Hipoteza 1: Več ur kot mladi gledajo televizijo in pogosteje kot kupujejo revije, večji pomen dajejo subjektivnim vrednotam, ki so značilne za osebnostno identiteto, ki je orisana v medijih.

Pri tej hipotezi sta dve neodvisni spremenljivki, to sta dnevno število gledanja televizije in pogostost kupovanja revij. Odvisne spremenljivke pa so pomembnost zdravja, pogostost ukvarjanja s športom, skrb za lastni izgled in zunanji videz, pomembnost resničnega prijateljstva, družinskega življenja, svobodnega delovanja in mišljenja, življenja v miru s seboj, najti svojo pot, kreativnosti in originalnosti, vznemirljivega življenja, zasebnosti, pogostost nakupovanja ter odnos do nakupovanja, ki se izraža z izjavama: nakupovanje je način sprostitve in popestritev vsakdanjika; nakupovanje mi je v užitek, zato si zanj rad/a vzamem čas. Za te spremenljivke sem se odločila zaradi njihovega pogostega pojavljanja v množičnih medijih in odnosa tržnega gospodarstva do njih.

Namen oglaševanja, medijskega poročanja in medijskih tekstov ni samo to, da nam želi prodati določen izdelek, ampak nam posreduje tudi določene vrednote in ideale, za katerimi nato posamezniki stremijo.

Eden od učinkov medijev je, da danes želi vsak posameznik v družbi delovati čim bolj samostojno. V sodobni zahodni kulturi je trenutno vitko telo, atletske telo ter rek »zdrav duh v zdravem telesu« dominanten kulturni ideal. Posameznik išče svojo samopotrditve v lepem izgledu in primernem imidžu ter se na ta način počuti del neke družbe, ki tako poudarja mit o novem sodobnem svobodnem posamezniku, ki ima pri svoji individualizaciji povsem proste roke. Dejstvo, da si tako močno želi zadovoljiti trendom družbe, pa sočasno zruši vse ideale o samostojnosti sodobnega človeka (Kastelic, 2004: 19-22).

Mediji prinašajo poleg informativne, izobraževalne in zabavne vsebine tudi oglase. Časopisi polovico svojih izdelkov (nekateri tudi do dveh tretjin) financirajo z oglasi. Komercialne televizije in radijske postaje dobijo ves prihodek za produkcijo izključno od njih. Javne televizijske in radijske postaje se financirajo s pomočjo oglasov nad petdeset odstotkov. Oglaševalci se s svojo vlogo ponašajo kot dobrotniki medijev, ki omogočajo opravljanje njihovih osnovnih funkcij. Oglaševalska industrija zahteva od medijev določeno stopnjo

lojalnosti, da ne objavljajo informacij, ki bi jim škodile. Oglaševalce zanimajo predvsem tisti mediji, ki pritegnejo nadpovprečno število članov občinstva z ustrežno kupno močjo. Kakovost medijsko posredovane vsebine jih ne zanima (Erjavec, Volčič, 1999: 89). »Ekonomska propaganda nas ulovi vedno v trenutku, ko smo najbolj pozorni. Takrat udari, nasilno prekine logični tok našega doživljanja oddaje in nam podtakne svoje kukavičje jajce« (Kralj v Košir, Ranfl, 1996: 70).

»Revije konstruirajo mite o lepoti in hkrati že ponujajo načine za doseganje teh mitov. V tem smislu delujejo kot smerokaz za oblikovanje življenjskega sloga. Vendar pa tukaj obstajajo dve možnosti. Prva možnost je, da s tem, ko nekdo kupi določeno revijo zaradi vsebine, ki jo objavlja naslovnica, se nezavedno zaplete v zanko nagovarjanja s strani revije. Druga možnost pa je, da ljudje v revijah iščejo oglase in nasvete za porabo denarja« (Kučan, 2003: 52).

Televizija je izjemno učinkovit medij, ker gledalce pritegne s svojo navidezno resničnostjo, z vidom in sluhom doživlja njene podobe, in ima občutek, kot »da je tam«, sredi dogodkov, ki jih pričara ekran. Gledalci se zlahka vživljajo v televizijske prizore in se identificirajo s televizijskimi junaki (Košir, Ranfl, 1996: 43). Poleg tega psiholog je Vid Pečjak (Košir, Ranfl, 1996: 43) mnenja, da ima televizija celo učinke hipnoze. »Pred sprejemniki gledalci pasivno sprejemajo novice, pogosto napol dremajo, zavest je oslABLJENA in podzavest ojačena. K temu pripomorejo tudi nekateri fiziološki procesi, npr. močno draženje očesa. Obenem pa je gledalec povsem zavzet s sliko. V tem stanju zavesti je človek močno podvržen sugestiji. Samokontrola oslabi, zato sprejema kot čisto »zlato vse«, kar vidi in sliši.«

V novejših raziskavah je medijsko občinstvo obravnavano kot aktivni poslušalci in gledalci, ki zavestno in z angažiranjem spremljajo televizijo. Kljub temu, pa ima televizija močne učinke na gledalce, kateri pomembno sooblikujejo posameznikov in kolektivno zavest, zato je potrebno te učinke proučevati (Košir, Ranfl, 1996: 43).

»Tržno gospodarstvo posamezniku prek množičnih medijev sugerira, da kompenzira svoje strese in občutke identitetnih primanjkljajev v zasebnosti, v pristočasnih oblikah potrošnje. Predvidevamo lahko, da se za videzom osamosvajanja mladostnikov v njihovem vsakdanjem življenju skriva »globalna pasivnost, ki se najbolj jasno kaže prav v potrošniško in medijsko

oblikovanih vzorcih življenjskih stilov, ki se ponujajo ljudem kot primerne in zanimive opcije« (Ule, 2000: 34-35).

V tabeli 5.1. so prikazani statistični podatki povezanosti gledanja televizije s subjektivnimi vrednotami ter povezanosti kupovanja revij ravno tako s subjektivnimi vrednotami. V njej zapisane statistike Pearsonov koeficient korelacije in njegova stopnja značilnosti, s katerima lahko določamo povezanost med spremenljivkami nam pokažejo, da večanje števila ur gledanja televizije ne vpliva na odnos do subjektivnih vrednot mladostnikov. Kupovanje revij pa s šibko stopnjo povezanosti pozitivno vpliva na odnos do subjektivnih vrednot. Mladi, ki pogosteje kupujejo revije dajejo večji pomen zdravju, zunanjemu videzu, resničnemu prijateljstvu, svobodi delovanja in mišljenja, kreativnosti in originalnosti, zasebnosti, nakupovanju kot načinu sprostitve in sredstvu za uživanje.

Tabela: 5.1. Vpliv medijev na subjektivne vrednote mladih

Subjektivne vrednote	statistike	gledanje televizije	kupovanje revij
zdravje	Pearsonov koeficient	-0,018	0,056*
	signifikanca	0,525	0,047
zunanji videz	Pearsonov koeficient	0,029	0,075**
	signifikanca	0,303	0,008
ukvarjanje s športom	Pearsonov koeficient	0,026	0,041
	signifikanca	0,362	0,141
resnično prijateljstvo	Pearsonov koeficient	-0,047	0,085**
	signifikanca	0,097	0,003
družinsko življenje	Pearsonov koeficient	0,25	0,002
	signifikanca	0,374	0,946
svoboda delovanja in mišljenja	Pearsonov koeficient	-0,007	0,059*
	signifikanca	0,797	0,037
živeti v miru sam s seboj	Pearsonov koeficient	0,011	0,011
	signifikanca	0,704	0,703
najti svojo pot	Pearsonov koeficient	-0,022	0,021
	signifikanca	0,427	0,448
kreativnost, originalnost	Pearsonov koeficient	-0,53	0,092**
	signifikanca	0,061	0,001
vznemirljivo življenje	Pearsonov koeficient	-0,009	0,055
	signifikanca	0,745	0,052

(nadaljevanje tabele)

Subjektivne vrednote	statistike	gledanje televizije	kupovanje revij
zasebnost	Pearsonov koeficient	0,023	0,108**
	Signifikanca	0,417	0,000
nakupovanje	Pearsonov koeficient	0,51	0,025
	Signifikanca	0,070	0,369
nakupovanje je način sprostitve	Pearsonov koeficient	0,005	0,173**
	Signifikanca	0,848	0,000
nakupovanje je užitek	Pearsonov koeficient	0,023	0,170**
	Signifikanca	0,411	0,000

Vir: (2000) Mladina 2000, Arhiv družboslovnih podatkov FDV, Ljubljana.

**Pomeni korelacijo pri stopnji tveganja 1% (signifikanca < 0,01)

*Pomeni korelacijo pri stopnji tveganja 5% (signifikanca < 0,05)

5. 3. 2. VPLIV UPORABE INTERNETA NA ZANIMANJE ZA TEME JAVNEGA ZNAČAJA

Hipoteza 2: Mladi, ki pogosteje uporabljajo računalnik za internet, se bolj zanimajo za tematike javnega značaja.

V teoretičnem delu sem že omenila, da postaja svet globalna vas. »Danes lahko človek iz svoje delovne sobe vodi globalni dialog z vsem svetom; njegova soba je postala globalna soba in on »globalni človek«. S pomočjo informacijske tehnologije globalni človek vstopa v univerzum znanja in v njem biva« (Vreg, 2001: 9,10).

V zadnjem desetletju pa sodobne komunikacijske poti omogočajo nove interakcijske odnose med vlado, državno upravo, političnimi strankami, lokalnimi skupnostmi, in državljani. Proces odločanja je državljanom približan preko množičnih medijev. Preko njih lahko posamezniki spremljajo dogajanje v vladi, parlamentu in političnih organizacijah in tako vzbujajo predstavo, da državljan tudi »soodloča«. Dejansko samo opazuje politične razprave na malih zaslonih, posluša na radiu in jih prebira v časopisih. Poleg teh medijev je tu še internet. Novi trendi v državni upravi se nagibajo k temu, da bi čim več storitev in informacij potekalo preko interneta. Internet se vedno bolj uporablja tudi v namen politične propagande. Ob volitvah leta 2000, ki so potekale v Sloveniji se je pokazalo, da so se za internetno komuniciranje zanimale predvsem mlajše generacije in izobraženci (Vreg, 2001: 19-25).

Za spremenljivke javnega značaja sem določila tehniko in tehnične dosežke, znanost in znanstvene dosežke, nacionalno preteklost in usodo lastnega naroda, umetnost in kulturo, vojsko in vojaške stvari, politiko in politične dogodke. Podatki v tabeli 5.2. nam pri 1% tveganja dovoljujejo, da zavrremo ničelno domnevo pri spremenljivkah znanost in znanstveni dosežki, umetnost in kultura ter politika in politični dogodki. Kar pomeni, da večja uporaba interneta vpliva na odnos do omenjenih spremenljivk. Z večanjem uporabe interneta se manjša zanimanje za umetnost in kulturo, znanost in znanstvene dosežke, politiko in politične dogodke. Pri zadnjih dveh spremenljivkah gre za visoko povezanost, saj sta koeficienta korelacije blizu -1, vpliv interneta na zanimanje za umetnost in kulturo pa je šibek, kajti koeficient korelacije je blizu 0.

Tabela 5.2.: Vpliv medijev na odnos do tem javnega značaja

Tematike javnega značaja	Statistike	uporaba interneta
tehnika in tehnični dosežki	Pearsonov koeficient	-0,45
	signifikanca	0,111
znanost in znanstveni dosežki	Pearsonov koeficient	-0,86**
	signifikanca	0,002
nacionalna preteklost in usoda lastnega naroda	Pearsonov koeficient	-0,25
	signifikanca	0,374
umetnost in kultura	Pearsonov koeficient	-0,126**
	signifikanca	0,000
vojska in vojaške stvari	Pearsonov koeficient	0,042
	signifikanca	0,141
politika in politični dogodki	Pearsonov koeficient	-0,82**
	signifikanca	0,004

Vir: (2000) Mladina 2000, Arhiv družboslovnih podatkov FDV, Ljubljana.

**Pomeni korelacijo pri stopnji tveganja 1% (signifikanca < 0,01)

Na osnovi narejene analize lahko zaključim, da mediji nimajo večjega vpliva na subjektivne vrednote mladih. Televizija vpliva sploh nima, vpliv revij pa je zelo šibek ali ga na določenih spremenljivkah sploh ni, medtem ko internet negativno vpliva le na področje znanosti, umetnosti in politike, tako da se z večanjem uporabe interneta večja negativni odnos do njih.

6. ZAKLJUČEK

Namen naloge je bil ugotoviti ali je slovenska mladina socialno izolirana in kakšen vpliv imajo na to mediji. S pomočjo izvedene analize sem prišla do sklepa, da slovenska mladina, na začetku 21. stoletja ohranja socialno vključenost ter da mediji na to nimajo izrazitega vpliva.

V slovenski družbi, tako kot v ostalih postmodernih družbah proces individualizacije igra veliko vlogo, saj od posameznika zahteva nenehna prilagajanja na spremembe družbene strukture in s tem postajajo življenjski poteki vse bolj fragmentirani in individualizirani. Družba želi od posameznikov vse večjo izvornost, kreativnost, osebnostne sposobnosti in znanja ter osebnostne stabilnosti. Namen mladosti je, da se vsak posameznik pripravi na odraslost ter na to, da bo sposoben sam poskrbeti zase. Ključni dejavnik, ki to omogoča pa je lastni osebni dohodek, ki ga pridobi z zaposlitvijo. V »odrasli« družbi kjer je poudarjena individualnost vsakega posameznika (odraslega) pa lahko mladi ohranjajo svojo socialno vključenost ravno z odzivom na zahteve »odrasle« družbe. Rezultati raziskave so pokazali, da mladi dajejo velik pomen vrednotam, ki jih zagovarja ravno individualizacija. V njihovem vrednotnem sistemu najdemo na visokem mestu vrednoto zdravja, resničnega prijateljstva, družinskega življenja, svobode delovanja in mišljenja, uspeh v šoli in poklicu ter živeti v miru s seboj. Doseganje teh vrednot daje posamezniku možnost, da se dobro obnašajo na trgu delovne sile, saj vsak delodajalec želi imeti zdravega delavca, ki bo v kolektiv prinesel duh prijateljstva, ki bo želel delovati samostojno, ne bo imel osebnih težav in s tem se bo lahko stoodstotno posvetil delu ter bo želel v svojem delu biti uspešen in bo tako posledično koristil podjetju. Mladi ohranjajo družbeno vključenost preko trga delovne sile, osebnih odnosov, potrošnje in skrbi za telo, saj na teh področjih delujejo samostojno in suvereno.

Analiza pa je pokazala, da mediji nimajo večjega vpliva na vrednotni sistem mladih. V tem primeru obvelja teorija, da mediji skupaj z odnosi, ki jih imajo mladi s svojimi vrstniki, starši in do družbenih institucij, sooblikujejo subjektivni pogled mladih na svet.

Mediji niso zlo, ki usmerja mlade, mladi so kritični do medijev kar kažejo tudi podatki o stopnji zaupanja v medije ter samoopredelitev mladih, da na njihove nakupe ne vplivajo oglasi in reklame, ki so bili pridobljeni v raziskavi Mladina 2000.

7. LITERATURA IN VIRI

1. Arhiv družboslovnih podatkov Fakultete za družbene vede (2000): Raziskava Mladina 2000.
2. Bučar-Ručman A. (2004): Nasilje in mladi. Klub mladinski kulturni center Novo mesto, Novo mesto.
3. Chandler D. (1995): Cultivation Theory, <http://www.aber.ac.uk/media/dokuments/short/cultiv.html>.
4. Comstock G. (1986): Public communication and behaviour. Academic press inc., London.
5. Curran J., Gurevitch M. (2000): Mass media and society. Arnold, Oxford University Press, London, New York.
6. Erjavec K., Volčič Z. (1999): Odraščanje z mediji. Zveza prijateljev mladine, Ljubljana.
7. Ferligoj A. (1995): Osnove statistike na prosojnicah. Samozaložba Zenel Batagelj, Ljubljana .
8. Gillis J.R. (1999): Mladina in zgodovina. Aristej, Maribor.
9. Katz E., Szecskö T. (1981): Mass media and social change. SAGE, Publications, London.
10. Kastelic M. (2004): Vpliv medijev na samopodobo žensk; diplomsko delo, Fakulteta za družbene vede, Ljubljana.
11. Košir M. (1995): Čas množičnih občil – Omamiti oči, napolniti ušesa in zapreti usta. Otroci in mediji, str. 11-17.
12. Košir M., Ranfl R. (1996): Vzgoja za medije. DZS, Ljubljana.
13. Kučan T. (2003): Identiteta in potrošnja; diplomsko delo, Fakulteta za družbene vede, Ljubljana.
14. Lemert J. B. (1981): Does mass communication change public opinion after all?. Nelson-Hall Publishers, Chicago.
15. Luthar B. (1996): Analiza medijskega vpliva v semiotski družbi. Teorija in praksa, 33, 2, str. 181-193.
16. Mihelj V.(2002): Mladina 2000. Slovenska mladina na prehodu v tretje tisočletje. Aristej, Maribor.
17. "Media and the Global Village : Myth or Reality ?" (2005), <http://media.ankara.edu.tr/-erdogan/globmit.html>.

18. Rener T.: Mladi in neokonzervativizem v Oberstar C., Kuzmanić T. (2003): Neokonzervativizem. Zbornik predavanj 2. letnika delavsko-punkerske univerze. Mirovni inštitut, Inštitut za sodobne družbene in politične študije, Ljubljana.
19. Slovar slovenskega knjižnega jezika, elektronska izdaja (2000), DZS, Ljubljana.
20. Ule M. (1992): Socialna psihologija. Znanstveno in publicistično središče, Ljubljana.
21. Ule M. (1988): Mladina in ideologija. DE, Ljubljana.
22. Ule M., Mihelj V. (1995): Pri(e)hodnost mladine. DZS, Ljubljana.
23. Ule N.M. in drugi (1996): Predah za študentsko mladino. Zavod za šolstvo, Ljubljana.
24. Ule N.M. in druge (2000): Socialna ranljivost mladih. Založba Aristej, Maribor.
25. Vreg F. (2001): Globalizacija in elektronska demokracija. Teorija in praksa, 38, 1, str. 5-28.
26. Zavratnik Z. S. (2000): Koncept 'družbene izključenosti' v analizi marginiranih etičnih skupin. Teorija in praksa, 37, 5, str. 832-848.