

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Martina Čiković

Emancipacija najstnic in mobilni telefon

Diplomsko delo

Ljubljana, 2008

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Martina Čiković

Mentorica: doc. dr. Tanja Oblak Črnič

Emancipacija najstnic in mobilni telefon

Diplomsko delo

Ljubljana, 2008

**Zahvaljujem se mentorici doc. dr. Tanji Oblak Črnič
za strokovno pomoč in Andražu Petrovčiču za pomoč
pri literaturi.**

Hvala vsem za podporo in potrpežljivost.

»Mobilni telefon je novo orodje, ki se igra z obstoječimi normami.«

(Ling 2004, 81)

EMANCIPACIJA NAJSTNIC IN MOBILNI TELEFON

Mobilni telefon se je kot relativno nov medij razširil po vsem svetu in je v kratkem času postal sestavni del življenja ljudi. Mobiteli imajo največji vpliv na najstnike, ker so postali nepogrešljivi na področju njihove družbene socializacije, emancipacije in oblikovanja najstniške identitete. Zanimalo me je, na kakšen način se mobilna telefonija oblikuje kot mehanizem za emancipacijo najstnic od staršev. V določenih okoliščinah mobilna telefonija postane v očeh najstnic pomemben element, prek katerega uspejo doseči »emancipacijo« v odnosu do staršev. Emancipacija oziroma avtonomija od staršev se kaže v načinu domestifikacije in uporabe mobilnega telefona. Najstnice mobitela ne uporabljajo samo instrumentalno kot starši (za vsakdanjo koordinacijo – mikrokoordinacijo), temveč tudi ekspresivno (za emocionalno in socialno komunikacijo z vrstniki – hiperkoordinacijo). Mobilni telefon premošča socialno interakcijo otroka od starševskega neposrednega vpogleda. Način uporabe mobilnega telefona je tudi kulturno pogojen. Za emancipacijo najstnic od staršev je zelo pomembna ženska vloga v družbi kot tudi najstniški vrstniki.

Ključne besede: emancipacija (avtonomija), mobilni telefon, najstniki, spol, starši.

EMANCIPATION OF TEENAGE GIRLS AND THE MOBILE TELEPHONE

Mobile telephone as a relatively new media has spread out in the whole world and it has in a short time become a component of people's lives. Mobiles have got the biggest influence on the teenagers because they became an indispensable part of their socialization, emancipation and forming of an identity. I was interested in which way the mobile telephony shapes as mechanism for emancipation of teenage girls from parents. In specific circumstances mobile telephony becomes in the eyes of teenage girls a crucial element of »emancipation« from their parents. Emancipation or autonomy from parents is showing in the domestication and in the way of using the mobile phone. Teenage girls do not use their mobile phones just for instrumental coordination like their parents (everyday coordination) – micro coordination but also expressively (emotional and social communication with peers) – hyper-coordination. Mobile telephone is bridging social interaction from direct insight of parents upon their children. The way of using mobile phone is also culturally conditioned. Woman role in society as well as peer groups are very important for emancipation of teenage girls from their parents.

Key words: emancipation, mobile phone, teenagers, gender, parents.

KAZALO VSEBINE

1 UVOD	8
2 AVTONOMIJA IN NAJSTNIŠTVO	10
2.1 MODELI PREHODOV V ODRASLOST	13
2.2 NAJSTNIŠTVO IN EMANCIPACIJA OD STARŠEV	15
2.3 ŽENSKÉ IN NJIHOVA VLOGA V DRUŽBI	17
2.4 VLOGA VRSTNIKOV PRI EMANCIPACIJI	18
3 EMANCIPATORNE TEHNOLOGIJE	21
3.1 STACIONARNI TELEFON	21
3.2 MOBILNI TELEFON	22
4 DOMESTIFIKACIJA (UDOMAČITEV) MOBILNEGA TELEFONA	28
4.1 ELEMENTI MODELA DOMESTIFIKACIJE	29
4.2 UPORABA MOBILNEGA TELEFONA MED STARŠI	31
4.3 UPORABA MOBILNEGA TELEFONA MED NAJSTNIKI	32
4.4 NAJSTNICE V ODNOSU DO STARŠEV	34
5 METODOLOGIJA	36
5.1 UPORABA IN LASTNIŠTVO MOBILNEGA TELEFONA	37
5.2 POVEZANOST Z LJUDMI, OBČUTEK VARNOSTI IN MOBILNA TELEFONIJA	42
5.3 MODA, NAVEZANOST NA MOBILNI TELEFON IN OGLAŠEVANJE	44
6 SKLEP	48
7 LITERATURA	51
8 PRILOGE	55

KAZALO TABEL

Tabela 3.1: Korelacija med številom prijateljev in načinom stika za fante	25
Tabela 3.2: Korelacija med številom prijateljev in načinom stika za dekleta.	26

KAZALO SLIK

Slika 4.1: Povprečno število minut na dan, porabljenih na telefon glede na starost, Norveška, 2001.	35
Slika 5.1: Projekcije uporabnikov mobilnih telefonov po starostnih kategorijah.....	37
Slika 5.2: Povprečne vrednosti trditev o mobilni telefoniji med otroki in mladostniki glede na starostne kategorije.....	38
Slika 5.3: Povprečne vrednosti trditev o mobilni telefoniji med otroki in mladostniki glede na spol	39
Slika 5.4: Minute pogovora po mobilnem telefonu v tipičnem dnevu glede na starostno skupino in spol.....	40
Slika 5.5: Število telefonskih števil v imeniku mobilnega telefona glede na starostno skupino in spol	41
Slika 5.6: Povezanost z ljudmi, občutek varnosti in mobilna telefonija glede na starost.....	42
Slika 5.7: Vir plačevanja mobilnega telefona pri MOŠKIH glede na starostno skupino.....	43
Slika 5.8: Vir plačevanja mobilnega telefona pri ŽENSKAH glede na starostno skupino.....	43
Slika 5.9: Modni vidik mobilnega telefona glede na starost.....	45
Slika 5.10: Navezanost na mobilni telefon glede na starost.....	46
Slika 5.11: Mobilni telefon in kreatorji.....	47

1 UVOD

V svoji diplomski nalogi želim ugotoviti vpliv mobilnih telefonov na življenje najstnikov v Sloveniji. Posebej me zanima, na kakšen način se mobilna telefonija¹ oblikuje kot mehanizem za emancipacijo najstnic od staršev: kako mobilni telefoni vplivajo na emancipacijo najstnic, kje se to kaže in na kakšen način se s pojavom mobilne telefonije spreminjajo odnosi med najstnicami in starši. Predvidevam, da v določenih okoliščinah mobilna telefonija postane v očeh najstnic pomemben element, prek katerega uspejo doseči »emancipacijo« v odnosu do staršev. Emancipacija oziroma avtonomija od staršev se kaže v načinu uporabe mobilnega telefona. Najstnice uporabljajo mobitele na drugačen način kot njihovi starši. Na način, ki je lasten najstniški kulturi, in sicer večinoma na ekspresivni oziroma na emocionalni ravni, ne pa kot starši, ki ga večinoma uporabljajo na instrumentalni oziroma funkcionalni ravni.

Izbrano področje se mi zdi zelo zanimivo, saj se je mobilna telefonija kot relativno nov medij razširila po vsem svetu in je v kratkem času postala sestavni del življenja ljudi. Moje mnenje je, da so mobiteli imeli in imajo še zmeraj največji vpliv na najstnike, ker so postali nepogrešljivi na področju družbene socializacije, emancipacije in oblikovanja najstniške identitete.

»Kvalitativne analize dokazujejo, da so motivi za posest mobilnega telefona dostopnost, varnost in mikrokoordinacija. Kot dodatek mobilni telefon služi kot simbol emancipacije. Metafore, ki obkrožajo mobilni telefon, nam dopuščajo, da razpravljamo o konstrukt statusa in identifikacije« (Ling 2001a, 1 pog).

Resnični vpliv mobilnega telefona je njegova zmožnost definiranja najstniške identitete. Širše gledano najstniki potrebujejo mobilni telefon za ustanavljanje njihovih identitet, ki so ločene od identitet njihovih staršev. To je glavna funkcija adolescentov v današnji družbi (Ling 2002).

»Vrstniki za najstnike funkcionirajo kot "socialna maternica" in jo uporabljajo za pobeg od zahtev širšega sveta ter za samoafirmacijo. V skupini vrstnikov posamezniki iščejo pristnost in ne odnos z drugimi neodvisnimi individuumi« (Broady in drugi v Holstein – Beck 1995, 113). Vrstniki pomagajo najstnikom pri prehodu iz otroštva v

¹ »Mobilna telefonija pomeni prenos govora in podatkov iz mobilnega omrežja in je telekomunikacijska storitev, ki se jo delno ali v celoti zagotavlja z radiokomunikacijami do mobilnih uporabnikov. Za to se delno ali v celoti uporablja radijsko omrežje« (RIS – Raba interneta v Sloveniji 2005).

odraslost. Ta prehod pa zaznamuje emancipacija najstnikov od staršev, ki ne bi bila mogoča brez podpore vrstnikov.

Danes so najstnice v procesu ustanavljanja samih sebe kot individuumov, ki so neodvisni od svojih staršev, vendar v istem času testirajo same sebe v socialnih omrežjih oziroma v skupinah vrstnikov (Ling 2002).

Namen mojega diplomskega dela je ugotoviti kako mobilni telefon vpliva na emancipacijo najstnic od staršev. V svojem delu bom analizirala podatke, ki so bili zbrani leta 2005 z anketo o uporabi informacijsko-komunikacijske tehnologije.

Diplomsko delo je sestavljeno iz dveh delov. Prvi del je namenjen teoretičnim izhodiščem, drugi pa empiričnemu raziskovanju. V teoretičnem delu najprej govorim o avtonomiji, najstništvu in emancipaciji od staršev, razlagam modele prehodov v odraslost ter govorim o pomembnosti ženske vloge v družbi in o pomembnosti vrstniških skupin. Sledi tretje poglavje, kjer govorim o fiksni in mobilni telefoniji, mobilni telefoniji kot o emancipatorni tehnologiji in podajam primere iz najstniških časopisov »Smrklja«, »Frka«, »Cool« in »PIL plus«. V četrtem poglavju razlagam pristop domestifikacije mobilnega telefona, elemente modela domestifikacije in način uporabe mobilnega telefona s strani najstnikov in staršev ter razlike med najstnicami in starši.

V empiričnem delu (petem poglavju) podrobno opisujem način zbiranja podatkov in vzorcev v sekundarni raziskavi (RIS-IKT 2005). Nato analiziram uporabo in lastništvo mobilnega telefona med najstniki in starši. Poskušam tudi odkriti povezanost med povezanostjo z ljudmi, varnostjo in mobilno telefonijo. Dotikam se tudi mode in navezanosti na mobilni telefon. V šestem poglavju podam ugotovitve naloge, omejitve in možne smeri nadaljnjega raziskovanja. V zadnjem delu je seznam literature, v prilogi pa anketni vprašalnik, uporabljen v raziskavi, in članki oziroma slike iz najstniških časopisov.

2 AVTONOMIJA IN NAJSTNIŠTVO

Najstništvo je obdobje socialne tranzicije kot obdobje fizičnega razvoja. Ena od glavnih nalog najstništva je progresivno učenje tega, kako funkcionirati zunaj družinskega okolja. Najstniki se morajo naučiti veščin, na katere se bodo zanašali kasneje v življenju (Ling 2004, 93). V tem obdobju obstaja več različnih tranzicij. »Otroci prehajajo od tega, da so "inventar" v domu staršev, do tega, da se emancipirajo« (Schwartz in Merten v Ling 2004, 94). Posameznikova edukacija, družbene in intimne zveze, kariera, dom, vsi ti pomembni deli identitete so v tranziciji in počasi začnejo prihajati na svoja mesta.

»Idejo o mladosti oziroma adolescenci kot posebnem življenjskem obdobju najprej zasledimo v klasičnih študijah Stanleyja Halla na začetku dvajsetega stoletja. Hall je prvi raziskal obdobje mladosti in ga tudi poimenoval z besedo "adolescenca"« (Ule in Kuhar 2003, 29).

Po SSKJ (2000–2007) je emancipacija (emancipación -e ž (á)) pridobitev enakopravnega položaja: boj nerazvitih držav za ekonomsko emancipacijo; nacionalna, politična, rasna emancipacija; težnja po emancipaciji / ženska emancipacija – pridobitev enakopravnega položaja žensk z moškimi; gibanje za emancipacijo žene v družbi / duhovna emancipacija.

Koncept emancipacije vsebuje tudi razmerje moči. Predvideva posameznikovo premikanje iz predobstoječe strukture moči v drug status, ki je lahko enako represiven kot prvi. Koncept torej domneva premikanje iz ene strukture moči v drugo.

Če pogledamo s sociološkega vidika, je Weber določil osrednjo definicijo moči. »Moč je možnost, da človek ali skupina ljudi uresniči svojo voljo v skupnem delovanju, tudi če temu nasprotujejo drugi, ki v tem delovanju sodelujejo« (Ling in Yttri 2005, 220). Definiral je tudi tri osnovne oblike moči: prva je povezana s tradicijo, druga z legalno-racionalno strukturo in tretja s karizmo. »Racionalno-legalna oblast temelji na sprejemanju niza neosebnih pravil« (Haralambos in Holborn 1999, 510). V weberijanskem sistemu posamezniki uporabljajo različne kombinacije teh treh oblik za doseganje, zahtevanje in legitimizacijo moči.

Družba sama predpisuje vloge za starše in otroke. Najstniško sodelovanje v družini je zapleteno v sistem moči, ki je tradicionalen in legalno racionalen, vsaj dokler ne postanejo polnoletni (Ling in Yttri 2005, 222). »Poudarek je torej na weberijanski ideji, da mora biti moč v teh okoliščinah legitimna« (Ling in Yttri, prav tam: 222). Mobilni telefon

je spremenil način odvijanja zveze moči med starši in najstniki, postal je njen posrednik. To bom podrobneje predstavila v poglavju 4.3 »Uporaba mobilnega telefona med najstniki«.

»Razmerje moči med najstniki in njihovimi starši je dinamično, prehodno in epizodno« (Ling in Yttri 2005, 222). Z druge strani se znotraj skupine vrstnikov mladi ljudje soočajo z idejami moči ali vplivov, ki ne temeljijo na tradicionalnih ali legalno racionalnih sistemih, temveč na možnostih, da, v Goffmanovem smislu, manipulirajo s simboli. To pomeni, da so znanje in uporaba slenga, oblačil (moda) in ritualov primerne interakcijske osnove za vpliv oziroma moč znotraj skupine vrstnikov. Moč in vpliv sta bolj tranzicijska, vendar znotraj skupine vrstnikov v vsakem trenutku obstaja skupina ali posameznik, ki ima večjo vlogo v narekovanju stila, aktivnosti in na splošno vedenja te skupine. Skozi aplikacijo tega tranzicijskega kodeksa najstniki definirajo svojo vlogo v skupini (Ling in Yttri 2005, 223).

Definiranje vloge oziroma moči v najstniški skupini je odvisno od samopredstavitve. Na vlogo samopredstavljanja in upravljanja z vtisi v komuniciranju je opozarjal Erving Goffman (1967). Posebej se je ukvarjal s strategijo ustvarjanja in ohranjanja dobrega vtisa o samem sebi pri drugih (Ule 2005, 282).

Njegova osrednja ugotovitev je, da te strategije niso nastale le zaradi interesov udeležencev komunikacijske situacije, da bi v javnosti naredili čim boljši vtis o sebi, temveč zaradi interakcije same (Goffman 1982). Samopredstavljanje /.../ je proces vplivanja na vtise, ki jih imajo drugi ljudje o nas. Ponavadi si želimo pri drugih ljudeh ustvariti čim boljši vtis o sebi, zato je veliko dejavnosti v komunikacijski situaciji posvečenih tovrstnim samopredstavitvam. (Ule 2005, 282)

Goffman meni, da imajo ljudje svoj »obraz«, ki ga kažejo svetu. Domneva, da nekdo obdrži svoj obraz (fasado) takrat, ko sta njegova predstavitev in vodstvo samega sebe notranje dosledni. Razvoj in vzdrževanje »obraz« nista osamljeni aktivnosti, temveč sta družbeni produkciji. »Obraz«, ki ga posameznik predstavlja, je dober samo takrat, ko je enak pripravljenosti občinstva, da ravna z njim, kot da je resničen. Torej, »obrazi« so kristalizacija naše pripravljenosti, da se integriramo v družbo (Goffman v Ling 1997).

Koncept »obraz« ter z njim povezani pojavi »ohranjanje obraza«, »izguba obraza«, »grožnja obrazu« in »upravljanje obraza« je eden tistih konceptov, ki so v zahodno raziskovanje prodrli z vzhoda, točneje s Kitajske. Dejstvo, da so

zahodni avtorji (Goffman 1982) uvozili in teoretsko dodelali nezahodni koncept, daje fenomenu obraza večkulturno razsežnost in morda celo večjo veljavnost kot konceptom, ki izhajajo samo iz zahodne kulture. (Ule 2005, 284)

»Obraz« nam pomaga pri integraciji v družbo, ker temeljimo in prilagajamo naše prezentacije na našo percepcijo situacije. Brez tega bi se obnašanje zavrtelo v nepredvidljive smeri in bi navadno intersubjektivno razumevanje interakcije bilo nemogoče. (Goffman v Ling 1997, 8) »"Obraz" pa je pozitivna socialna vrednost, ki jo posameznik učinkovito zahteva zase, z držo, ki jo je zavzel v določeni interakciji« (Goffman v Ule 2005, 283).

Ohranjanje uravnotežene javne samopodobe je pomemben komunikacijski proces in dosežek. Samopredstavljanje je namenjeno temu, da drugi potrdijo samopodobo, kakršno si sami želimo prikazati. Drugi s svojimi odzivi tako vplivajo na oblikovanje posameznikove podobe.

Za vsako skupino, subkulturo ali družbo se zdi, da imajo svoj značilni repertoar praks za vzdrževanje ugodnega vtisa o sebi oziroma ohranjanje obraza. Zdi se, da je ohranjanje »obraza« proces, ki se vzdržuje s pomočjo omejenega obsega možnih komunikacijskih praks, in da mora vsaka socialna enota narediti selekcijo svoje matrike možnosti (Ule 2005, 287).

Ohranjanje »obraza« je izjemno pomembno za najstnike kot tudi za vrstniške skupine. »Obraz« je pomemben za socialno prilagoditev najstnikov med vrstniki. Mobilni telefon je zelo pomemben del tega »obraza« in jim pomaga v njegovem ohranjanju. Postal je del njih samih, podaljšek njihovih teles (več o tem v Katz 2003), ki jim pomaga pri avtonomiji.

Stopnja emancipacije najstnikov od njihovega doma se lahko vidi v dveh kompleksnih spremenljivkah: stopnji starševske kontrole in obsegu najstniške orientacije proti domu (Ling 2005, 6).

Kot v večini industrializiranih družb je tudi v Sloveniji nejasna tranzicija med najstništvom in odraslostjo. Šele ko posameznik konča obvezno šolanje, lahko začnemo govoriti o emancipaciji v pravem pomenu besede, vendar sta emancipacija in odraslost dva prekrivajoča se koncepta.

2.1 MODELI PREHODOV V ODRASLOST

Prehodi mladih v odraslost imajo v vsaki državi svoje značilnosti, pa tudi znotraj vsake posamezne države se različne skupine mladih med seboj precej razlikujejo glede tipičnih mejnikov prehajanja v odraslost. Izrazite razlike med skupinami držav se kažejo glede doseganja ekonomske neodvisnosti (na področju izobraževanja in prehoda na trg dela) in pri vzpostavljanju lastnega gospodinjstva (glede odselitve od staršev in oblikovanja lastne družine). Kljub temu lahko med nekaterimi državami najdemo precej podobnosti. /.../ Pogoj za vzpostavitev lastnega gospodinjstva in družine je v vseh evropskih državah ekonomska neodvisnost. (Ule in Kuhar 2003, 73)

Pred osemnajstim letom (sploh pa pred šestnajstim) življenja je za večino mladih značilna naslednja slika: živijo v izvorni družini, redno obiskujejo šolo, niso zaposleni niti za polovični delovni čas, niso poročeni niti ne živijo skupaj s partnerjem in nimajo otrok. Situacija med osemnajstim in petintridesetim letom pa je med posameznimi državami zelo različna (Ule in Kuhar 2003).

Najbolj preprosto razlikovanje držav je delitev na severne in južne države. Razlike med posameznimi državami so posledica delovanja različnih dejavnikov, in sicer religije, stanovanjskega trga, nizkih plač, visoke brezposelnosti, negotovosti zaposlitve in izobraževalnega sistema. V južni Evropi je pomembna družina, v severni pa individualizem in neodvisnost med generacijami. Po Uletovi in Kuharjevi (2003, 73–96) obstaja več različnih modelov avtonomije, in sicer sredozemski, nordijski, srednjeevropski, anglo-ameriški in postkomunistični. To tipologijo modelov prehodov v odraslost sta postavili na podlagi družbenozgodovinskih dejstev (kulturnih, geografskih in političnih razlik) in državnih ukrepov (različnih tipov režimov blaginje).

Sredozemski model najdemo v Italiji, Grčiji in Španiji, pogojno tudi na Irskem. V tem modelu izstopa podpora s strani družine in njena nenehna prisotnost. Mladi dosežejo ekonomsko neodvisnost razmeroma pozno. Družinske vezi med starši in odraslimi otroki so postale bolj egalitarne: bolj izobražena mlada generacija je pri starših izpogajala osebno in socialno neodvisnost in avtonomijo, ekonomsko pa je še vedno delno odvisna. Mladi se odselijo od doma takrat, ko se odločijo, da bodo ustvarili lastno družino. V teh državah je izobraževalni sistem zelo standardiziran, trg dela je rigid, stopnja brezposelnosti pa zelo visoka. Najbolj tipična država s sredozemskim modelom je Italija, ker tam mladi najdlje

odlašajo z doseganjem avtonomije. Mnogi odrasli Italijani in Italijanke ostanejo doma pri starših tudi po tem, ko so že dosegli finančno neodvisnost, kar je skoraj patološko odlašanje prehoda v odraslost, posebej zaradi tega, ker jih starši dejansko podpirajo v tem. V južni Evropi se naglo spreminja položaj žensk. Mlade ženske imajo več svobode odločanja kot so jih imele njihove matere pri primerljivi starosti.

Nordijski model je socialni model, za katerega je značilno, da ponuja univerzalne ugodnosti za vse državljane. Med nordijske države štejemo Švedsko, ki je tipičen predstavnik², Dansko, Finsko, Norveško in pogojno Nizozemsko³. Te države podpirajo posameznike, ne da bi spodkopavale njihove individualne pobude. Sistem blaginje ljudem omogoča, da so manj odvisni od družine in skupnosti, pa tudi od trga. Za te države je značilno, da mladi zgodaj odhajajo od doma in da živijo v kohabitacijah. Nordijske države veljajo za do žensk prijazne oziroma za njih je značilna visoka stopnja enakosti med spoloma. Švedska aktivno promovira avtonomijo mladih državljanov.

Srednjeevropski model ne teži k socialni enakosti, temveč ohranja statusne razlike, zato ga nekateri imenujejo konservativni model. Nemčija je značilna predstavnica tega modela. V ta model lahko uvrstimo tudi Avstrijo, pogojno Belgijo, Luksemburg in Švico ter z večjim zadržkom Francijo (ker je manj konservativna). Če izpustimo Francijo, lahko govorimo o germanskem modelu. V tem modelu je temelj sistema blaginje družina, ker sistem blaginje podpira družino v njeni podporni vlogi, ne pa mlade osebe, ki gre skozi ta prehod. Posameznik lahko postane neodvisen državljan samo, če dobi položaj v delovni sferi. V srednjeevropskih državah je uveljavljen trend poznega zapuščanja doma, poznega doseganja samostojnosti in neposrednega prehoda od doma v zakonsko zvezo.

Anglo-ameriški model se nanaša na Kanado, Veliko Britanijo in ZDA, ki je najbolj tipičen predstavnik. Za razliko od Velike Britanije, je Irska najbolj podobna sredozemskim državam. Obstaja jasen vzorec zapuščanja doma, ki obsega skupno življenje s prijatelji, nato kohabitacijo s partnerjem, ki ji sledi poroka; npr. ko mladi Američani zapustijo dom, kar je relativno zelo zgodaj, začnejo najpogosteje živeti s sostanovalci istega spola, ne glede na to, ali obiskujejo fakulteto ali delajo polni delovni čas. V teh državah so globoko zakoreninjene vrednote, povezane z manualnim delom, izobraževanje je nižje vrednoteno, socialna izključenost mladih se pojavlja v močnejši obliki kot v drugih razvitih državah, družba je še vedno stratificirana po razredih. ZDA so med najbolj

² Večina Švedov doseže avtonomijo pri 25 letih.

³ Pogojno zaradi tega, ker so nekatere značilnosti prehodov bolj lastne sredozemskemu modelu.

socialno diferenciranimi družbami na svetu, zato so tudi razlike med prehodi različnih skupin mladih v odraslost najbolj izrazite.

Postkomunistični model je značilen za vzhodnoevropske države. K postkomunističnemu modelu lahko uvrstimo naslednje države: 1. osrednje vzhodnoevropske države: Češko, Madžarsko, Poljsko, Slovaško, Slovenijo; 2. baltske države: Estonijo, Latvijo, Litvo; 3. južne vzhodnoevropske države: Bolgarijo, Makedonijo, Romunijo; 4. zvezo neodvisnih držav: Belorusijo, Moldavijo, Rusijo, Ukrajino; 5. ostale države Jugoslavije (zaradi vojne jih je treba obravnavati posebej). V teh državah je tranzicija privedla do naraščanja vpisa v nadaljnje izobraževanje, ekspanzije novih poklicev, socialne stratifikacije, neenakosti v dohodkih, večjega osiromašenja in brezposelnosti. Torej, spremembe so se zgodile tako na ekonomskem področju kot tudi na kulturnem.

Po mnenju Uletove in Kuharjeve (2003) večina stvari, ki veljajo za postkomunistične države, pretežno ne veljajo za Slovenijo, saj je bila Slovenija v ekonomskem, predvsem v kulturnem smislu izjema že pred tranzicijo. Za Slovenijo so značilni izjemni rodnostni vzorci, ker se že od začetka osemdesetih let kažejo taki demografski trendi, kot v zahodni Evropi.

»Sindrom" prelaganja odraslosti /se pojavlja/ tudi pri slovenski mladini. Raziskave so pokazale, da so za mlade odrasle značilni močno spremenjeni vzorci vstopanja v lastno družinsko skupnost, pri čemer med biografijami deklet in biografijami fantov ni izrazitih razlik« (Ule 2003, 97). Raziskave kažejo tudi, da mladi odločajo o svojem videzu in nastopajo v potrošnji kot kompetentni potrošniki že ob koncu otroštva, drugi prehodi, npr. ustvarjanje lastne družine in rojstvo otrok, pa se pomikajo globoko v odraslost (Ule in Kuhar v Ule in Kuhar 2003, 38).

2.2 NAJSTNIŠTVO IN EMANCIPACIJA OD STARŠEV

Obstajajo različni načini zaznavanja najstniških let, na primer kot tranzicijsko obdobje med otroštvom in odraslostjo ali pa kot obdobje, ki ima svojo lastno zgodovino in svoj lasten notranji razvoj. Kronološko gledano otroštvu sledijo najstniška leta in nanje vplivajo ter jih oblikujejo izkušnje iz otroštva. Istočasno pričakovana prihodnost mladih ljudi temelji na izkušnjah in odločitvah iz najstniškega obdobja. Za najstniško obdobje se

šteje, približno enako za dekleta in fante, obdobje med enajstim in devetnajstim letom življenja. (Holstein-Beck 1995, 100)

Po nekaterih virih je najstništvo obdobje med 13. in 18. letom življenja, obdobje med 9. in 12. letom prednajstniško obdobje, obdobje med 19. in 25. letom pa postadolescentno. Določeni viri spet premikajo lestvico bolj navzgor⁴. Odločila sem se, da bom za najstniška leta upoštevala obdobje med enajstim in devetnajstim letom življenja ne glede na to, da so starostni razredi v RIS-ovi raziskavi drugače razporejeni.

Za najstnike so pomembni trije procesi v konstruiranju njihove identitete: refleksivnost, zmožnost in individualnost (Ziehe v Skog 2002, 255). Refleksivnost je kulturni način zrcaljenja (individualnega, subjektivnega, socialnega ali kulturnega) sebe ali identitete skozi simbolične podobe v medijih, verbalnem jeziku ali neposredni interakciji (Grodin in Lindlof v Skog 2005, 255). Sposobnost je perspektiva, ki vidi faktorje osebnosti in življenjskega stila kot odprte za vplive. Individualizacija pa pomeni, da se je z razvojem industrijske družbe zmanjšala pomembnost socialnega okolja, medtem ko se je subjektivna pomembnost notranjega sveta povečala. (Skog 2002, 255) Torej, identiteta postaja večdimenzionalna, z več možnimi različicami, personalna, samorefleksivna in subjekt inovacij (Kellner v Skog 2002, 256).

Ena od posledic, ki je ozko povezana z najstniškimi leti, je njihova emancipacija od staršev in najstniško vzpostavljanje lastne identitete. Vrstniki so vmesna »postaja« v tem procesu, v katerem lahko najstniki testirajo ideje, poskušajo različne identitete in testirajo možnosti, ki jih ponuja svet odraslih.

Družinska orientacija je pomembna, ker poskrbi, da posameznik dobi temelje, vendar mu posameznikova participacija v najstniških prijateljskih skupinah omogoča testiranje drugih področij življenja. Najbolj pomembno je to, da najstništvo in vrstniki posamezniku dovoljujejo, da sam izkusi odločanje in nadzorovanje položaja na način, ki ga večina avtoritarnih družinskih struktur ne dovoljuje. To pomeni, da je nekdo lahko del ustanavljanja modnega stila, lahko odloča, kateri film ali glasba je »cool«, in sodeluje pri kovanju fraz, ki omogočajo identifikacijo skupinske pripadnosti na način, ki ni mogoč v družini. Vrstniška skupina pomaga posamezniku pri ustvarjanju njegovega »obraza«. Najstniki pogosto izkusijo situacije, ki so nepredstavljive za njihove starše. Moderne komunikacije in prenosni sistemi ter v določenih primerih celo bolj primarne storitve niso bile dostopne staršem in starim staršem današnjih otrok.

⁴ Gennep je ugotovil, da se dejanski obred prehoda v odraslost lahko pojavi nekje med devetim in petindvajsetim letom življenja (Ling 2000, 2).

S starševske perspektive obstaja želja za vzgajanjem procesa avtonomnosti pri njihovih najstnikih, vendar je prisoten tudi interes za pomoč otrokom s postavljanjem temeljev, na katerih bodo gradili svoj karakter, v izogib slabim stranem emancipacije (uporabi drog, udeležbi v bandah itn.) (Ling 2005), »ker je najstništvo domnevno obdobje življenja, ki je najmanj stabilno« (Ling in Helmersen 2000, 3).

Najstniško obdobje povzroča stres, vendar je tudi privlačno obdobje v življenju posameznika. Izvor najstništva najdemo v zelo sodobni kulturi. To so leta nedolžnosti, ki vključujejo povečano svobodo od staršev in pritisk doma. Številni otroci se veselijo tega obdobja v svojem življenju in so zelo aktivni v predsocializaciji.

2.3 ŽENSKE IN NJIHOVA VLOGA V DRUŽBI

Moderna družba vsebuje pomembne sisteme, ki močno vplivajo na življenja posameznikov. Eden od teh sistemov je sistem spolov, ki deli posameznike v dve kategoriji, ki imata različne vloge, vrednote in norme. Ta sistem daje vzpon kulturno determiniranim predstavam spola – ženskost in moškost. Sistem spolov opisuje strukturo seksualne organizacije, katera označuje najbolj znane kulture. Sistem spolov se bazira na biološkem spolu, ki je definiran socialno in, ki formira temelje za stratifikacijski sistem, spolno organizirano strukturo. (Holstein-Beck 1995, 100)

Sistema socializacije za fante in dekleta se razlikujeta. V spolni socializaciji so med otroki obeh spolov sistematčne razlike. Na kulturni ravni so te razlike izražene skozi pojme ženskost in moškost, kaj pomeni biti dekle ali fant in kaj pomeni biti ženska ali moški.

Bistvo koncepta ženskosti sestoji iz hrepenenja po skupnosti, negovanju drugih in želje po bližini drugih. Ženskost se centrirata okrog materinstva, odnosov in lepote. Če hoče najstnica postati ženska, mora razviti take veščine, ki jo vstavljajo v pravo kategorijo, in mora biti zainteresirana za različne oblike lepote ter biti sposobna narediti in obdržati tesne odnose. Za razliko od prejšnjih generacij mora današnja ženska razviti tudi karakteristike, ki so povezane z moškostjo, kot je samozavest.

Potreba po razvoju osebne avtonomije v tandemu z žensko stranjo, ki je orientirana k razmerjem, je povezana z novo psihično strukturo, ki jo mora mlada ženska

formirati, da bi lahko premagala novo žensko vlogo. To vključuje večje osredotočanje na sebe, za razliko od prejšnjih generacij. Nove kulturne tendence proti individualizaciji, testiranju identitete in samorazvijanju podpirajo rastočo avtonomijo. Današnje mlade ženske morajo obdržati svojo sposobnost za odnose, če hočejo pridobiti žensko spolno identiteto.

Najstništvo ni samo obdobje, v katerem najstniki vzpostavljajo zasebno identiteto, ampak je najstništvo tudi čas, v katerem se posamezniki opirajo na predsocijalizacijo za vloge, ki jih bodo opravljali kasneje v življenju. Te vloge so na en način spolno razdeljene.

Raziskave kažejo, da imajo ženske osrednjo vlogo pri vzdrževanju socialnih omrežij. Lahko celo rečemo, da raziskovanje socialnih omrežij pomeni raziskovanje pomembnosti ženskega prispevanja k tem istim (Ling 1998). Socialna omrežja žensk so večja (Cochran in drugi 1993, 90) in bolj kompleksna (Moore 1990) kot socialna omrežja moških. Z ene strani je udeležba v socialnih omrežjih breme, z druge strani pa je to sodelovanje prednost za žensko, ker to pomeni, da ima večje število prijateljev in sorodnikov, na katere se lahko zanese pri emocionalni podpori (Rosenthal 1985; Wellman 1992, 99). (Ling 2002: 4)

Ugotovitve, navedene do sedaj, se nanašajo večinoma na ženske, vendar so najstnice v svoji socializaciji vpletene v to vlogo, ki sem jo že prej opisala. Adolescenca je čas, ko so otroci pritegnjeni k vzpostavljanju lastne identitete, včasih v obliki protesta proti svetu njihovih staršev. V istem času najstnike privlači prevzem morebitne pozicije odraslega v družbi. Za najstnice to lahko pomeni razvoj omrežij in pridobivanja večšin pogosto znotraj skupine vrstnikov, kar bodo posledično uporabile znotraj družine.

2.4 VLOGA VRSTNIKOV PRI EMANCIPACIJI

Ustanavljanje in izgrajevanje identitete je bistveno vprašanje med najstniki. Ena od pomembnih zadev najstništva je emancipacija posameznikov od staršev in ustanavljanje njihove samostojnosti. Vrstniki so v tem procesu v industrializiranih državah postali pomembna delujoča sila. Posameznikom pomagajo, da najdejo svoj smisel skozi proces najstniškega razvoja.

Vrstniki posamezniku omogočajo samospoštovanje, samorazkritje, emocionalno podporo, nasvet in informacije. Omogočajo mu možnost ranljivosti med enakimi, sočustvujejo z drugimi in na splošno lahko pridobijo vpogled v socialno interakcijo zunaj družine. Te skupine so zaščitniške do svojih članov. Okrog sebe povlečejo »mejo« in se upirajo vdoru drugih. To je bilo opaženo v razvoju tega, kar Fine (1987, 126) imenuje idiokultura⁵, ki lahko vključuje vzdevke, šale, pesmi itn. Med vrstniki se najstniki z ene strani podpirajo, z druge strani pa se zbadajo, opravljajo in se med seboj prerivajo. To se lahko zgodi na primer pri prerivanju med najstnikovimi bližjimi prijatelji in širšim krogom prijateljev (Giordano 1995). Kulturni vpliv vrstnikov je selektiven. Vrstniki z ene strani izvajajo vpliv na selekcijo določenih kulturnih predmetov, kot so sleng in oblačila, z druge strani pa starši še zmeraj vplivajo na področja, kot je izbira poklica. »Te aktivnosti lahko resnično naredijo bazo za povečano skupinsko solidarnost in zvestobo« (Ling and Helmersen 1999). (Ling 2002)

Sullivan (1953) in njegovi privrženci so opazili, da so vrstniki neizogibni za razvoj socializiranega odraslega človeka. Vrstniki oskrbujejo najstnike z relativno omejenimi situacijami, kje lahko vadijo določene oblike kontrole in sodelujejo v skupinskem odločanju med enakimi (Ling 2002).

Najstniki, ki uporabljajo svoj čas za druženje z vrstniki, imajo večji občutek samospoštovanja, počutijo se bolj srečni in močni kot tisti najstniki, ki preživijo svoj svobodni čas sami (Schneider and Stevenson v Ling in Yittri 2005, 5). Najstniki in njihovi vrstniki so torej aktivni v vzpostavljanju svoje lastne socializacije. Pri najstnikih je povezovanje s vrstniki bistvo vsega. Odrasli poskušajo zmanjšati interakcijo z zunanjim svetom, dokler si najstniki želijo zvišati to isto interakcijo.

Po mnenju Haddona (2001, 6) so prijateljstva med mladimi drugačna kot razmerja med člani gospodinjstva. Prijateljske mreže niso toliko povezane med seboj. Take zveze so sicer intenzivne, ampak šibke in nimajo finančne povezave, kot jo imajo gospodinjstva. Vseeno pa imajo, kot tudi gospodinjstva, skupno zgodovino, elemente skupne identitete in svojo lastno politiko glede razumevanja, kaj je primerno.

Socialna integracija v vrstniško skupino se lahko meri s kompleksnimi spremenljivkami, ki opisujejo najstniški občutek lastne popularnosti (število prijateljev, lahkotnost, s katero nekdo ustvari prijateljstva, občutek popularnosti,

⁵angl. idioculture

občutek pripadanja vrstnikom), čas, ki ga preživijo s prijatelji, čas, ki ga preživijo na javnih mestih zunaj doma (»visenje« na ulici, kiosku, bencinski črpalki ali v lokalu, okrepčevalnici) in njihov občutek osamljenosti (Ling 2005, 7).

3 EMANCIPATORNE TEHNOLOGIJE

»Glavna karakteristika naše družbe je voljno sožitje zelo novih tehnologij in zelo starih družbenih navad.«

(Williams v Silverstone and Hirsch 1994, 1)⁶

Tehnologija se je premaknila iz precej omejene uporabe posebnih skupin v splošno dostopnost. Mobilni telefon je tehnologija, ki lahko pomaga pri vzdrževanju socialnih omrežij. Socialne skupine so znotraj sebe bolj ozko integrirane skozi uporabo tehnične naprave. V številnih pogledih je mobilni telefon enak tradicionalnemu stacionarnemu telefonu, dovoljuje nam npr., da lahko vzdržujemo kontakt z našim socialnim omrežjem, vendar ima mobilni telefon prednost, ker je bolj personaliziran in omogoča hiter ter neposreden dostop do drugih ne glede na lokacijo. Ko kličemo na mobilni telefon, kličemo posameznika, ne pa vse družine (Ling 2004).

3.1 STACIONARNI TELEFON

Če hočemo razumeti usvojitve in uporabo mobilnega telefona, moramo razumeti telefonijo na splošno oziroma stacionarni telefon, še posebej, če hočemo govoriti o usvojitvi in uporabi mobilnega telefona s strani ženskega spola.

Sonia Livingstone (v Dobashi 2005, 228) je v svojih raziskavah o domestifikaciji različnih tehnologij opazila značilno razliko med soprogi in soprogi v uporabi vsake od teh tehnologij. Največja razlika, ki jo je opazila, je ta, da moški tehnologijo vrednotijo po njenih funkcijah in izvršitvah, ženske pa v relaciji specifičnih kontekstov v vsakdanjem življenju.

Ženske so v zgodovini igrale pomembno vlogo v integraciji novih tehnologij v vsakdanje življenje. To velja tako za informacijske medije kot tudi za hišna orodja. Primer za to je stacionarni telefon, predhodnik mobilnega telefona. Claude Fischer (v Dobashi

⁶ *»A main characteristic of our society is a willed coexistence of very new technology and very old social forms«* (Raymond Williams).

2005, 222) je podrobno raziskal, kako so bili telefoni v ZDA gledani s strani telefonskih podjetij, in sicer kot komunikacijska naprava, namenjena primarno za delo. Uporaba telefona v gospodinjstvih je bila za njih njegova sekundarna uporaba, posebej zaradi tega, ker si ga je na začetku redko katero gospodinjstvo lahko privoščilo. Poleg tega je uporaba telefona za »kramljanje«, način, na katerega so ga uporabljale večinoma gospodinje, bila za njih nepravilna uporaba telefona in je bila odklon od njegovega pravega namena (Rakow v Dobashi 2005, 222). Na koncu je prevladala socialna uporaba telefona s strani žensk in je postala značilna sila za domestifikacijo telefona.

Matsuda (v Dobashi 2005, 222) je prišel do zaključka, da so ženske uporabnice telefona spremenile njegovo 'naravo' skozi njihovo vsakdanjo prakso. Pomen telefona, ki ga je definirala telekomunikacijska industrija, je bil spremenjen s strani gospodinj na ta način, da so ga prilagodile dnevni rutini hišnega okolja. Enako se je že zgodilo z drugimi hišnimi aparati v zgodovini, kot so televizija ali radio. Zaključek je, da so gospodinje igrale zelo pomembno vlogo v domestifikaciji novih tehnologij.

Trenutna realnost je takšna, da je usvojitev mobilnega telefona s strani gospodinj še zmeraj relativno nizka in je manjša kot pri najstnikih in na splošno mladostnikih, vendar moramo počakati, da vidimo, ali bodo gospodinje na podoben način domestificirale mobilni telefon kot so domestificirale telefon, radio in televizijo.

3.2 MOBILNI TELEFON

»Najstnice so subkultura mobilnega telefona«.

(Ling 2002:1)

Mobilni telefon ima fizično in abstraktno dimenzijo. Z ene strani je mobitel fizični objekt, ki je dostopen za razkazovanje. Ima težo, barvo in dizajn. Lahko ga gledamo kot vrsto nakita ali oblačila. Fizična dimenzija pomeni, da mu družba na splošno lahko dodeli pomen. Mobitel lahko vidimo kot ponošen, vulgaren, »cool« ali impresiven. Fizični vidik objekta samega po sebi je zaznamovalec posameznikove participacije v drugih aktivnostih (glej prilogo G). Razkazovanje mobitela opazovalcu kaže, da ima lastnik ekonomska sredstva za naročnino in/ali takšen tip mobitela. Lahko naglašuje, da nekdo potrebuje in da

more biti dostopen ter da je tehnično napreden. Razkazovanje naprave za druge pomeni neurejenost in lažno pomembnost. (Ling 2007)

V reviji »Cool« (september, 2005) smo v rubriki »Trendi« zasledili opis in sliko mobitela, ki naj bi bil namenjen ženskam oziroma dekletom:

Siemensov mobilnik CL75 je popoln modni dodatek za moderno žensko, saj eleganten preklopni mobilnik združuje ženstveno eleganco s širokim naborom modernih multimedijskih funkcij, kot je digitalni fotoaparati s 4-kratnim zoomom. Ovalno ohišje, rdeča barva s cvetličnim motivom in zrcalni zaslon so elementi telefona, ki bo zadovoljil še tako zahtevno žensko. Siemens CL75 zaseda prav posebno mesto v modnih krogih, saj to je prvi mobilnik, za katerega je bil izdelan parfüm⁷.

Tukaj lahko vidimo, kako se v najstniških revijah predstavljajo novi modeli mobilnih telefonov. Dejansko gre za oglaševanje, ki je zakamuflirano v rubriko »Trendi«. Kot vidimo, je ta določeni mobilnik namenjen dekletom oziroma ženskam, ki »vedo, kaj hočejo«. Ta mobilnik ima ženske in moške karakteristike: »... saj eleganten preklopni mobilnik združuje ženstveno eleganco s širokim naborom modernih multimedijskih funkcij ...«, kar potrjuje mnenje Holstein-Beckove, da morajo današnje ženske poleg ženskih karakteristik razviti tudi moške karakteristike. V tem primeru bi to pomenilo, da morajo spremljati nove »moške« karakteristike mobilnikov ter jih tudi znati uporabljati.

V reviji »Frka« (december, 2005) se je v odseku moda nahajal prikriti oglas mobilnega proizvajalca Nokia, ki je bil upodobljen v obliki članka. Namenjen je bil dekletom: »Mobilni telefon danes za večino uporabnikov postaja del vsakdanjega osebnega stila, odraz tako modnega sloga kot tudi napredno in nepogrešljivo komunikacijsko orodje. Vsak detalj nove kolekcije telefonov L'Amour so navdihnile linije narave. /.../ Kolekcija L'Amour je namenjena ljudem, ki občudujejo lepoto in popolnost.«⁸

Revija »Frka« (september, 2006), rubrika »Fešn« – Hello kitty mobilnik: »Milijoni deklet po vsem svetu obožujejo blagovno znamko Hello Kitty – srčkane muce z roza pentljo, ki simbolizirajo prijateljstvo in srečo. /.../ Po novem krasi mobilnik BenQ-

⁷ Priloga Č.

⁸ Priloga E.

Siemens AL26 in s srčkanim amuletom predstavlja poželenja vreden modni dodatek in pravo pašo za oči.»⁹

V časopisu »Cool« (september, 2006) je mobitel predstavljen kot sestavni del življenja najstnikov (najstnic) v stripu v slikah. Punca govori na mobilni telefon: *»Halo Ana! Veš kakšno novico imam zate ... Takoj ti jo moram povedat!« /.../ »Daj, Ani, greva v mesto, pa si bova vse povedali, ok? Se dobiva pri tebi? Čez 10 minut sem tam ...«¹⁰*

Mobilni telefon objektivizira tehnološko napravo, ki mladim ljudem dopušča, da kreirajo in se pogajajo za svoje identitete, ki temeljijo na spolu in socialnem razredu. Proces emancipacije se najbolj izraža skozi individualnost. »Kot dodatek temu, da je mobitel mehanizem za emancipacijo, mobilni telefon tudi sodeluje v integraciji najstnikov z njim podobnimi najstniškimi skupinami« (Ling 2005, 10).

Izražanje in spodbujanje individualnosti lahko vidimo tudi v najstniških revijah. V reviji »Smrklja« (september, 2007) so bile v rubriki moda opisane različne identitete, ki si jih lahko prilastijo dekleta. Seveda je identiteta oziroma individualnost odvisna od izbire mobilnega telefona. »Party girl« mora imeti Nokio n93i: *»Posneti vse nore zabave in druženja s prijatelji, fotkati ter odgovarjati na nešteta povabila ni lahka naloga«.*; »Modna navdušenka« mora imeti nokio N 7373, posebna izdaja Gianbatista Valli: *»Četudi ti je pomembno, da ima telefonček vse funkcije, ki jih baje tako nujno potrebuješ, se modnemu telefonu tvoje očke le stežka uprejo. Še posebej, če prihajamo naravnost izpod rok priznanih modnih oblikovalcev«.*; »Športno dekle« pa si mora prvoščiti nokio 5500 Sport.

Mobilni telefon premošča socialno interakcijo otroka od starševskega neposrednega vpogleda. Adolescenti na ta način nadzirajo ljudi, s katerimi se pogovarjajo, in imajo več prostora za izmenjavo misli in sporočil, ki so lahko nesprejemljiva za širše občinstvo. To temelji na vrstniški etiki oziroma na tem, da je njihova komunikacija zaščitena od nečlanov, posebej od staršev.

Kot dodatek dejstvu, da je mobilni telefon praktično orodje za koordiniranje vsakdanjih aktivnosti, in kot dodatek vloge mobilnega telefona k emancipaciji najstnikov od njihovih staršev ter kot dodatek dejstvu, da je mobilni telefon postal tip najstniške ikone z vsemi pripadajočimi personalizacijami orodja, ki ga spremljajo se lahko na dramatični sprejem mobitela s strani najstnic gleda kot na element njihove predsocijalizacije pred zrelo žensko. To je paradigma, premaknjena v kulturno razumevanje mobilnega telefona. (Ling 2002)

⁹ Priloga D.

¹⁰ Priloga F.

Najstnice so pokazale, da po mobitelu opazno več govorijo kot najstniki (glej Ling 2000b). Mobilni telefon se bo nenapovedano uveljavil pri ženskah, kot se je stacionarni telefon, ker bodo današnja dekleta kmalu ženske v različnih socialnih omrežjih.

Odnos deklet in fantov do mobilnega telefona se zelo razlikuje. To lahko opazimo, če gledamo na mobilni telefon kot na tehnološki objekt. Potrošnja tehnoloških objektov je pogojena s spolom. Ti tehnološki objekti sami po sebi nimajo nikakršnih vnaprej pripisanih ženskih ali moških karakteristik, temveč so jim tovrstni atributi dodani s pomočjo kulturno določenih pomenov (Oblak 1997, 677). »Socialni koncept tehnologije poudarja svojo moškost in moško naravo« (Wajcman v Skog 2002, 256). Dekleta preferirajo družbeni vidik mobilnega telefona, medtem ko fantje poudarjajo znamko in tehnološke sposobnosti mobitela. Fantje so bolj zainteresirani za mobilni telefon kot objekt, ne kot orodje za vzdrževanje družbenega omrežja. Za razliko od fantov dekleta gledajo na mobitel ravno obratno, uporabljajo ga za vzdrževanje družbenih odnosov (Skog 2002, 256).

Najstnice so bolj spretno v uporabi mnogovrstnih komunikacijskih kanalov, ko pride do ohranjanja kontaktov z lokalnimi prijatelji. Ling (2004, 111) je uporabil podatke, ki sta jih analizirala Smoreda in Thomas¹¹, in ugotovil, da čim več prijateljev, kot jih imajo fantje, tem več se družijo z njimi¹². Med številom prijateljev in kontaktom prek stacionarnega ali mobilnega telefona pa obstaja samo zmerena korelacija (glej tabelo 3.1).

Tabela 3.1: Korelacija med številom prijateljev in načinom stika za fante

	Kontakti		
	Neposredna srečanja	Stacionarni telefon	Mobilni telefon
Število prijateljev	0,56	0,30	0,31

Vir: Prirejeno po Ling (2004, 111).

¹¹ Podatki iz podatkovne baze EUROSCOM P903.

¹² Pearsonov koeficient korelacije (r_{xy}) je mera linearne povezanosti med dvema vsaj intervalnima normalno porazdeljenima spremenljivkama. Definiran je na intervalu od -1 do 1. Večja je različenost od 0, močnejša je linearna povezanost.

Pri najstnicah je to drugače. V tem primeru je Ling (2004, 111) tudi ugotovil, da čim več prijateljev, kot so najstnice omenile, več so tudi obveščale o neposredni komunikaciji, vendar obstaja močnejša korelacija med številom prijateljev in stacionarnim telefonom, mobilnim telefonom ter SMS-kontaktom. Najstnice tako poročajo o močnejši interakciji čez spekter medija, če jih primerjamo z moškimi vrstniki (glej tabelo 3.2).

Tabela 3.2: Korelacija med številom prijateljev in načinom stika za dekleta

	Kontakti			
	Neposredna srečanja	Stacionarni telefon	Mobilni telefon	SMS-kontakt
Število prijateljev	0,56	0,44	0,42	0,49

Vir: Prirejeno po Ling (2004, 111).

Punce simbolizirajo »mehko« oblast, medtem ko se fantje lahko identificirajo z »močno« oblastjo nad mobilnim telefonom, vendar so dekleta kompetentna in imajo znanje o tipu tehnologij, ki ga predstavlja mobilni telefon, kar lahko pomeni spremembo v stereotipnih ženskih interesih.

Pri stacionarni telefoniji otroci potrebujejo dovoljenje za uporabo s strani staršev in ga dobijo takrat, ko se naučijo osnovne uporabe. Do takrat je vedno nekdo prisoten pri njihovem pogovoru. Ko pridejo v najstniška leta, mogoče ne potrebujejo več dovoljenja za uporabo hišnega telefona, vendar so vseeno tarča nezaželenih poslušalcev. Stacionarni telefon je kolektivni telefon, ki ima že a priori tako mesto v hiši, da je dostopen vsem članom gospodinjstva.

V najstniških revijah »Smrkla«, »Frka«, »Cool« in »Pil plus« so mobilni telefoni predstavljeni kot novi tehnološki dosežki in kot modni dodatki. Treba je povedati tudi, da so tehnične plati mobitela prikazane kot »gadgets¹³« za fante, moderne plati kot »gadgets« za dekleta. »Podjetja dizajnirajo mobilne telefone tako, da se ujemajo s tradicionalno delitvijo na žensko in moško kulturo« (Skog 2002, 269). Znamke mobilnih telefonov

¹³ angl. gadget – predmet ali izum (navadno brez pravega imena), orodje ...

oziroma njihovi oglasi poudarjajo življenjski stil¹⁴, kar nakazuje na to, da izbira določene naprave pogojuje določen stil, in to lahko tolmačimo na dva načina. Prvi je ta, da najstniki izberejo mobilni telefon, ki odgovarja že njihovem določenem stilu, drugi je pa ravno obraten, in sicer, da si z izbiro določenega mobilnega telefona lahko določijo stil.

¹⁴ Glej prilogo E.

4 DOMESTIFIKACIJA (UDOMAČITEV) MOBILNEGA TELEFONA

»Družba ne more obstajati brez tehnologije in tehnologija deluje samo na temelju vtkanosti v družbo«.

(Callon in Law v Dobashi 2005, 233)

Pristop, ki je najbolj primeren glede na moje delo, je domestifikacijski pristop. Ta pristop je kompromis med tehničnim in socialnim determinizmom ter se v istem času izogiba ozkosti *affordance* pristopa. Tehnični determinizem je teorija, ki meni, da tehnologija oblikuje družbo. Socialni determinizem je teorija, ki meni, da družba oblikuje tehnologijo. *Affordance* pristop je pristop, ki opisuje, kako fizične lastnosti objekta medsebojno delujejo z načinom, na kateri mi zaznamujemo in interpretiramo rabo tega objekta. (Ling 2004)

Koncept domestifikacije se je pojavil v zgodnjih devetdesetih letih iz empiričnega in teoretičnega projekta, ki ga je organiziral Roger Silverstone na univerzi v Brunelu (Velika Britanija). Delno je bil pod vplivom nastajajoče literature o potrošnji, ki je posebno pritegnila pozornost na simbolno naravo blaga (Silverstone et al. 1992; Silverstone 1994b; Silverstone and Haddon 1996 v Haddon 2003, 44). Koncept domestifikacije je počasi za tem dosegel širšo evropsko občinstvo. Delno tudi skozi evropsko akademsko mrežo na tem področju, ki se je pojavila v 90-tih letih (EMTEL in COST248, ki je vodila do COST269).

Proces »domačenja« se natančneje nanaša na »sposobnost družbene skupine – gospodinjstva ali družine, da sprejme tehnološke aparate in posredniške sisteme v svojo lastno kulturo do te mere, da postanejo znotraj vsakdanjih rutin skorajda *nevidne*« (Silverstone v Oblak 1997, 679). V večini raziskav se uporablja pojem 'domestifikacija tehnologije'. »Sam pojem "domestifikacija" se torej nanaša na dobesedno dejanje 'prinašati tehnologijo v dom' oziroma v domestifikacijsko sfero« (Habib 2003, 2).

Prenosne tehnologije, kot je mobilni telefon, nam dopuščajo zavzeti mesto zunaj doma. Postajajo to, kar oglaševalci imenujejo »tehnološki nakit«, nekateri od njih se lahko nosijo na telesu (Haddon 1998, 6).

Ena od specifičnosti mobilne telefonije je ta, da se mobilni telefoni ne uporabljajo samo v domači sferi, ampak tudi v javni sferi, kar pomeni, da je uporabnik soočen z različnimi konteksti uporabe. Prihod mobilnega telefona je spodbudil interes za nadaljnje

razširjanje domestifikacijskega pristopa zunaj hiše oziroma doma (Haddon 2001, 5). Gospodinjstvo je bilo izvirno privilegirano v formulaciji koncepta domestifikacije zaradi doma samega in zaradi tega, ker so bile družinske zveze zelo pomemben del življenja. Vendar je bilo vedno jasno, da so domovi in gospodinjstva samo en del enačbe. Raziskave mobilne telefonije v zvezi z najstniki so pokazale, da imajo določeni pogledi porabe te tehnologije smisel samo, če upoštevamo nedomestifikacijske socialne vezi, npr. vrstnike. (Haddon 2001, 6)

Domestifikacija ni vsakokrat popolnoma »uspešna«. Ljudje uporabljajo informacijsko-komunikacijske tehnologije (IKT), vendar lahko čutijo nasprotja do njih. IKT lahko uidejo iz rok. Celotni uporabniki lahko zaznajo, da jih vodijo proti življenjskemu stilu, za katerega čutijo, da je vprašljiv. Lahko se jih tolerira, vendar ni nujno, da se jih tudi sprejme. Njihovo mesto v življenju je lahko omejeno. Recimo, kadar se jih uporablja samo za določene namene v določenih okoliščinah, v primerjavi s tem, kaj drugi vidijo kot njihov polni potencial. In na koncu so IKT lahko zapuščeni ali celo zavrženi v zgodnjem obdobju prisvojitve (Haddon 2001).

4.1 ELEMENTI MODELA DOMESTIFIKACIJE

Domestifikacijo sestavlja več procesov, in sicer: komodifikacija, apropiacija, ki se deli na objektivizacijo in inkorporacijo, ter adaptacija.

Komodifikacija (po Habibu 2003) ali *imaginacija* (po Silverstoneu in Hirschu 1994) je definirana kot vez med domestifikacijo in modelom. Med procesom komodifikacije se objekti in tehnologije pojavljajo v javni sferi menjalnih vrednot in na trgu tekmovalnih podob ter funkcionalnih terjatev in nasprotnih terjatev. Komodifikacija je sestavljena iz dveh komponent: prve, pod katero spadajo: model in marketing proizvoda; industrijski trgovinski proces, ki kreira, ter material in simbolni artefakt, ki jih spodi v proizvode za prodajo v formalni tržni ekonomiji; in druge, pod katere spada 'konstrukcija' proizvoda glede na potencialne ali dejanske potrošnike – kot si jih zamišljajo, si jih želijo, tehtajo njihovo potencialno korist itn. (Habib 2003, 5).

Appropriacija ali *prisvojitve objekta* – potrošnik lahko vzame tehnologijo ali objekt 'domov ali v druge privatne kulturne prostore' in jih lahko naredi 'sprejemljive in vsakdanje/domače'. Appropriacijo lahko delimo na dva vidika: na *objektivizacijo*, s čimer

tehnologija najde mesto in 'prostor' v vsakdanjem življenju uporabnika, in na *inkorporacijo* ali *vključitev*, ki se nanaša na tehnologijo, ki ji je dana funkcija in se je prilagodila vzorcu uporabe domestifikacijskega časa (Habib 2003, 5).

Konverzija ali *pretvorba* vključuje različne stvari, ki jih potrošniki delajo, da bi ostalim signalizirali njihovo participacijo v potrošnji in novosti. Skrbi tudi za povratno informacijo izdelovalcev tega objekta ali tehnologije, ki imajo kot povračilo za to veliki interes za proučevanje življenjskega stila njihovih potrošnikov ali njihovih prihodnjih potrošnikov (Habib 2003, 5).

Koncept domestifikacije je bil izvorno uporabljan v britanskih raziskavah (Silverstone et al, 1992; Silverstone 1994; Silverstone and Haddon 1993, 1995, 1996; Haddon 2000) za pripravo okvira za razmišljanje o hišnih IKT raje kot o prenosnih (Haddon 2001, 1). Na drugi strani doma IKT, enako kot strokovno znanje, razvito v njihovi uporabi, lahko vpliva na naše odnose z drugimi – družino, prijatelji, sosedi itn (Haddon 2001, 4).

Seveda obstajajo kritike domestifikacije kot pristopa. Domestifikacija je splošno gledano pristop na mikroravni. Osredotočen je na vsakdanje življenje v določenem kontekstu. Kot drugo, ni nujno, da se vsi deli domestifikacije dogajajo zaporedno oziroma da se dogajajo v linearnem zaporedju. Nekdo je lahko zelo globoko v procesu objektivizacije ne glede na to, da se nakup naprave še ni zgodil. To se lahko vidi iz citata, prevzetega iz fokusne skupine Lingove raziskave (2001b, 3. pogl.), narejene leta 1997:

Intervjuvanec 1: Želim si mobilni telefon, ki ga lahko »čutiš v žepu«, torej da stane malo več, drugače se sploh nočem ukvarjati z njim.

Intervjuvanec 2: Je to sploh nekaj, s čimer se lahko bahaš okrog, da je drag? A ni bolj pomembno to, da lahko pokličeš poceni in da

Intervjuvanec 1: Najbolj srečen sem, če imam najboljše.

Intervjuvanec 2: Tega ne razumem, vendar ...

Intervjuvanec 1: Vsi moji prijatelji so važni, imajo najboljše avtomobile in najboljše ter najdražje glasbene stolpe, najdražje televizije in najbolj drage mobilne telefone in glede na to, da tega Philipsa do zdaj ni še nihče kupil, bom jaz prvi.¹⁵

¹⁵ V prilogi C je originalni tekst v angleščini.

Domestifikacija se lahko uporablja za procesa usvojitve in konzumacije, vendar izgublja del moči, če jo uporabimo na predmetih, ki niso svetovljanski. Takoj, ko objekt postane rutinski del vsakdanjega življenja, se izgubi velik del analitične moči pristopa. Nenazadnje domestifikacija ni teorija, temveč metoda ali pristop k raziskavi. (Ling 2004)

4.2 UPORABA MOBILNEGA TELEFONA MED STARŠI

Starši načeloma gledajo na mobilni telefon kot na sredstvo, ki pomaga pri varstvu najstnikov, pri kontroli nad njimi, pri njihovi dosegljivosti in pri koordinaciji¹⁶ vse družine. Tukaj prihaja do vprašanja regulacije uporabe mobilnih telefonov in starševske kontrole na splošno ter uporabe moči. V očeh mnogih staršev so mobilni telefoni postali sestavni del vzgoje otrok.

Osvojitev mobilnega telefona s strani staršev na določen način podaljšuje načine, na katere oni vzajemno delujejo z otroki. Rakow in Navarro sta definirala efekt mobilnih telefonov kot »oddaljeno materinstvo« (Ling 2004, 63). »Staršem se zdi popolnoma upravičeno, da lahko zdaj bolj učinkovito nadzirajo otroke. "Jasno, da se mi zdi smiselno, da [otroka] imata [mobilna] telefona. Kako pa naj jih sicer pokličem, če je nuja?!" se sprašuje zdravnica« (Bulc 2007, 83)¹⁷.

Mobilni telefon se s strani staršev pogosto uporablja tudi kot lekcija za najstnike, katere motiv je osebna ekonomija, oziroma najstnikom se pogosto daje odgovornost plačevanja njihove osebne telefonske porabe. Najstniki so torej prisiljeni varčevati pri rabi mobilnega telefona. Po drugi strani, s strani najstnikov, se njihova sposobnost plačevanja porabe mobilnega telefona vidi kot simbolno potrdilo njihove odraslosti. (Ling 2004)

Podatki iz več raziskav (Ling 2000b) so pokazali, da v primeru najstnikov, ki nimajo mobilnega telefona, namesto tega, da kličejo starše prijateljev svojih otrok, ko ga iščejo, njihovi starši neposredno kličejo prijatelje svojih otrok na mobilni telefon. Ta razvoj poudarja moč mobilnega telefona v socialnih omrežjih najstnikov.

Odločitev neprisvojitve mobilnega telefona in tudi odločitev, da se otroku ne dopušča, da ga prisvoji, je ideološka in reflektira akcijo (ali neakcijo), ki večinoma počiva na ideoloških legitimacijah (Berger in Lucmann v Ling 2000b, 5).

¹⁶ Na ravni družine se koordinacija kot pomembna funkcija mobilnega telefona zvišuje v primeru otrok ločenih staršev.

¹⁷ Del intervjuja, ki ga je Gregor Bulc izvedel v okviru svoje raziskave o mobilnih telefonih.

4.3 UPORABA MOBILNEGA TELEFONA MED NAJSTNIKI

Najstniki uporabljajo mobilne telefone za koordinacijo (usklajevanje) in zaradi občutka varnosti. Ta dva načina uporabe se uvrščata v funkcionalne in koristne (instrumentalne) funkcije mobilnega telefona. Nasproti funkcionalni uporabi mobilnega telefona je prišlo do popolnoma drugačnega razumevanja interakcije in razširjanja mreže med najstniškimi vrstniki. Najstniki v Skandinaviji, Italiji, na Japonskem in v Koreji so vsi prisvojili mobilni telefon, pogosto za pospeševanje njihove družbene interakcije (Ling 2004, 85).

Kot sem omenila, je »eden od vplivov mobilne telefonije sposobnost /.../ instrumentalne koordinacije« (Ling in Yttri 2002). To oblikuje jedro mikrokoordinacije. Z uporabo mobilnega komunikacijskega sistema ni treba sprejemati dogovorov o srečanju ob točni uri in na pravem mestu kot nespremenljivo zadevo.

Hiperkoordinacija vsebuje instrumentalno koordinacijo in k temu dodaja dve dimenziji, od katerih je prva ekspresivna ali hiperemocionalna uporaba mobilnega telefona. Ekspresivna uporaba mobilnega telefona pomeni, da se mobitel uporablja kot dodatek za enostavno koordiniranje ter za emocionalno in socialno komunikacijo. Drugo dimenzijo hiperkoordinacije predstavljata diskusija in strinjanje znotraj skupine (v primeru najstnikov znotraj vrstniške skupine) glede pravilne oblike samoprezentacije v odnosu na mobilni telefon – torej tip mobilnega telefona in kateri je primeren način nošenja mobitela na telesu ter mesta, na katerih se lahko uporablja. Hiperkoordinacija obsega instrumentalno in ekspresivno uporabo mobilnega telefona tako kot ostro kritiko glede prezentacije samega sebe (Ling in Yttri 2002).

Posedovanje mobilnega telefona za najstnike pomeni, da nadzorujejo svoj lastni komunikacijski kanal. Oskrbuje jih z neodvisno povezavo z ostalimi vrstniki in na ta način reprezentira posebno obliko dostopa, ki je postala osrednja v njihovi komunikaciji.

Mobilna telefonija je postala del vsakdanjega najstniškega življenja. Mobilni telefon se uporablja za funkcionalno koordinacijo družine in interakcijo z vrstniki. Uporablja se s strani staršev za pomirjanje strahu, da so njihovi otroci v težavah in zunaj dosega. Uporablja se tudi za povezovanje vrstniške skupine. Postal je tudi nova točka orientacije v vrednotenju statusa in mode. Omogočil je nove oblike družbenih stikov, postal je element v interakciji med otrokom in staršem ter tudi pomočnik pri emancipaciji

otrok od staršev oziroma najstnikov od staršev. Če povzamem, mobilni telefon je postal pomemben del najstniškega življenja in emancipacijskega procesa.

Mobilni telefon je spremenil način odvijanja zveze moči med starši in najstniki, postal je njen posrednik. Ta način gre v prid najstnikom. Naprava omogoča varnost in boljšo koordinacijo, vendar najstnikom daje tudi sposobnost za razvijanje in vzdrževanje socialnih stikov izven starševskega obzorja. Starši imajo samo občutek povečanega nadzora oziroma dobijo navidezen občutek moči. Najstniki uporabljajo mobilni telefon za koordinacijo svojega časa med starši in najstniškimi vrstniki. Najstniki bolj poznajo tehnologijo in jo izkoriščajo sebi v prid. Glede na to, da mobilni telefon omogoča prikaz klicatelja, se najstniki ne oglašajo, ko jih kličejo starši, če so v družbi z vrstniki. To jih namreč spravlja v neroden položaj. Razvili so repertoar izgovorov, ki temeljijo na tehničnih kompetencah mobilnega telefona, kot so »baterija je "crknila"«, »nisem slišal/la zvonjenja« in »a nisi videl SMS-a, ki sem ti ga poslal« (najstnik pa ve, da starši ne obvladajo te funkcije na mobilnem telefonu). Obstajajo tudi druge napredne tehnike izgovorov (Ling 2004, 120), ki jih lahko razberemo iz naslednjega intervjuja:

Nina (18): Obstajajo telefoni, ki to omogočajo. Če te kliče določena številka, jo telefon takoj preusmeri v glasovno pošto telefona. Na primer, če kličejo starši, jih takoj vrže na glasovno pošto.

Arne (17): To počnem.

Moderator: To počneš?

Arne: Da, to počnem med vikendom, ko sem zunaj.

Moderator: Koga izključiš?

Arne: Družino.¹⁸

Najstniki, ki so sodelovali v raziskavi, ki sta jo izvedla Rich Ling in Bridgett Yttri (2005), so opisali, kako preferirajo ekskluzivni, individualizirani pristop, ki ga ponuja mobilni telefon, v primerjavi s tradicionalnim telefonom, ker mobilni telefon ponuja nove možnosti za interakcijo znotraj vrstniške skupine. Opisovali so radikalno različne načine organizacije socialnih interakcij v primerjavi z generacijo njihovih staršev (Ling in Yttri 2005, 219)¹⁹:

¹⁸ V prilogi C je originalni tekst v angleščini.

¹⁹ V prilogi C je originalni teks v angleščini.

Kai (15): Ob enih zjutraj ne moreš poklicati prijatelja; to bi res razjezilo starše.

Moderator: Ob enih zjutraj? Takrat sem jaz v postelji in že par ur spim.

Harald (15): Ampak ponoči je toliko boljše, pogovarjaš se po mobitelu pod odejo, ne pa sredi dneвне sobe.

Ola (14): Moj telefon je vedno prižgan. Samo zvok izklopim. To je v redu, če dobiš pomemben klic.

Uporaba mobilnega telefona s strani najstnikov ni do konca izpeljana stvar. Sledeč Haddonovi ideji menim, da se o domestifikaciji mobilnega telefona še zmeraj aktivno razpravlja.

4.4 NAJSTNICE V ODNOSU DO STARŠEV

»Mobilni telefon je redefiniral vloge in identitete članov družine«.

(Caronia 2005, 96)

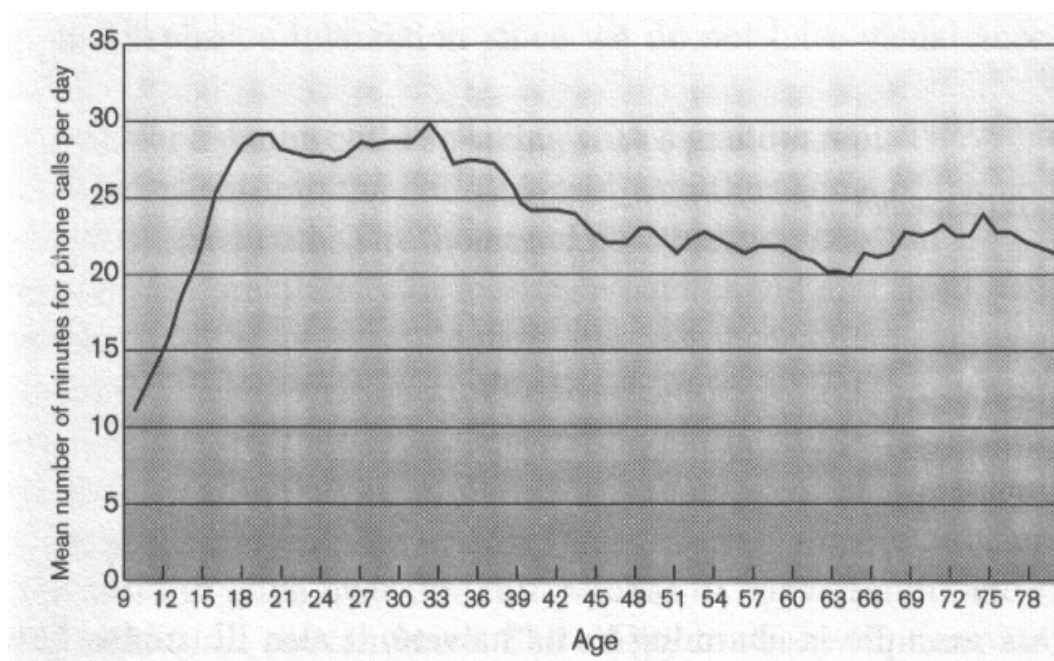
Starši in najstnice so si »izbrali« svojo fazo domestifikacije, v kateri prevladujejo oziroma v kateri so »močnejši«. Lahko rečemo, da je faza prisvojitve v rokah staršev. Z druge strani pa je objektivizacija (kot del prisvojitve) emancipatorna skozi način nošnje mobitela itn. Največ razlik med starši in najstnicami je v procesu vključitve mobilnega telefona v vsakdanje življenje. Najstnice ga bolj in več vključujejo kot njihovi starši. Torej, faza apropiacije oziroma objektivizacije in inkorporacije je ta, ki je pomembna v odnosu staršev in najstnic. Tukaj prihaja do vprašanja rabe apropiacije oziroma kako je apropiacija emancipatorna.

Za najstnice mobilni telefon predstavlja pobeg od staršev in njihove kontrole, zaščito privatnosti, kulturne pravice (glede na vrstnike) in na splošno neodvisnost od staršev, kar naj bi vse skupaj pripeljalo do emancipacije oziroma pomagalo pri procesu emancipacije. Dokler komunikacija poteka skozi centralizirani družinski telefon, starši lahko ohranjajo določen, čeprav posreden nadzor nad družabnimi skupinami svojih otrok in njihovo interakcijo. Mobilni telefon je bolj privaten in na ta način najstnikom dovoljuje razvijanje paralelnega družbenega sveta.

Norveški podatki kažejo, da skozi najstništvo obstaja dramatičen porast časa, preživetega ob vseh tipih telefonije (glej sliko 4.1). Tukaj se kaže ta časovni odcep od

družine oziroma da je čas, ki je bil prej večinoma namenjen družini, sedaj namenjen prijateljem sovrstnikom.

Slika 4.1.: Povprečno število minut na dan, porabljenih na telefon glede na starost, Norveška, 2001



Vir: Rich Ling (2004, 87).

Starši uporabljajo mobilni telefon instrumentalno, najstniki pa bolj ekspresivno (Ling in Yttri 2002). To lahko vidimo v naslednjem »pogovoru« (Ling in Yttri 2005, 226)²⁰:

Moderator: Pokličeš ti svoje starše ali pokličejo oni tebe?

Nora (18): Oni kličejo nas.

Moderator: Glede česa vas pokličejo?

Rita (18): Kje si, kdaj prideš domov?

Nora (18): Saj veste, praktične stvari.

Moderator: Praktične stvari?

Nora (18): [S] prijatelji je bolj čvekanje. Starši pa pokličejo z razlogom.

Erika (17): Če bi morala biti doma že pred pol ure, potem me 25-krat pokličejo. Če rečem kdaj pridem, potem me pa ni, potem je, saj veste, cel kaos po tele

²⁰ V prilogi C je originalni tekst v angleščini.

5 METODOLOGIJA

V okviru svoje diplomske naloge sem uporabila sekundarne podatke oziroma sekundarne raziskave²¹. Ena izmed teh raziskav je tudi raziskava Raba interneta v Sloveniji (RIS) o mobilni telefoniji iz leta 2005.

Analize v tej raziskavi temeljijo na terenski anketi o uporabi informacijsko-komunikacijske tehnologije RIS-IKT²² 2005 (IKT) med gospodinjstvi in posamezniki, ki jo je spomladi 2005 izvedel Center za metodologijo in informatiko (CMI) v okviru projekta RIS. Anketni vprašalnik je bil sestavljen iz dveh delov: 1. vprašalnik Statističnega urada RS (SURS) je bil sestavljen na osnovi vprašalnika evropskega statističnega urada Eurostat; 2. vprašalnik Fakultete za družbene vede (FDV) so sestavili raziskovalci na FDV. Nadalje je bil vprašalnik razdeljen na dva podvprašalnika: A in B (približno polovica vprašanj je enaka v obeh vprašalnikih, ostala so različna)²³.

Vzorčni okvir raziskave je bil Centralni register prebivalstva Republike Slovenije. Iz njega je bilo naključno izbranih 2000 oseb. Vzorec je bil reprezentativen in je predstavljal rezidenčno populacijo prebivalcev Slovenije. Na vprašalnik FDV je odgovorilo 80 % oziroma 1318 oseb, starih 10–74 let. Posamezniki so bili anketirani na domu (osebno anketiranje). Anketiranje je potekalo v dveh valih, v mesecu aprilu in maju 2005.

Kot sem že prej omenila v nalogi, obstaja problem definiranja najstništva oziroma najstniških let. V teoretičnem delu sem na najstništvo gledala kot na obdobje med enajstim in devetnajstim letom življenja. V empiričnem delu bom vzela starostne razrede, kot so navedeni v RIS-ovi raziskavi, in se jim bom prilagodila glede na svoj problem. Med petim in štiriindvajsetim letom obstajajo štirje starostni razredi. Prvi razred je med petim in devetim letom, drugi med desetim in štirinajstim, tretji med petnajstim in dvajsetim ter zadnji med dvajsetim in štiriindvajsetim.

V iskanju načina uporabe mobilnega telefona med najstniki oziroma najstnicami v Sloveniji sem pregledala najstniške časopise »Smrklja«, »Frka«, »Cool« in »PIL plus: revija za najstnike«, in sicer za obdobje med letoma 2004 in 2007. »Smrklja« je najstniški časopis, ki izhaja enkrat mesečno in se je tudi razširil na splet, kjer najstnikom ponuja

²¹ Raziskave znotraj Telenora, Telenor R & Da, Telenor Mobila, COST 248 projecta, EURESCOM P903 projecta, EU Youngster projecta in IKT-a ter RIS-a v sodelovanju s Statističnim uradom RS.

²² »Projekt RIS je sredi leta 2005 v sodelovanju s Statističnim uradom za potrebe Eurostata izvedel reprezentativno anketo o informacijski tehnologiji /.../. Ob tem je bil vključen še obsežen sklop o družbenih vidikih mobilne telefonije, ki izhajajo predvsem iz druge generacije mobilnih telefonov, slednja je dosegla saturacijo in stabilnost« (RIS IKT 2005).

²³ Glej prilogo B.

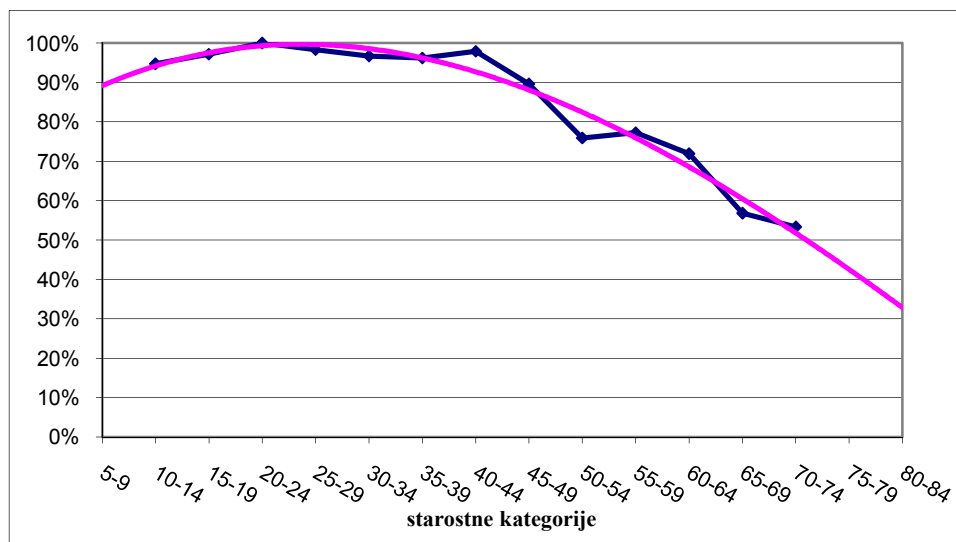
najnajstniški portal »Smrklja«²⁴. »Frka« in »Cool« sta tudi mesečnika, medtem ko je »Pil plus« tednik.

5.1 UPORABA IN LASTNIŠTVO MOBILNEGA TELEFONA

Podatki iz RIS-ove (2005)²⁵ raziskave so pokazali, da ima 94,7 % najstnikov med 10. in 14. letom ter 97,2 % najstnikov med 15. in 19. letom mobilni telefon (glej sliko 5.1). Iz tega lahko vidimo, da je mobilni telefon zanesljivo institucionaliziran med slovenskimi najstniki.

Najvišji delež uporabnikov mobilnih telefonov je med osebami v starostni kategoriji od 20 do 24 let (100 %) (RIS-IKT 2005)²⁶ (glej sliko 5.1), kar je zelo presenetljivo, posebej glede na to, da v drugih evropskih državah (posebej v Skandinaviji) »vodijo« najstniki. Razlike se kažejo, če upoštevamo spol. Na primer na Norveškem so največje uporabnice najstnice, medtem ko so največji uporabniki mladi moški²⁷. Odstotek uporabnikov mobilnih telefonov s starostjo upada, v starostni kategoriji 70 do 74 let je le še dobra polovica (53,3 %) uporabnikov mobilnih telefonov.

Slika 5.1: Projekcije uporabnikov mobilnih telefonov po starostnih kategorijah



Vir: RIS-IKT 2005 (vprašalnik A in B).

²⁴ <http://www.smrklja.si>

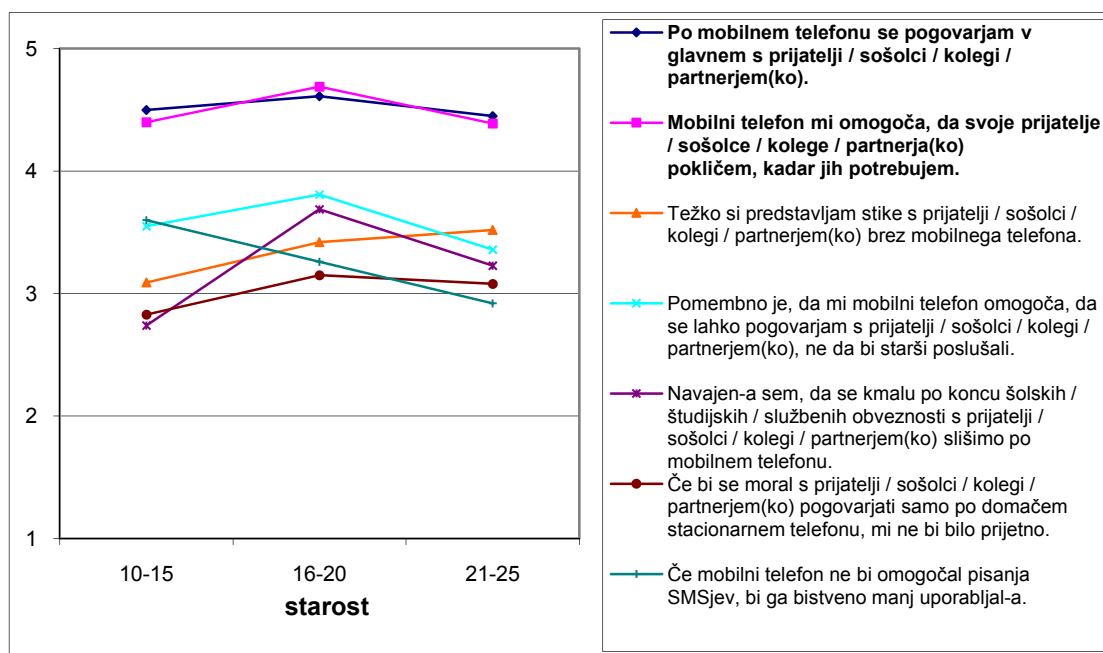
²⁵ Glej prilogo A.

²⁶ Glej prilogo A.

²⁷ Več o tem si lahko preberete v članku Richarda Linga: *Adolescent girls and young adult men: Two sub-cultures of the mobile telephone*, 2001.

Uporaba mobilnega telefona med mladimi (10–25 let) kaže, da je več kot polovica izredno močno navajena in navezana na mobilni aparat pri komuniciranju z vrstniki. Mobilni aparat je torej za večino mladih postal sestavni del njihovega življenja. Za mlade (10–25 let) v povprečju najbolj držita trditvi: »Po mobilnem telefonu se pogovarjam v glavnem s prijatelji/sošolci/kolegi/partnerjem(ko)« (67,7 %) in »Mobilni telefon mi omogoča, da svoje prijatelje/sošolce/kolege/partnerja(ko) pokličem, kadar jih potrebujem« (68,4 %). Najmanj pa za mlade (10–25 let) drži trditev: »Če bi se moral(a) s prijatelji/sošolci/kolegi/partnerjem(ko) pogovarjati samo po domačem stacionarnem telefonu, mi ne bi bilo prijetno« (23,4 %) (glej prilogo H in sliko 5.2). (RIS-IKT 2005)

Slika 5.2: Povprečne vrednosti trditev o mobilni telefoniji med otroki in mladostniki glede na starostne kategorije;



Vir: RIS-IKT 2005 (vprašalnik A)²⁸.

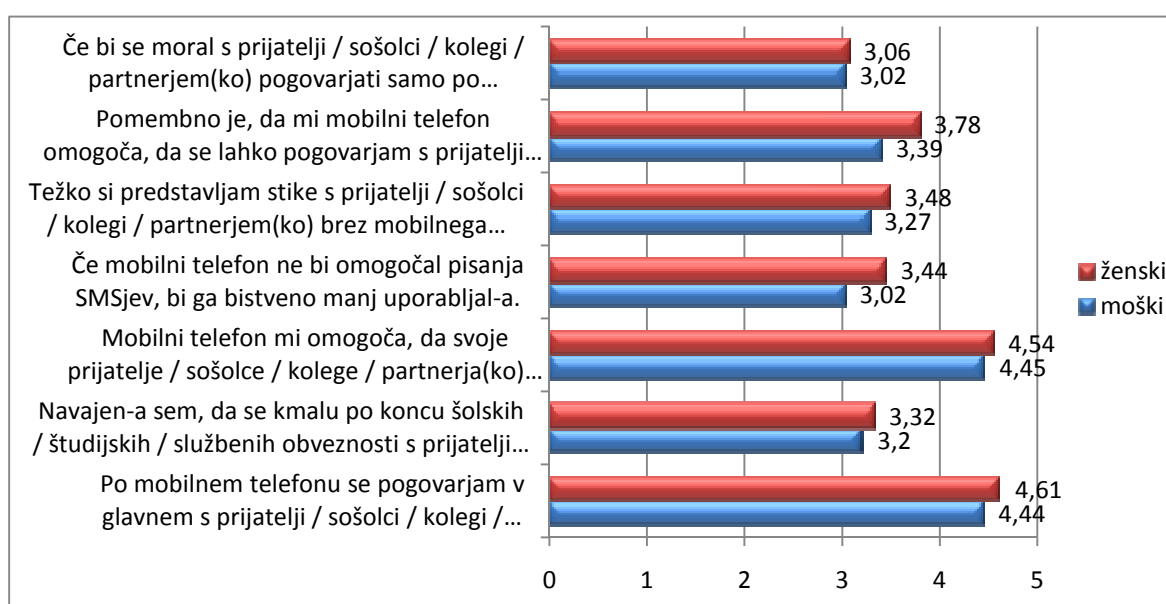
Trditev »Če mobilni telefon ne bi omogočal pisanja SMS-jev, bi ga bistveno manj uporabljal(a).« najbolj drži za mlade v starosti 10–15 let, najmanj pa za mlade v starosti 21–25 let. Za trditev »Težko si predstavljam stike s prijatelji/sošolci/kolegi/partnerjem(ko) brez mobilnega telefona.« pa velja ravno obratno; trditev najbolj drži za mlade v starosti 21–25 let, najmanj pa za mlade v starosti 10–15 let. Ostale trditve najbolj držijo za mlade v starosti 16–20 let, največ pa trditvi: »Pomembno je, da mobilni telefon omogoča, da se

²⁸ Poudarila Martina Čiković.

lahko pogovarjam s prijatelji/sošolci/kolegi/partnerjem(ko), ne da bi starši poslušali.» in »Navajen-a sem, da se kmalu o koncu šolskih/študijskih/sluzbenih obveznosti s prijatelji/sošolci/kolegi/partnerjem(ko) slišimo po mobilnem telefonu.»

Vse trditve o mobilni telefoniji v povprečju bolj držijo za ženske kot za moške (glej sliko 5.2). Najbolj izstopata trditvi: *»Pomembno je, da mi mobilni telefon omogoča, da se lahko pogovarjam s prijatelji/sošolci/kolegi/partnerjem(ko), ne da bi starši poslušali.»* in *»Če mobilni telefon ne bi omogočal pisanja SMS-jev, bi ga bistveno manj uporabljal(a).«*

Slika 5.3: Povprečne vrednosti trditev o mobilni telefoniji med otroki in mladostniki glede na spol

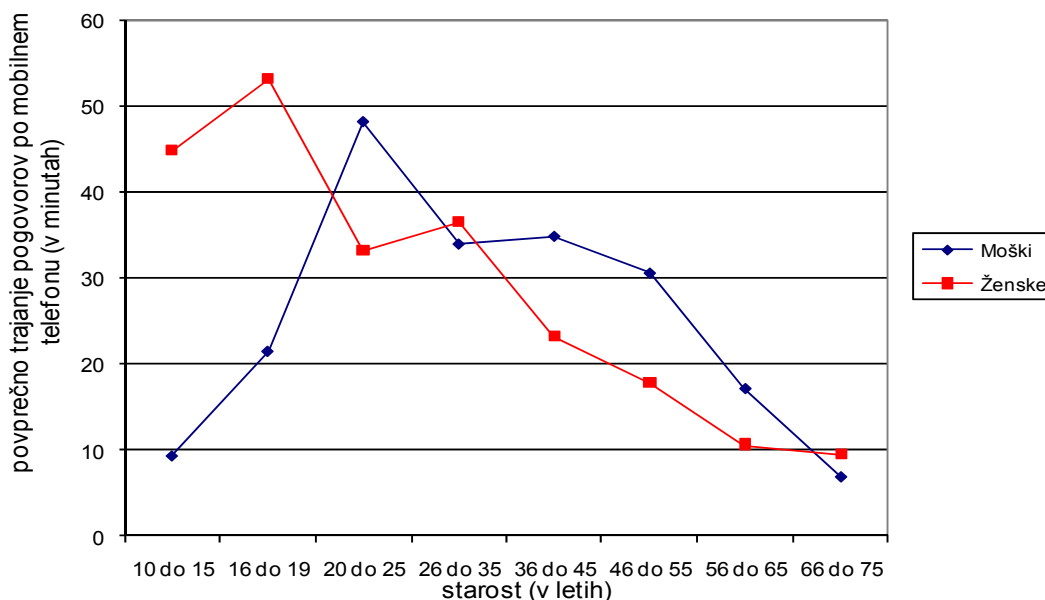


Vir: RIS-IKT 2005 (vprašalnik A).

Na ta način, z omejevanjem dostopa staršev do pogovorov najstnic z vrstniki, ki ga omogoča mobilni telefon, in z uporabo SMS-ov, ki so za veliko večino staršev še vedno uganka (glej Ling 2004), se najstnice na zavedni ravni odmikajo od staršev in s tem izpolnjujejo največje najstniške sanje, emancipacijo od staršev.

Slika 5.4 prikazuje število minut pogovora v tipičnem dnevu v odvisnosti od spola in starosti respondenta. Vrh za ženske nastopi pri nižji starosti kot za moške, vendar pa je vrednost vrha za ženske višja kot za moške. Pri starosti od 16 do 19 let se ženske v povprečju pogovarjajo več kot 50 minut v tipičnem dnevu, moški v starosti od 20 do 25 let (vrh za moške) pa se po mobilnem telefonu pogovarjajo manj kot 50 minut v tipičnem dnevu (RIS-IKT 2005).

Slika 5.4: Minute pogovora po mobilnem telefonu v tipičnem dnevu glede na starostno skupino in spol



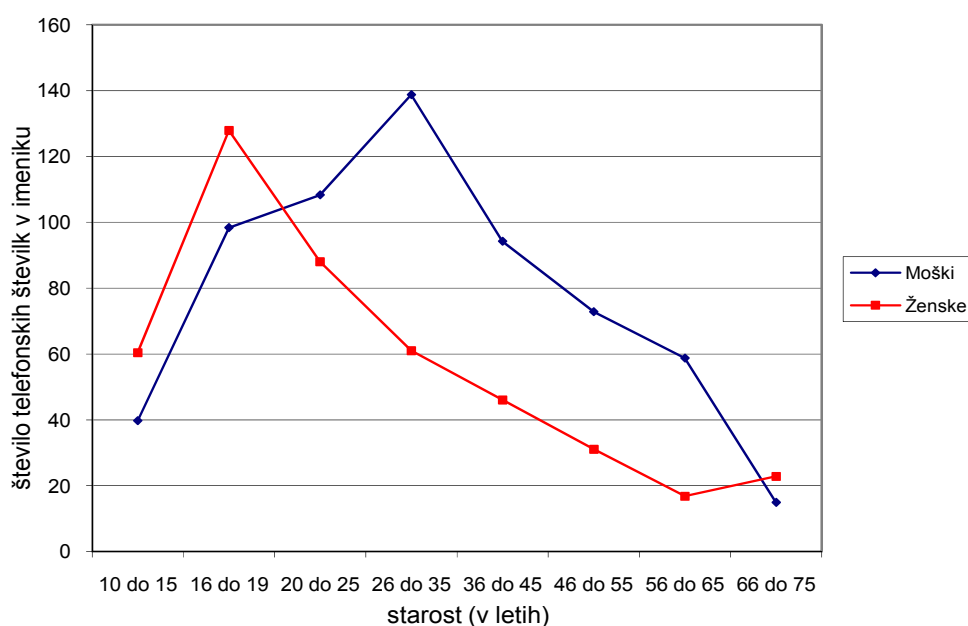
Vir: RIS-IKT 2005 (vprašalnik B)

To bi lahko pojasnili s socialnimi stiki, ki so pri ženskah intenzivnejši kot pri moških, posebej med 16. in 19. letom. Med starostjo 36 in 65 let pa se moški v tipičnem dnevu po mobilnem telefonu pogovarjajo več časa kot ženske, kar lahko spet pojasnimo z bolj intenzivno uporabo za poslovne namene (RIS-IKT 2005).

Število shranjenih telefonskih števil v imeniku mobilnega telefona je odvisno od starosti in spola respondenta (glej sliko 5.5). Najvišja povprečna vrednost za ženske v Sloveniji (okrog 130 telefonskih števil v imeniku) se pojavi pri nižji starosti kot za moške, in sicer med 16. in 19. letom. Razliko med spoloma lahko pojasnimo z različnima namenoma, zaradi katerih ženske oziroma moški uporabljajo svoj mobilni telefon. Moški poročajo, da mobilni telefon uporabljajo v večji meri za poslovne kot za neobvezne (klepetanje, druženje) zadeve, pri ženskah pa je obratno. »Trdili bi torej lahko, da imajo ženske največ števil v imeniku mobilnega telefona v starosti med 16. in 19. letom zato, ker ga v tej starosti najbolj uporabljajo za socialne stike« (RIS-IKT 2005). Iz teh podatkov lahko sklepam, da najstnice v Sloveniji uporabljajo svoje mobilne telefone za širjenje

socialnih omrežij in za vzdrževanje le-teh. Širjenje socialnih omrežij je povezano z pripadnostjo skupinam vrstnikov, kar je povezano z emancipacijo od staršev. Edina težava je v tem, da to lahko sklepam za najstnice, ki so stare 16 do 19 let, ne pa za vso populacijo najstnic, v katero se štejejo vse punce med 11. in 19. letom starosti.

Slika 5.5: Število telefonskih števil v imeniku mobilnega telefona glede na starostno skupino in spol



Vir: RIS-IKT 2005 (vprašalnik A).

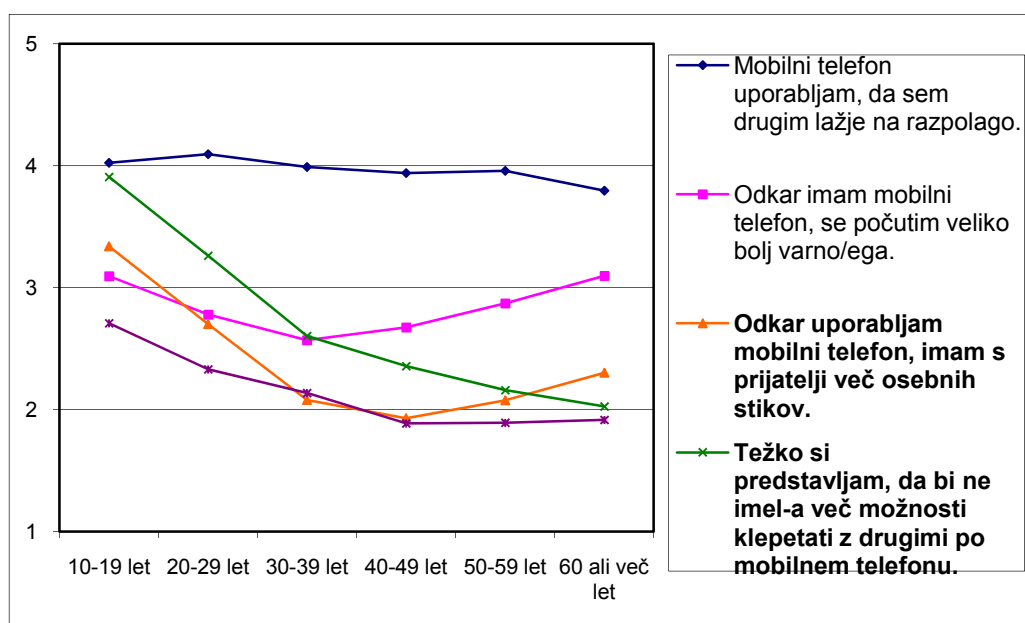
Po RIS-ovih podatkih iz leta 2005 največ zanimanja za uporabo mobilnega telefona v Sloveniji kažejo osebe, stare od 20 do 29 let, najmanj pa mlajši, stari od 10 do 19 let. Zadnji podatek me je zelo presenetil, ker sem pričakovala, da bo ravno starostna skupina med 10. in 19. letom najbolj zainteresirana za uporabo mobitela. Seveda je pomembno, za kakšno uporabo gre v raziskanem primeru.

5.2 POVEZANOST Z LJUDMI, OBČUTEK VARNOSTI IN MOBILNA TELEFONIJA

Najmlajši ter najstarejši respondenti izražajo zelo blago strinjanje z izjavo, da se počutijo varnejše, odkar imajo mobilni telefon (glej sliko 5.6). Z izjavo, da imajo s prijatelji več osebnih stikov, odkar uporabljajo mobilni telefon, se strinjajo najmlajši respondenti, ocena strinjanja nato pada do starostne kategorije 40 do 49 let (ti se s to trditvijo sploh ne strinjajo), za zadnje dve starostni kategoriji pa spet narašča (glej sliko 5.6). (RIS-IKT 2005)

Na odstotek pogostih stikov po mobilnem telefonu statistično značilno vplivajo: pogostost pogovorov po mobilnem telefonu, starost respondenta in spol respondenta. Zanimajo me predvsem razlike glede na starost, in sicer mlajši posamezniki, ki imajo večji odstotek pogostih stikov po mobilnem telefonu s člani svojega socialnega omrežja kot starejši ter spol posameznikov.

Slika 5.6: Povezanost z ljudmi, občutek varnosti in mobilna telefonija glede na starost



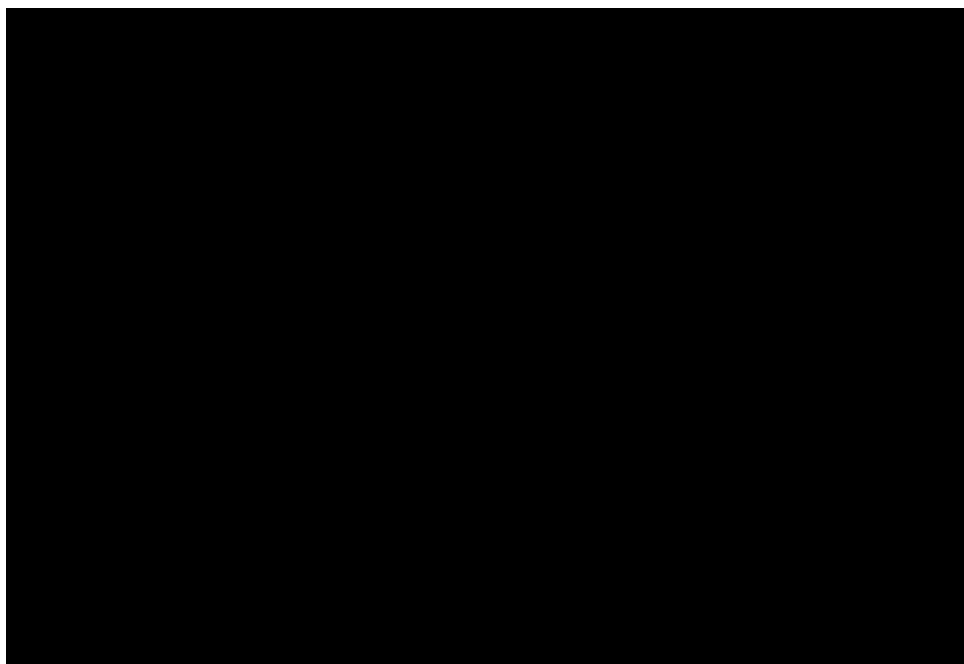
Vir: RIS-IKT 2005 (vprašalnik A)²⁹.

Naslednji sliki (glej sliko 5.7 in sliko 5.8) prikazujeta vir plačevanja stroškov mobilnega telefona v odvisnosti od starosti. Delež plačevanja stroškov z naslova staršev oziroma drugega družinskega člana pada s starostjo tako za moške kot za ženske, vendar

²⁹ Poudarila Martina Čiković.

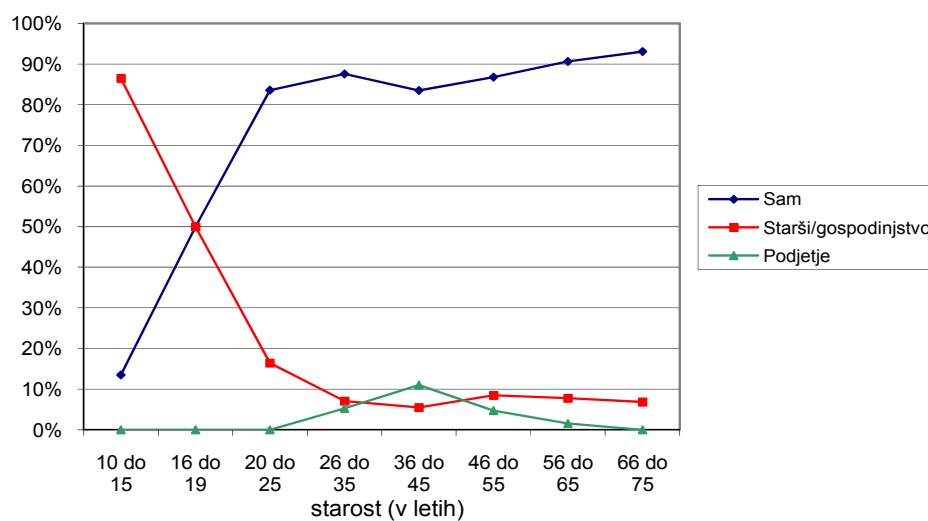
je omembe vredno dejstvo, da se ustrezna lomljena črta za ženske pri višjih starostih ustavi pri višjih deležih, za moške pa se bolj približa 0 %.

Slika 5.7: Vir plačevanja mobilnega telefona pri MOŠKIH glede na starostno skupino



Vir: RIS-IKT 2005 (vprašalnik A in B).

Slika 5.8: Vir plačevanja mobilnega telefona pri ŽENSKAH glede na starostno skupino



Vir: RIS-IKT 2005 (vprašalnik A in B).

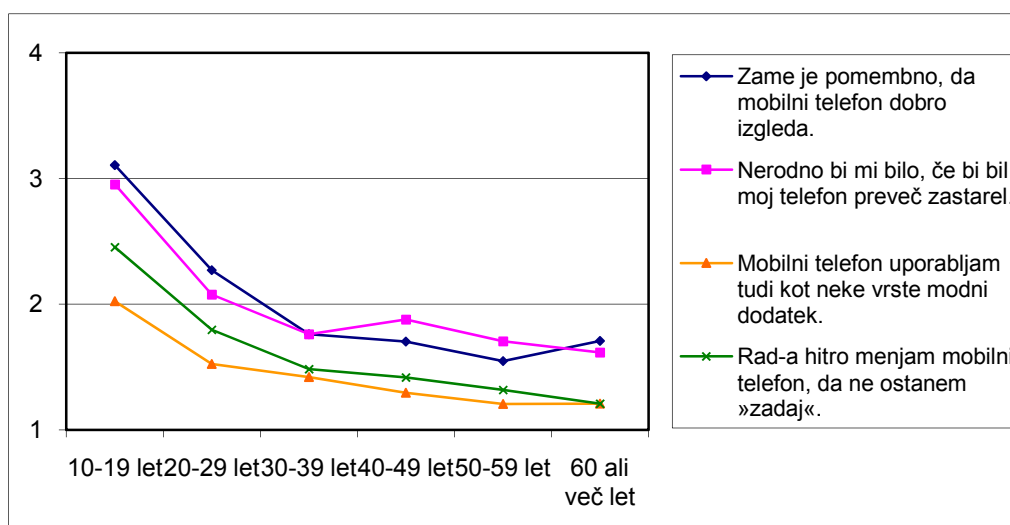
Za mlade, tako moške kot ženske, med 10. in 16. letom življenja je značilno, da jim starši oziroma družinski člani plačujejo stroške mobitela. Od 16. do 20. leta se hitro zvišuje odstotek mladih, ki sami plačujejo stroške. Tukaj lahko vidimo način, na katerega imajo starši moč nad najstniki oziroma najstnicami. S tem, ko jim plačujejo stroške mobitela (naročnino ali kartice), jih do določene mere nadzorujejo. Resnica je, da nimajo nadzora nad tem, s kom in o čem otroci komunicirajo, vendar jim lahko prikrajšajo komuniciranje z njihovim vrstnikom, kadar koli se jim to zazdi prav, ker nadzorujejo stroške komuniciranja.

Slovenske najstnice so torej odvisne od svojih staršev glede plačevanja stroškov mobilnega telefona, za razliko od recimo norveških najstic, ki si večinoma same plačujejo te iste stroške in s tem do določene mere izražajo samostojnost (glej Ling 2004). Razlog za to razliko lahko vidimo v kulturnih razlikah oziroma v teoretskem delu omenjenih modelih prehodov v odraslost. Eden od razlogov, zakaj najstnicam stroške mobilnega telefona krijejo starši, je seveda način uporabe oziroma način plačevanja telefona. V Sloveniji ima večina najstnikov mobilni na naročnino, kar ne velja za druge evropske države (glej Ling 2004). To je tako zaradi nižjih cen telefoniranja v naročniških razmerij kot v predplačniških in ker, kot sem že napisala, lahko imajo starši določen vpogled v življenje svojih otrok. Zaključimo lahko, da imajo starši v Sloveniji dokaj visoko navidezno moč nad najstnicami.

5.3 MODA, NAVEZANOST NA MOBILNI TELEFON IN OGLAŠEVANJE

»Moda reflektira našo osebnost in skupinsko pripadnost (spol, vlogo, okupacijo, ekonomski status in politična prepričanja)« (Ling 2004, 105). Najstniki uporabljajo modo za določitev pripadnosti določeni vrstniški skupini. Eden od modnih artefaktov je tudi mobilni telefon. Postal je sestavni del najstniške identitete, kot bi rekla Fortunati, postal je podaljšek telesa oziroma del »obraza« (glej Goffman 1967).

Slika 5.9: Modni vidik mobilnega telefona glede na starost



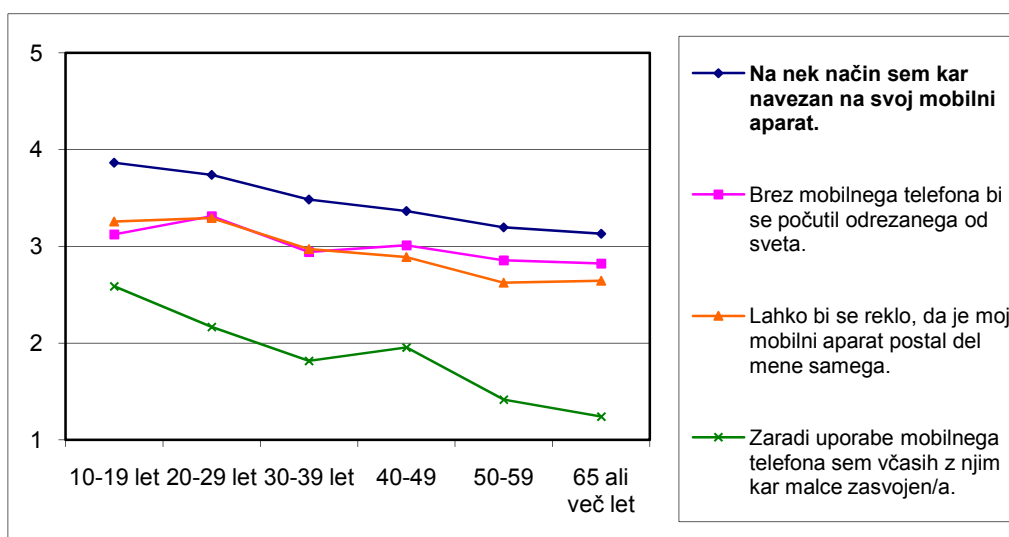
Vir: RIS-IKT 2005 (vprašalnik A).

Opažamo lahko (glej prilogo I in sliko 5.9), da se s trditvami še najbolj strinjajo mlajše generacije, a ocene v splošnem izražajo blago nestrinjanje (za nižje starosti) oziroma nestrinjanje (za višje starostne skupine). Z najnižjimi ocenami strinjanja je bila ocenjena trditev »Mobilni telefon uporabljam kot neke vrste modni dodatek.«.

»Mladi so tisti, ki mobilni telefon v večji meri uporabljajo kot modni dodatek. V strinjanju /.../ izrazito izstopajo ravno najmlajši uporabniki, stari od 10 do 19 let« (Oblak 2007, 109).

V povprečju se respondenti najbolj strinjajo s trditvijo, da so na nek način kar navezani na svoj mobilni telefon, mlajši celo nekoliko bolj (glej prilogo J in sliko 5.12). Tudi pri ostalih trditvah je povprečje najmlajših najvišje in se s starostjo zmanjšuje. Torej so mlajši bolj navezani in zasvojeni z mobilnim aparatom kot starejši respondenti. Najmanj pa se strinjajo s trditvijo, da so včasih z mobilnim aparatom zasvojeni. (RIS-IKT 2005)

Slika 5.10: Navezanost na mobilni telefon glede na starost



Vir: RIS-IKT 2005 (vprašalnik B)³⁰.

Pri nekaterih stališčih o mobilnih telefonih obstajajo pomembne razlike med starejšimi in najstniki. Oblak Črničeva (2007) je zasledila nekaj skupin stališč, na podlagi katerih lahko govorimo o statistično značilnih razlikah med starostnimi razredi uporabnikov. Te razlike zadevajo: 1. odnos do praktične oziroma ekspresivne narave mobilne telefonije, 2. vrednotenje tehnične inovativnosti mobilne telefonije, 3. oceno estetske vrednosti mobilne telefonije in 4. percepcijo učinkov mobilne telefonije. Zadržanost do ekspresivnih rab je bistveno nižja med mladimi kot starejšimi uporabniki mobilne telefonije, kar je dodatno potrjeno tudi v primerjavi ocen rabe in lastnosti mobilne telefonije glede na starost. Veliko več starejših meni, da »mobilni telefon preprosto ni za intimne pogovore« in da je »edina smiselna raba mobilnega telefona raba v praktične namene«. Mladim uporabnikom med 10. in 19. letom je najmanj pomembno, da je »mobilni telefon čim bolj praktičen in enostaven«, prav tako jih najbolj moti, če imajo star telefon. To pa ne velja za starejše uporabnike. Ekspresivne, torej k socialnim interakcijam usmerjene rabe, so v povprečju bolj značilen vzorec med mladimi ali celo najmlajšimi potrošniki mobilne telefonije, najstniki. Skupina najmlajših uporabnikov je, sodeč po rezultatih tu prikazane ankete, po uporabi mobilne telefonije med slovensko populacijo izstopajoča in v marsičem drugačna od preostalih skupin, obenem pa zelo podobna mladim, o katerih govorijo druge raziskave.

³⁰ Poudarila Martina Čiković.

Vlado Kotnik (2007) je sodeloval v dveh etnografskih študijah primera rabe mobilnega telefona v Sloveniji: sociološko-antropološko orientirani observacijski raziskavi »Oblikovanje družbenih rab novih komunikacijskih tehnologij v Sloveniji: zgledi osebnega računalnika in mobilne telefonije« (2000–2002) in »Družbene rabe mobilnega telefona: Preliminarna antropološka študija« (2006–2007). Ena od ugotovitev teh študij je: »slovenska etnografija pritrjuje temu, da imajo podobe iz oglaševanja izjemno pomembno vlogo pri definiranju in reflektiranju posameznikovega vzpostavljanja razmerij do predmetov, zlasti s področja elektronike in mobilne tehnologije« (Kotnik 2007, 68). Telefonski operaterji oglaševanje usmerjajo ciljno, otrokom telefon omogoča sklepanje socialnih vezi s sovrstniki, pri čemer jim tehnologija pomaga, da to uspešno storijo mimo nadzora staršev. Otrokom se mobilni telefon ponuja kot igrača ali modni dodatek. Ni čudno, da se modni kreatorji prizadevno odzivajo na mobilne eksplozije (glej sliko 5.11).

Slika 5.11: Mobilni telefon in kreatorji

Smrklja
izhaja vsak prvi ponedeljek v mesecu
letnik 9, št. 5, 3. maj 2004

IZDAJA:
DELO REVUJE, d. d.
Dunajska 5, 1509 Ljubljana
www.delo-revije.si
DIREKTOR: Andrej Lesjak

UREDNIŠTVO:
Dunajska 5, 1509 Ljubljana
tel.: (01) 473 82 21
faks: (01) 473 82 20
e-pošta: smrklja@delo-revije.si

GLAVNA IN ODGOVORNA UREDNICA:
GODICA Gordana Srebotič

POMOČNIKA GL. IN ODG. UREDNICE: Ajda Janovskey

UREDNIKA KUHARJE: Tina Guček

UREDNIKA STILAJ: Barbara Juvan

UREDNIKA SMS-ov: Tadeja Žabkar

LIKOVNA IN TEHNIČNA UREDNICA: Tadeja Pungertar

NAMESTNIK LIKOVNE IN TEHNIČNE UREDNICE:
Gašper Mrak

LIKOVNO UREJANJE KUKUR STRANI: Gašper Mrak

LEKTORICA: Mateja Blažič

KOREKTORICA: Mateja Blažič

EKIPA SMRKLJA: Barbara, Maša, Mateja, Petra Ž., Katja, Kristina, Tadeja, Tina A., Nika, Jaka, Teo, Maja K., Gabrijel, Petra K., Maja, Mateja E., Špela, Jasmina, Alenka, Nina, Ana, Tina G., Mateja G., Nataša, Barbara T., Tina

SMS SOS: (01) 437 92 03

TEHNIČNA EKIPA: Špela Struclj, Klemen Tominc, Žiga Hreček, Gašper Mrak, Andrej Demota

TAJNICA: Marjana Romanović

FOTOGRAFI: Urban Modic, Vito Tofar, Aleš Bravničar, Marjana Romanović, Uroš Zagorčen, Simon Stojko Falk

OGLASNO TRŽENJE: DELO REVUJE, d. d.
Marketing
Dunajska 5, 1509 Ljubljana
tel.: (01) 473 81 11
faks: (01) 473 81 29
e-pošta: marketing@delo-revije.si

KOLPORTAŽA: DELO REVUJE, d. d.
Marketing
Dunajska 5, 1509 Ljubljana
tel.: (01) 473 81 20
faks: (01) 473 82 53

NAROČNINE: DELO REVUJE, d. d.
Marketing
Dunajska 5, 1509 Ljubljana
tel.: (01) 473 81 23, 473 81 24
faks: (01) 473 82 53
e-pošta: naro@delo-revije.si

Polarni izvod stane 470 SIT.
Naročniki imajo posebne ugodnosti. Naročite se lahko pisno (klasična ali elektronska pošta) ali telefonsko. Revijo boste začeli prejemati po prvem plačilu od tekočih števil naprej. Naročnina velja do naslednjega preizkusa. Naročnina za tujino se poravnava za eno leto vnaprej in znaša: 41 EUR, 71 USD, 94 AUD.

Za vse druge informacije v zvezi z naročanjem edicije smo na voljo na zgoraj navedenih telefonskih številkah ali po elektronski pošti.
Naročninski besedil in fotografije ne vračamo.

DIGITALNA OBDELAVA FOTOGRAFIJ IN OSVETLEVANJE:
Delo Repro, d. o. o., Dunajska 5, 1509 Ljubljana

TISK: Delo TČR, d. d., Dunajska 5, 1509 Ljubljana
3. maj 2004
natisnjeno v 27 970 izvodih.

BENKA PULKO PRI OTROCIH Z RAKOM
Otroke obolen za rakom je ob svetovnem dnevu zdravja obiskala svetovna popotnica Benka Pulko. V prostoru hematološko-onkološkega oddelka Pediatrske klinike v Ljubljani se je pripeljala kar z motorjem in male bolnike navdušila z zabavno in slikovito pripovedjo o doživljanju s svoje poti okoli sveta. Otroci so bili posebno navdušeni nad Benkinim motorjem, ki so ga posebej za to priložnost razstavili v igralnici oddelka. Druženje je potekalo pod okriljem donacijske akcije »Mi podpiramo prihodnost!«, ki jo izvaja podjetje BSH Hišni aparati in v okviru katere od prodaje vsakega malega gospodinjanskega aparata blagovnih znamk Bosch in Siemens del sredstev namenijo Ustanovi za pomoč otrokom z rakom in krvnimi boleznimi.

NOVI SIEMENS SL55 ESCADA – združitve visoke mode in vrhunske tehnologije
Novi Siemensov mobilnik v omejeni nakladi! Le 2000 izvodov. Siemens mobile in priznana modna hiša Escada sta družila moči ter ustvarila nov mobilni telefon, Siemens SL55 Escada. Lahko ga imate za modni dodatek ali izvirni del nakoja, hkrati pa je namenjen vsem, ki prisegajo na tehnološko dovršene, funkcionalne in sodobne mobilnike.

S.Oliver - V ZRAKU JE POMLAD Prebujajo se narava in z njo nova čustva: prihaja čas ljubezni in veselja. Za romantično pomladno razpoloženje so poskrbeli tudi pri S.Oliverju, kjer so izdelali veselo urice v obliki rožic. S prikupno usnjeno rožico, na katero je vpeta ura, si lahko okrasiš torbico, nahrbtnik ali pa si jo obesiš za pas. Najdeš jo v prodajalnah Slowatch (Ljubljana, Koper, Kranj, Celje, Maribor, Murska Sobota in Ptuj). Cena: 5.990 SIT.

KAOS KOPALKE Poletje se bliža, z njim počitnice in vsak hip bomo začeli gledati za kopalniki. V butik Kaos lahko najdeš unikatne bikini kopalke za vse okuse: vzorčaste, enobarvne, porisane... Ker pa kopalke niso več samo za zakrivanje, ampak izražajo tudi osebnost ali, jih lahko nosiš tudi kot samostojen kos oblačila. Modrečk k poletnemu krilu ali kavbojkam ali pod prosimo majčko za poletne večere. Pa še to: ker v Kaosu v maju praznujemo 10. obletnico, imajo v tem času 10-odstotni popust.

NEGA MEHKIH KONTAKTNIH LEČ
Večnamenska COMPLETE Comfort PLUS™ raztopina za kontaktne leče je namenjena negi mehkih kontaktnih leč, hkrati pa pomaga pri varovanju oči pred izsušitvijo in draženjem ves dan. Je edina večnamenska raztopina z vlažilcem (lubrikantom), ki zagotavlja vlažnost in dolgotrajno udobje pri nošenju kontaktnih leč tudi v neugodnih pogojih, kot so na primer suhi in onesnaženi zrak, dolgotrajno naprezanje oči... Raztopina je na prodaj v lekarni in pri optikih. Špela

Vir: Smrklja (maj 2004, 91).

6 SKLEP

Namen diplomske naloge je bil odkriti vpliv mobilne telefonije na emancipacijo najstnic od staršev.

Mobilni telefon odpira diskusijo o vlogi staršev v življenju njihovih otrok. »Zaradi obstoja mobilne telefonije se spreminjajo odnosi med najstniki in starši« (Katz in Aakhus 2002, 301). Celo pred vzponom mobilne telefonije je vprašanje starševskega nadzora vs. svobodi in emancipaciji najstnikov oziroma njihovih otrok bilo zelo zapleteno. Proces emancipacije načeloma teče v smeri večje samostojnosti in odgovornosti glede najstnikov in manj starševske kontrole, ampak vseeno ni enosmeren. Iz perspektive staršev je cilj pogosto potreba po nadzoru in vodenju njihovih otrok. Po drugi strani pa izražajo željo, da mora otrok postati funkcionalen odrasli človek. Dilema ni lahka in mobilni telefon jo je dodatno poudaril. Jasno je, da je mobilni telefon redefiniral institucijo adolescence kot tudi proces emancipacije oziroma avtonomije.

Mobilni telefon najstnikom zagotavlja bogato socialno življenje. Uporabljajo ga za koordiniranje aktivnosti in za obdrževanje vrstnikov na kupu. Mobilni telefon povezuje najstnike z njihovimi starši in je orodje, skozi katero se uresničuje najstniška emancipacija.

Ne glede na funkcionalno dimenzijo najstniškega obdobja, to obdobje življenja ni več samo pripravljalo obdobje pred odraslostjo, ampak je tudi samostojna kultura. Karakterizirajo ga specifičen govor, oblačila, oblike interakcije in etos. Najstništvo je torej pripravljano za vstop v svet odraslih in je obdobje emancipacije od staršev, vendar je to življenjsko obdobje bolj kulturno edinstveno od drugih. V domestifikaciji se ta faza najbolj kaže v fazi inkorporacije, torej načinu, na kateri so najstniki prilagodili mobilni telefon svojim potrebam.

Ženska vloga v socialnem omrežju pomaga razložiti prisvojitve mobilnega telefona s strani najstnic. Prisvojitve in uporaba naprave, posebej za socialno komunikacijo, se lahko vidi kot tip predsocializacije najstnic in njihove vloge varuhov socialnih omrežij. V ne tako davni preteklosti se je večina teh aktivnosti izvajala s pomočjo stacionarnih telefonov, vendar je danes nova tehnologija odprla nove možnosti.

Odnos domestifikacije in mobilne telefonije: mobilni telefon je, kot sama beseda pove, mobilna tehnologija, ne pa stacionarna, torej ni omejena na določen prostor, vendar se vseeno domestificira. Vprašanje je, kako je to možno. Možno je, ker se je mobilna telefonija že toliko udomačila, da je postala sestavni del življenja ljudi, posebej pa sestavni

del življenja najstnikov. Postala je njihov simbol, del njih samih. Mobitel je del najstniške identitete. Določa, kateri skupini vrstnikov pripadajo, določa tudi status oziroma je tudi statusni simbol. Zaradi tega lahko tudi povemo, da se je mobitel domestificiral, ne glede na to, da ni vezan samo na gospodinjstva. Mobitel je zelo individualizirana tehnologija in najstniki jo imajo ravno zaradi tega tako radi. Ni treba komunicirati z nobenim drugim razen z osebo, s katero želiš komunicirati. Po drugi strani se je pokazalo, da imajo najstniki, ki imajo največ imen v imeniku mobilnega telefona, tudi veliko socialno omrežje. Torej, ne glede na to, da je mobitel individualizirana naprava, služi za razširjanje socialnih omrežij. Najstnice časovno gledano več uporabljajo stacionarno telefonijo kot najstniki, zaradi tega bolj uporabljajo mobitel za širjenje in čuvanje socialnega omrežja oziroma kontakte z družino in prijatelji. Torej, čudež se je zgodil, domestificirala se je mobilna naprava (tukaj se dotikamo sfere javnega in zasebnega), ki pomaga v koordinaciji celotne družine in pri občutku varnosti, včasih služi celo za nadzor. Najstnice in starši drugače doživljajo mobitel in ga uporabljajo na svoj način, na svoj lasten način. Razumevanje mobilnega telefona pa ni enolično in univerzalno, ampak je predvsem kulturno pogojeno.

Na temelju podatkov, ki sem jih dobila iz sekundarne raziskave (RIS-IKT 2005), sklepam, da najstnice v Sloveniji uporabljajo svoje mobilne telefone za širjenje socialnih omrežij in za vzdrževanje le-teh. Širjenje socialnih omrežij je povezano s pripadnostjo skupinam vrstnikov, kar je povezano z emancipacijo od staršev. Edina težava je v tem, kot sem že omenila, da to lahko sklepam za najstnice, ki so stare 16 do 19 let, ne pa za vso populacijo najstnic, v katero se štejejo vsa dekleta med 11. in 19. letom starosti.

Mobilni telefon vpliva na emancipacijo najstnic od staršev. Najstnicam daje občutek samostojnosti in neodvisnosti od staršev.

Menim, da RIS ni naredil dovolj obširne raziskave o mobilni telefoniji oziroma področja mobilne telefonije ni obdelal z več različnih vidikov. Druga napaka je po mojem mnenju ta, da so naredili samo kvantitativno raziskavo. Če želimo več podatkov in te boljše, bi morali poleg kvantitativne raziskave narediti tudi kvalitativno raziskavo z uporabo intervjujev ali fokusnih skupin. Tretja oziroma zadnja stvar, ki se mi je zazdela neobičajna, je ta, da je bilo na splošno relativno malo podatkov, ki so bili v zvezi z najstniki, posebej zaradi tega, ker se v zadnjem času na področju vseh medijev dokaj raziskuje njihov vpliv na najstnike, ker so najstniki t. i. »problematična« ciljna skupina.

Za pridobitev bolj podrobnih in veljavnih podatkov bi morala narediti še kvalitativno raziskavo, ker RIS-ova raziskava (2005) ne pokaže dovolj oziroma nima vseh podatkov, ki sem jih potrebovala za svoj raziskovalni problem. Kvalitativna raziskava naj

bi bila narejena ali v fokusnih skupinah oziroma v družinah najstnic (starši in najstnice) ali z intervjuji s samimi najstnicami. V poštev bi prišla tudi etnografska raziskava.

7 LITERATURA

- Bulc, Gregor. 2007. Halo, kje si? Mobilni telefon in nadzorovanje v vsakdanjem življenju. *Javnost – The public* 14: 75–88.
- Caronia, Letizia. 2005. Feature Report: Mobile Culture: An Ethnography of Cellular Phone Uses in Teenagers' Everyday Life. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* 11(96): 96–103. Dostopno prek: <http://con.sagepub.com> (7. februar 2007).
- Caronia, Letizia in André H. Caron. 2004. Constructing a specific culture: Young People's Use of the Mobile Phone as a Social Performance. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* 10(28): 28–61. Dostopno prek: <http://con.sagepub.com/cgi/content/abstract/10/2/28> (9. februar 2007).
- *Cool*. 2005. Siemens CL75 – idealni modni dodatek za ženske, (september).
- *Cool*. 2006. Strip, (september).
- Dobashi, Shingo. 2005. The Gendered Use of *Keitani* in Domestic Context. V *Personal, Portable, Pedestrian: mobile phones in Japanese life*, ur. Mizuko Ito, Daisuke Okabe in Misa Matsuda Cambridge, 219–236. Massachusetts: The MIT Press.
- *Frka*. 2005. Doba modnih telefonov, (december).
- *Frka*. 2006. Hello Kitty mobilnik, (september).
- Goffman, Erving. 1967. *Interaction ritual: essays on face-to-face behavior*. New York: Pantheon Books.
- Habib, Laurence. 2003. *Domestication of e-learning technologies: A preliminary conceptual framework*. Dostopno prek: <http://home.hio.no/~laurence/publications.html> (17. april 2006).
- Haddon, Leslie. 1998. *The experience of the mobile phone*. Dostopno prek: <http://www.milab.dk/dokumentation/public/Artikler%20og%20rapporter/Haddon,%20Leslie%20-%20Experience%20of%20the%20Mobile%20Phone,%20The.pdf> (19. april 2006).
- Haddon, Leslie. 2001. Domestication and mobile telephony. V *Machines that become us. The Social Context of Personal Communication Technology*, ur. James E. Katz, 43–56. New Brunswick: Transaction Publishers.
- Haralambos, Michael in Martina Holborn. 1999. *Sociologija. Teme in pogledi*. Ljubljana: Državna založba Slovenije.

- Holstein-Back, Sabina. 1995. Consistency and change in the lifeworld of young women. V *Youth Culture in Late Modernity*, ur. J. Fornäs in G. Bolin, 100–119. Cambridge: University Press.
- Katz, E. James, ur. 2003. *Machines that become us: the Social Context of Personal Communication Technology*. New Brunswick: Transaction Publishers.
- Katz, E. James in Mark Aakhus, ur. 2002. *Perpetual Contact: Mobile Communication, Public Talk, Private Performance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kotnik, Vlado. 2007. Kratka etnografija rab mobilnega telefona v Sloveniji. *Javnost – The public* 14: 55–74.
- Ling, Rich. 1997. »One can talk about common manners!«: the use of mobile telephones in inappropriate situations. Dostopno prek: http://www.richardling.com/papers/1997_One_can_talk_about_common_manners.pdf (9. maj 2006).
- Ling, Rich. 2000a. *The impact of the mobile telephone on four established social institutions*. Dostopno prek: http://richardling.com/papers/2000_impact_on_four_institutions.pdf (1. december 2006).
- Ling, Rich. 2000b. «We will be reached»: The use of mobile telephony among Norwegian youth. *Information technology and people* 13(2): 102–120.
- Ling, Rich. 2001a. "It is 'in.' It doesn't matter if you need it or not, just that you have it.": Fashion and the domestication of the mobile telephone among teens in Norway. Dostopno prek: http://richardling.com/papers/2001_It%20is%20in.pdf (1. december 2006).
- Ling, Rich. 2001b. "The Diffusion of Mobile Telephony among Norwegian Teens - A Report from after the Revolution". Dostopno prek: http://telenormobile.com/rd/pub/rep01/R11_2001.PDF (26. april 2006).
- Ling, Rich. 2002. Adolescent girls and young adult men: Two sub-cultures of the mobile telephone. *Revista de estudios de juventud*, 57(70). Madrid: Instituto de la Juventud Redacción. Dostopno prek: http://www.itu.int/osg/spu/ni/ubiquitous/Papers/Youth_and_mobile_2002.pdf#page=31 (1. december 2006).
- Ling, Rich. 2004. *The Mobile Connection. The Cell Phone's Impact on Society*. San Francisco: Morgan Kauffman (Elsevier).

- Ling, Rich. 2005. Mobile communications vis-à-vis teen emancipation, peer group integration and deviance. V *The Inside Text: Social perspectives on SMS in the mobile age*, ur. R. Harper, A. Taylor in L. Palen, 175–189. London: Kluwer.
- Ling, Rich. 2007. »We release them little by little«: Maturation and gender identity as seen in the use of mobile telephony. *Personal and Ubiquitous Computing* 5: 123–136.
- Ling, Rich in Per Helmersen. 2000. »It must be necessary, it has to cover a need«: *The adoption of mobile telephony among pre-adolescents and adolescents*. Dostopno prek: http://www.richardling.com/papers/2000_necessary_need.pdf (19. april 2006).
- Ling, Rich in Per E. Pederson, ur. 2005. *Mobile Communication. Re-negotiation of the Social Sphere*. London: Springer-Verlag.
- Ling, Rich in Birgitte Yittri. 2002. Hyper-coordination via mobile phones in Norway. V *Perpetual Contact: Mobile communication, private talk, public performance*, ur. James E. Katz in Mark Aakhus, 139–169. Cambridge University Press, Cambridge.
- Ling, Rich in Birgitte Yittri. 2005. Control, emancipation and status: The mobile phone in the teen's parental and peer group control relationship. V *Information technology at home*, ur. R. Kraut, 219–324. Oxford: Oxford.
- Oblak, Tanja. 1996. *Uporaba informacijske in komunikacijske tehnologije in razlike med spoloma v zasebni sferi*. Diplomsko delo. Ljubljana: FDV.
- Oblak, Tanja. 1997. Konstrukcija spolne razlike: uporaba tehnologije in spol v zasebni sferi. *Teorija in praksa* 34 (4): 676–690.
- Oblak-Črnič, Tanja. 2005. Med simbolnimi pomeni in realnimi praksami mobilnega vsakdanjika. V *Mobilne refleksije*, ur. Vasja Vehovar, 87–114. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- SSKJ. 2000–2007. Ljubljana: SAZU. Dostopno prek: <http://bos.zrc-sazu.si/sskj.html> (14. april 2007).
- Skog, Berit. 2002. Mobiles and Norwegian Teen: Identity, Gender, Class V *Perpetual Contact: Mobile Communication, Public Talk, Private Performance*, ur. James E. Katz in Mark Aakhus, 255–273. Cambridge: Cambridge University Press.
- Silverstone, Roger in Eric Hirsch, ur. 1994. *Consuming technologies. Media and Information in Domestic Spaces*. London: Routledge.
- Smrklja. 2004. Novi Siemens SL55 Escada, (maj).
- Smrklja. 2007. Party girl, (september).
- Smrklja. 2007. Modna navdušenka, (september).

- *Smrklja*. 2007. Športno dekle, (september).
- Ule, Mirjana. 2005. *Psihologija komuniciranja*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Ule, Mirjana in Metka Kuhar. 2003. *Mladi, družina, starševstvo. Spremembe življenjskih potekov v pozni moderni*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Vehovar, Vasja, Darja Lavtar, Rok Platinovšek, Vika Pušnik, Polona Kramar in Aljoša Petrovčič. 2005. *Mobilna telefonija: RIS-IKT 2005*. Dostopno prek: <http://www.ris.org/> (10. maj 2008).

8 PRILOGE

Priloga A:

Tabela: Deleži in absolutna števila ter projekcije uporabnikov mobilnih telefonov po starostnih kategorijah.

Priloga B: Del vprašalnika Ankete o uporabi informacijsko-komunikacijske tehnologije.

Sklop: Mobilna telefonija

Sklop: Mladi

Modul G: Podatki o izbrani osebi

Priloga C: Originalni intervjuji v angleščini, ki so v tekstu diplome podani kot primeri.

Priloga Č: Revija »Cool« (september, 2005), Rubrika »Trendi«, str. 10.

Priloga D: Revija »Frka« (september, 2006), Rubrika »Fešn«, str. 100.

Priloga E: Revija »Frka« (december, 2005), Rubrika »Moda«, str. 67.

Priloga F: Revija »Cool« (september, 2006), str. 75.

Priloga G: Revija »Smrklja« (september, 2007), Rubrika »Moda; Trendi«, str. 23–25.

Priloga H:

Tabela: Frekvenčne porazdelitve in povprečne vrednosti trditev o mobilni telefoniji med otroki in mladostniki.

Priloga I:

Tabela: Frekvenčne porazdelitve in povprečne vrednosti stališč o modnem vidiku mobilnega telefona.

Priloga J:

Tabela: Frekvenčne porazdelitve in povprečne vrednosti stališč o navezanosti na mobilni telefon.

Priloga A

Tabela: Deleži in absolutna števila ter projekcije uporabnikov mobilnih telefonov po starostnih kategorijah

Starostne kategorije	% uporabnikov mobilnih telefonov	Absolutno število uporabnikov mobilnih telefonov
5–9 let	89,5 %	94.653
10–14 let	94,7 %	119.790
15–19 let	97,2 %	138.682
20–24 let	100,0 %	150.353³¹
25–29 let	98,3 %	140.027
30–34 let	96,7 %	146.805
35–39 let	96,2 %	148.392
40–44 let	97,9 %	155.735
45–49 let	89,6 %	139.677
50–54 let	75,9 %	87.901
55–59 let	77,3 %	87.568
60–64 let	71,9 %	73.698
65–69 let	56,8 %	55.268
70–74 let	53,3 %	41.235
75–79 let	42,7 %	22.987
80–84 let	32,8 %	6726

Vir: RIS-IKT 2005 (vprašalnik A in B).

³¹ Poudarila Martina Čiković.

Priloga B

Del vprašalnika Ankete o uporabi informacijsko-komunikacijske tehnologije.

Sklop: MOBILNA TELEFONIJA

MS1 Ali imate vi osebno vsaj en mobilni telefon oziroma ste njegov glavni ali pretežni uporabnik?

(en možen odgovor)

1	– da, imam en mobilni telefon
2	– da, imam dva mobilna telefona
3	– da, imam tri mobilne telefone ali več
4	– ne, vendar vsaj občasno uporabljam mobilne telefone drugih oseb
5	– ne uporabljam

MS24, str. 21 (neuporabniki mob. tel.)

M7 Koliko telefonskih števil imate shranjenih v imeniku vašega glavnega mobilnega telefona?

(Upoštevajo se vse shranjene številke ne glede na to, ali so shranjene na SIM kartici ali na mobilnem telefonu.)

(Na črto vpišite odgovor; če anketiranec ne ve natančno, mu pomagajte s spodnjo lestvico in obkrožite ustrezeni odgovor v tabeli.)

_____ telefonskih števil

M8 <i>Če anketiranec ne ve natančno, mu anketar pomaga z naslednjo lestvico:</i>	
A	– Nobene
B	– 1–4
C	– 5–9

D	– 10–19
E	– 20–49
F	– 50–99
G	– 100–149
H	– 150 in več
I	– ne vem

M25 S pomočjo lestvice od 1 do 5 ocenite, v kolikšni meri se strinjate ali ne strinjate s spodnjimi trditvami o mobilni telefoniji.

1 pomeni, da se s trditvijo »sploh ne strinjate«, 5 pa, da se z njo »zelo strinjate«.

		sploh se ne strinjam				zelo se strinjam	ne vem, b. o.
a	Danes je v nepredvidljivih situacijah mobilni telefon nepogrešljiv.	1	2	3	4	5	9
b	Mobilni telefon je danes nuja, ne pa luksuz.	1	2	3	4	5	9
c	Edina smiselna raba mobilnega telefona, je raba v praktične namene.	1	2	3	4	5	9
d	Ne razumem ljudi, ki vsakdanje nakupe v trgovini usklajujejo po mobilnem telefonu.	1	2	3	4	5	9
e	Mobilni telefon je zgolj potuha, da se ljudem ni treba vnaprej odločati, kje in kaj bodo počeli.	1	2	3	4	5	9
f	Zdi se mi prav, da starši svojim otrokom čim prej omogočijo uporabljati mobilni telefon.	1	2	3	4	5	9
g	Precej ljudi danes mobilni telefon razume kot modni dodatek.	1	2	3	4	5	9
h	Mobilni telefon preprosto ni primeren za intimne pogovore.	1	2	3	4	5	9
i	Odrasli uporabljajo mobilni telefon za koristne stvari, mlajši pa samo za neumnosti.	1	2	3	4	5	9
j	Iskrena čustva do drugega lahko deliš samo v živo, ne pa po mobilnem telefonu.	1	2	3	4	5	9
k	Nekateri imajo mobilni telefon samo za imidž.	1	2	3	4	5	9

M26 S pomočjo lestvice od 1 do 5 ocenite, v kolikšni meri spodnje trditve o mobilni telefoniji veljajo za vas osebno.

1 pomeni, da trditev za vas »sploh ne drži«, 5 pa, da trditev za vas »zelo drži«.

(V vsaki vrstici obkrožite en odgovor.)

		sploh ne drži				zelo drži	ne vem, b. o.
a	Mobilni telefon uporabljam, da sem drugim lažje na razpolago.	1	2	3	4	5	9
b	Odkar imam mobilni telefon, se počutim veliko bolj varno/ega.	1	2	3	4	5	9
c	Zaradi mobilnega telefona imam večkrat občutek, da ne nadzorujem več svojega časa.	1	2	3	4	5	9
d	Mobilni telefon uporabljam predvsem za urejanje nujnih družinskih zadev.	1	2	3	4	5	9
e	Odkar uporabljam mobilni telefon, je moj vsakdan bistveno bolj organiziran.	1	2	3	4	5	9
f	Mobilni telefon uporabljam predvsem za to, da se z drugimi dogovorim za srečanje v živo.	1	2	3	4	5	9
g	Težko si predstavljam, da bi ne imel-a več možnosti klepetati z drugimi po mobilnem telefonu.	1	2	3	4	5	9
h	Mobilni telefon mi daje občutek, da sem nenehno sredi dogajanja.	1	2	3	4	5	9
i	Odkar uporabljam mobilni telefon, imam s prijatelji več osebnih stikov.	1	2	3	4	5	9

M27 Navedli bomo še nekaj trditev s področja mobilne telefonije. S pomočjo lestvice od 1 do 5 ocenite, v kolikšni meri spodnje trditve veljajo za vas osebno.

1 pomeni, da trditev za vas »sploh ne drži«, 5 pa, da trditev za vas »zelo drži«.

(V vsaki vrstici obkrožite en odgovor.)

		sploh ne drži				zelo drži	ne vem, b. o.
a	Moti me, ko ljudje vpričo drugih po mobilnem telefonu govorijo o svojih osebnih rečeh.	1	2	3	4	5	9
b	Zame je pomembno, da mobilni telefon dobro izgleda.	1	2	3	4	5	9

c	Rad-a hitro menjam mobilni telefon, da ne ostanem »zadaj«.	1	2	3	4	5	9
d	Bolj kot izgled me pri telefonu zanima tehnična izpopolnjenost.	1	2	3	4	5	9
e	Zame je pomembno, da je mobilni telefon čim bolj praktičen in enostaven.	1	2	3	4	5	9
f	Mobilni telefon uporabljam tudi kot neke vrste modni dodatek.	1	2	3	4	5	9
g	Nerodno bi mi bilo, če bi bil moj telefon preveč zastarel.	1	2	3	4	5	9
h	Nič me ne moti, če imam star telefon, važno je, da v redu deluje.	1	2	3	4	5	9
i	Otrokom bi morali omejiti dostop do neprimernih vsebin, ki jih omogočajo sodobni mobilni telefoni..	1	2	3	4	5	9

MS18 Kdo plačuje večino mesečnih stroškov vašega trenutnega glavnega mobilnega telefona?

(en možen odgovor)

1	- sam/a
2	- starši
3	- drugi člani gospodinjstva
4	- podjetje, kjer sem zaposlen/a
	nekdo drug: kdo?
5	- _____
	[MS18_x]

Sklop: MLADI

T3 S pomočjo lestvice od 1 do 5 ocenite, v kolikšni meri spodnje trditve veljajo za vas osebno. 1 pomeni, da trditev za vas »sploh ne drži«, 5 pa, da trditev za vas »popolnoma drži«.

(V vsaki vrstici obkrožite en odgovor.)

		sploh ne drži				popolnom a drži	ne vem, b. o.
a	Po mobilnem telefonu se pogovarjam v glavnem s prijatelji / sošolci / kolegi / partnerjem(ko).	1	2	3	4	5	9
b	Navajen-a sem, da se kmalu po koncu šolskih / študijskih / službenih obveznosti s prijatelji / sošolci / kolegi / partnerjem(ko) slišimo po mobilnem telefonu.	1	2	3	4	5	9
c	Mobilni telefon mi omogoča, da svoje prijatelje / sošolce / kolege / partnerja(ko) pokličem, kadar jih potrebujem.	1	2	3	4	5	9
d	Če mobilni telefon ne bi omogočal pisanja SMS-ov, bi ga bistveno manj uporabljal-a.	1	2	3	4	5	9
e	Težko si predstavljam stike s prijatelji / sošolci / kolegi / partnerjem(ko) brez mobilnega telefona.	1	2	3	4	5	9
f	Pomembno je, da mi mobilni telefon omogoča, da se lahko pogovarjam s prijatelji / sošolci / kolegi / partnerjem(ko), ne da bi starši poslušali.	1	2	3	4	5	9
g	Če bi se moral s prijatelji / sošolci / kolegi / partnerjem(ko) pogovarjati samo po domačem stacionarnem telefonu, mi ne bi bilo prijetno.	1	2	3	4	5	9

Modul G: PODATKI O IZBRANI OSEBI

G1 Ali mi lahko poveste letnico vašega rojstva?

--	--	--	--	--

G2 Spol:

1	–	moški
2	–	ženski

Priloga C

Nina (18): There are telephones where you can do it. Like, if a certain number calls, it goes right into the telephone voice mail. For example, if parents call, then it goes right into the voice mail.

Arne (17): I do that.

Interviewer: You do that?

Arne: Yeah, when I am out on the weekend I do that.

Interviewer: Who do you exclude?

Arne: The family.

Interviewee 1: I want a mobile phone that you can feel in your pocket so that will cost a little extra, otherwise I don't want to bother with one.

Interviewee 2: Is that anything to brag about, that it's expensive? Isn't it important that you can call cheaply and that you ...

Interviewee 1: I am happiest by having the best. The best isn't good enough.

Interviewee 2: I don't understand that, but ...

Interviewee 1: All my friends are great, they have the best cars, and the best and most expensive stereos, the most expensive TVs and the most expensive mobile telephones and since nobody has bought that Philips yet then I will be the first.

Moderator: Do you call your parents or they call you?

Nora (18): They call us.

Moderator: What do they call about?

Rita (18): Where are you, when are you coming home?

Nora (18): Practical things, you know.

Moderator: Practical things?

Nora (18): [With] friends it is more like babbling. [With] parent it is more like they call about something.

Erika (17): If I was supposed to be home an hour ago then they call me like 25 times ... If I said I'd be home but then I don't come home as planned, then it's, you know, like full chaos on the telephone (Ling in Yttri 2005,226).

Kai (15): You can't call your friend at one o'clock at the night; that'd really piss off the parents.

Moderator: One o'clock in the night? By then I'm already in bed and sleep for couple of hours.

Harald (15): But it's way better in night, being on your mobile phone under the covers, instead sitting in the middle of the living room.

Ola (14): My cell phone's always on. I just turn off the sound. It's OK if you get an important call (Ling in Yttri 2005,219).

cool trendy

Kozmetika Afrodita vam podarja

za vroče poletne dni ob nakupu Chamomilla sensitive oljnega odstranjevalca laka za nohte, ki temeljito odstrani lak z nohtov ob tem pa ne pušča belih lis, modri lak za nohte! Naj vaši nohti sijajo od zdravja in lepote.



Siemens CL75 – idealni modni dodatek za ženske

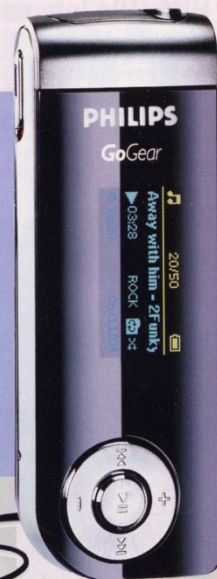
Siemensov mobilnik CL75 je popoln modni dodatek za moderno žensko, saj eleganten preklopni mobilnik združuje ženstveno eleganco s širokim naborom modernih multimedij-skih funkcij, kot je digitalni fotoaparatski s 4-kratnim zoomom. Ovalno ohišje, rdeča barva s cvetličnim motivom in zrcalni zaslon so elementi telefona, ki bo zadovoljil še tako zahtevno žensko. Siemens CL75 zaseda prav posebno mesto v modnih krogih, saj je to prvi mobilnik, za katerega je bil izdelan par-fum.



Objave niso naročene ali plačane.

Predvajalnik GoGear SA177

Vzemite s seboj MP3 ali WMA glasbo in jo ponosno razkazujte s predvajalnikom GoGear SA177. Nanj lahko direktno iz vašega računalnika preko USB prenese-te 512Mb glasbe, hkrati pa mu polnite baterijo. Z elegantnim zrcalno obdelanim zaslonom OLED boste izstopali v slogu. Cena 24.990 SIT; v vseh bolj-založenih trgovinah s tehničnim blagom.



Logitech slušalke za športne navdušence

Nove slušalke Logitech Sports Headphones za MP3 predvajalnike dajejo pojmu „mobil-na glasba“ nov pomen, saj bodo zadostile potrebe vseh aktivnih športnih navdušencev. V telovadnici, na kolesu ali med plezanjem – slušalke se prilagodijo vsakemu „terenu“. Moderen stil nošenja za glavo omogoča popolnoma neomejeno gibanje, zatiča za uho pa preprečuje, da bi slušalke med vašimi dr-znimi podvigi zdrsnile in padle.



Info: COOL SMS priloga • Cena 25 SIT

OGLASI

Pošlji na 2929
Prijava: **COOL+0**
Odjava: **COOL-0**
Odgovori: **COOL 0** tvoje besedilo

+1T

Več v COOL SMS prilogi.

COOL-ovi mali SMS oglasi!

Želiš kaj kupiti, imaš morebiti kaj za prodati ali si želiš kaj zamenjati? Pravi naslov so COOL-ovi mali SMS oglasi. Kupim, prodam, menjam. Sodeluj v akciji in postani član COOL kluba!

COOL 0 Kdo bi menjal slike Shakire za slike Madonne? Jan

FESN

FASHION GADGETS

HELLO KITTY MOBILNIK

Milijoni deklet po vsem svetu obožujejo blagovno znamko Hello Kitty – srčkane muce z roza pentljo, ki simbolizirajo prijateljstvo in srečo. Prav ta muca je v zadnjih letih krasila vse, od naslovnice mednarodnih modnih revij do pist priznanih modnih oblikovalcev. Po novem pa krasni mobilnik BenQ-Siemens AL26 in s srčkanim amuletom predstavlja poželenja vreden modni dodatek in pravo pašo za oči. V Sloveniji bo na voljo konec leta 2006.

TOM TAYLOR SPONTANOST KOT NAVDIH

Znamka Tom Taylor zastopa moderen življenjski slog z jasnimi sporočili: Živi tukaj in zdaj. Bodi svoboden in uživaj v spontanosti trenutnih življenj. Prav zaradi tako mladostnega in optimističnega pristopa dosega neverjetne rezultate. Trenutno suvereno preseneča z dišavo New Experience, s katero močno poudarja občutke vznemirjenja, priložnosti in novega doživetja. Na voljo v ženski in moški različici. Sadno, cvetno in lesno, aromatično in zeleno.

MEXX ICE

Znamka Mexx, ki označuje življenjski slog, je v poletnih mesecih na tržišče servirala dišavo, za katero je ponovno značilno vroče-hladno nasprotje. Dišava tako zavzema vse – od bogatih vodnih akordov, limoninega čaja do črnega popra in vonja robide. Vonjave, ki poudarjajo občutek svežine in razjasnijo čute. Čutno in blago, a hkrati iskriivo in hladno.

PLESNI COPAT ZOOM DANZANTE IZDELEK LETOŠNJE JESENI

Ples postaja tudi v Sloveniji iz leta v leto bolj priljubljen, s tem pa se večata tudi njegova kvaliteta in atraktivnost. Kot v ostalih športih tudi pri plesu ni vse odvisno le od plesalca ali plesalke; k boljše izvedeni akrobacijam in plesnim elementom veliko prispevata kvaliteta in primernost obutve. Prav takšen plesni copat so po novem razvili v Nikeju. Zoom Danzante odlikuje tako vrhunska tehnologija kot tudi nežen ženski videz. Popularne copate letošnje jeseni plesalci imenujejo "jazzice". Preverite, zakaj in kako.

POPOLNA LEPOTPNA NEGA ZA VAŠE LASE

Nova serija izdelkov Nivea Hair Care Beauty Care z dragocenimi riževimi proteini in elegantnim vonjem lotosovega cveta neguje in obnovi obremenjene lase. Lasje tako postanejo žametni, sijoči in voljni. Slednjo serijo sestavljata dva izdelka, ki delujeta v ravnotežju. Preverite balzam in šampon.

FUSE

PLESNO NAVDAHNJENA KOLEKCIJA

Adidas predstavlja novo žensko jesensko/zimsko kolekcijo, navdihneno s plesom. Tokrat gre za oblačila s športnim pridihom, ki se jih lahko nosi vsak dan. Mehki udobni materiali skupaj z dinamičnimi kroji in tkaninami omogočajo svobodo gibanja in poudarjajo plesni stil. Sicer pa ima vsa kolekcija Fuse posebno privlačne poudarke, na primer raznolike potiske in umetniške dodatke, posebne obrobe na robovih majic, kenguru žepe ali posebej široke ovratnike. Barvna paleta linije odseva pogumne, mlade in sveže barve. Pri nas na voljo od oktobra dalje.

PAPIRNICE TEMPERA PODARJAJO

Papirnice Tempera in Office 1 Superstore podarjajo pet izdelkov iz šolskega programa:

- dišeči označevalci teksta (štirje v kompletu)
- mapa z elastiko in gumbom (različni motivi)
- okrogla peresnica (različni motivi)

Bogata akcijska ponudba šolskih potrebščin! Ponudba velja do 02. 09. oziroma do razprodaje zaloga v vseh papirnicah Tempera in Office 1 Superstore.

DOBA MODNIH TELEFONOV

Nokia z novo kolekcijo treh modnih telefonov Nokia 7360, Nokia 7370 in Nokia 7380 postavlja nove meje pri oblikovanju telefonov. Vsak model iz kolekcije L'Amour namreč ponuja poseben koktajl kontrastov, mešanico kulturnih in etničnih vplivov s kančkom razkošja. Žlahtnost in dodelanost mobilcev se tokrat prepletata z naravnimi materiali, izbranimi barvami in vzorci, vsak detalj pa je izdelan prav do potankosti.

Mobilni telefon danes za večino uporabnikov postaja del vsakdanjega osebnega stila, odraz tako modnega sloga kot tudi napredno in nepogrešljivo komunikacijsko orodje. Vsak detalj nove kolekcije telefonov L'Amour so navdihnile linije narave – od nežnih vzorcev na telefonih do zametnih torbic za shranjevanje in nošenje. Kolekcija L'Amour je namenjena ljudem, ki občudujejo lepoto in dovršenost.



moda | FRKA | 067

SIJOČA IN SAMOZAVESTNA V NOVO LETO

Da boste v novo leto stopile v vsem sijaju in lepoti, vam svetujemo, da na silvestrski večer uporabite svetovno uspešno, ki prihaja iz laboratorija Nuxe – zlato olje Huile Prodigieuse Or. Magično tekoče zlato poudari lepoto, njegov diskreten lesk pa doda komaj opazen sijaj na obraz, telo in lase. Izdelek združuje izjemne lastnosti, kožo namreč neverjetno pomirja, jo ščiti in izdatno hrani. Prijetna svilena tekstura se hitro vpije, ne pušča mastnih madežev in ne vsebuje dišav, ki bi bile preobčutljive na svetlobo.

Kadar želite poudariti porjavlost kože ali svilen učinek na nogah in imeti lase kot bleščeče zlato, je zlato olje Huile Prodigieuse Or prava "plika na I", še zlasti pri ličenju za posebne priložnosti. Na voljo v večjih lekarnah po Sloveniji.

NOVO NOVO NOVO NOVO DEODORANT IN PARFUM v enem izdelku!

XAVIER LAURENT -
deodoranti na osnovi znanih parfumskih not.
Parfimirani ženski deodoranti XAVIER LAURENT s parfumskimi osnovami, ki spominjajo na znane parfume (Calvin Klein, Dolce & Gabbana, Hugo Boss, Lancôme, Christian Dior, Cacharel, Armani, Lancôme, Jovan, Givenchy, Paco Rabanne) in parfimirani body spreji za moške (Calvin Klein in Paco Rabanne) odšleg tudi pri nas.



Uvažja, zastopa in prodaja: Fairtrade d.o.o. Maribor,
tel. 02/228 28 80, www.krune-slo.net

PR obvestila





moda
trendi

iPhone – Si želiš imeti predvajalnik glasbe in videoposnetkov ter telefon v eni napravi? iPhone je čudežna naprava, ki ti ponuja vse to.

Nokia n93i – Posneti vse nore zabave in druženja s prijatelji, fotkati ter odgovarjati na nešteta povabila, ni lahka naloga. Telefon Nokia n93i ti zadevo olajša, saj ima vse funkcije, ki jih potrebuješ, predvsem pa možnost, da video lahko posnameš v DVD kakovosti, posnetke pa neposredno naložiš.

iPod – Le kako imeti vse glasbene albume, videospote ter morda celo filme vedno pri roki? Z iPodom, ki ima 30 ali 80 GB prostora, to ni več problem! Na njem lahko shranjuješ vse svoje najljubše albume, fotke, videospote in celo filme. To pa je nekaj zate, kajne?

Nikon Coolpix L6 – Fotkanje s prijateljico, s svojim najljubšim didžejem ali avtoportret na divji zabavi. Kjerkoli, kadarkoli in kakorkoli – z modnim Nikonom Coolpix L6 to ne bo več problem, saj ti omogoča izbor nastavitev, ki ti bodo omogočile mega dobro fotko.

Barvni foto printer Canon PIXMA iP4500 – Kako priti do posnetkov, ki si jih posnela na najbolj nori zabavi leta, kar doma? Hej, za to obstajajo printerji, prirejeni za tiskanje fotk. Poskusi in se prepričaj, da lahko tudi sama ustvariš čudovite fotke! Sploh če se boš prej poigrala s katerim od programov za obdelovanje fotk ...

Prenosni računalnik HPnx7300 – Le kaj bi dekle, kot si ti, počelo brez računalnika? Prepričani smo, da ne veliko, saj rada 'vsiš' na MSN-ju s prijatelji, surfaš po netu ter pišeš seminarske naloge (ja, včasih te zanima tudi šola). Vse to najdeš v HP-jevem nx7300 prenosniku.

Zvočniki Logitech Squeezebox – Brez glasbe ni zabave! Prepričani smo, da to velja tudi zate, zato ti predstavljamo brezžični glasbeni predvajalnik Logitech Squeezebox, ki predvaja široko paleto glasbenih datotek.

FOTO: PROMOCijski MATERIAL, KEYSTONE

Smrklja 09 SEPTEMBER 2007 23

Bluetooth slušalka Nokia 302 – Si se naveličala ne-
netnega iskanja telefona po
torbi, ko te kdo klicati? Potem
si lahko omislila bluetooth
slušalko – modno, udobno
in priročno, ki ob zvoženju
že po nekaj sekundah sama
vzpostavi stik s telefonom in
že lahko začne govoriti.



Prenosni računalnik MacBook – Je hiter,
uporaben in ti omogoča pisanje dokumentov,
surfanje po netu ter igranje po MSN-ju, vse-
buje pa tudi spletno kamero, s katero boš sedaj
lahko svoje prijatelje pozdravljala kar v živo,
kjerkoli že bode in če bodo le imeli kamero tudi
oni. Ili, če ni to tui!

MODNA NAVDUŠENKA



**Nokia N 7373, posebna izdaja
Gianbattista Valli** – Četudi ti je
pomembno, da ima telefonček vse
funkcije, ki jih baje tako nujno potrebuj-
ješ, se modnemu telefonu tvoje oči le
stežka uprejo. Se posebej če prihajajo
naravnost izpod rok priznanih modnih
oblikovalcev. Tole Nokio N7373, ponos
z etničnimi obarvanimi vzorci, je delo
oblikovalca Gianbattista Vallija.

Pri podjetju IGMA nudijo bralcem Sma-
rtke obnovo in prodajo trakov, toner-
jev in kartusov ter s tem oglašeno 10-
letno garancijsko popust. Pri njih vam je
na voljo tudi papir in polnoobrojni materiali
za tiskalnike. Odprto ponedeljek, torek,
sreda, četrtek, od 7. do 17. ure, v petek
od 7. do 14. ure.
IGMA, Celovška 197, 1000 Ljubljana, tel.
5072-473, www.igma-spi

moda
tendi

24 www.amkija.si

Matka Logitech MX Air – Saj veš,
kako je, ko si želiš zavrteti ravno
tisto pesem, pa ti lenoba ne da, da
bi vstala iz fotelja in stopila do ra-
čunalnika ter si jo zavrtela. Dajlnica
za računalnik pa seveda nimaš. No,
ja, ga nisi imela, dokler ni na pri-
zorišče stopila Logitechova MX Air
miška, ki jo lahko uporabljaš tako
na namizju kot tudi v zraku. Ja,
tako kot bi imela v rokah daljnico!



Canon IXUS 960 IS – Svoje nore stilske
izlive in preobrazbe seveda moraš shra-
niti za spomin. Kako? Najbolje tako, da jih
poslišeš, ko jih zaburaš. S fotoaparatom
Canon IXUS 960 IS bo to malčič lažje!
Se posebej ker je majhen, a izjemno
zmogljiv in ti omogoča fotografiranje v vseh
razmerah.



Ura Sector Dive Master – Če si
strašno plavalica in ti je všeč pot-
pisanje, bo ura, kot je Sector Dive
Master, prava zate. Ura je namreč
posebej prirejena za polnjenje in
premore globlometer, termometer
in barometer. Meri tudi čas potopa,
z alarmom pa opozarja na preveliko
globino ali prehitro dvig in še kaj.



Video kamera Canon MD101
– Si želiš vse svoje nore sportne,
držabne ter take in drugačne
dogodivščine posneti tudi s kamero?
Poleg tega pa si želiš, da bi bila
kamera mala, priročna in enostavna?
Canon MD101 je ena od kamer, ki
jih lahko imaš vedno pri sebi in z njo
posnameš prav vse, kar ti srce poželi,
ter nato za svoje prijatelje pripraviš
filmski večer.



Tipkovnica Logitech Wave – Saj
veš, kako je, če veliko časa preživiš
za računalnikom, kajne? Prej ali slej te zač-
ne boleti vse, še posebej roke. In da bi
roke čim manj trpele, je tukaj brezžična
Logitech Wave tipkovnica, katere tipke
so postavljene v obliki monškega vala.
Tako tvoje roke dobesedno zaplavajo v
tipkovnico in delo postane pravi užitek.
P. S.: V kompletu s tipkovnico dobiš še
brežžično Logitech LX8 lasersko miško.



Telefon Nokia 5500 Sport – Si
nerehno v gibanju, kolesarš, tečeš ali
morda plezaš? Potem verjetno mobi-
lik, ki ni posebej primeren za ekstre-
mne razmere, v katerih se ti pogosto
znajdeš, ni primeren zate. Kaj lahko
storiš? Prikrbi si Sporten telefon, kot
je Nokia 5500 Sport. Je lahek, zanesljiv
ter ima kar nekaj funkcij, prirejenih
posebej za športnike.

ŠPORTNO DEKLE



**Mp3 predvajalnik Grundig Mpaxx
MP 600/108** – Tudi med treningom
je dobro imeti glasbo vedno pri roki, a
le da te naprava, ki glasbo predvaja, ne
ovira. Mali Grundigov MP3 predvajal-
nik je lahek in ima kar 1 GB prostora,
predvaja pa glasbo v MP3- in WMA-
formatu.



iPod nano – Mali, tanek in v petih modnih
barvah ter s svetlim zaslonom, na katerem lahko
izbiraš svoje najljubše pesmi glete na naslov,
izvajalca ali žanr ter nanj shraniš tudi kakšno
fotko ali video. Njegova baterija vzdrži do
stirindvajset ur, nanj pa lahko naložiš do 2000
pesmi, odvisno od različice nanota, ki ti je na
voljo z 2 GB, 4 GB ali 8 GB prostora.

25

SEPTEMBER 2007

Priloga H

Tabela: Frekvenčne porazdelitve in povprečne vrednosti trditev o mobilni telefoniji med otroki in mladostniki

	<i>sploh ne drži</i>	<i>ne drži</i>	<i>niti- niti</i>	<i>drži</i>	<i>popolnoma drži</i>	<i>skupaj</i>	<i>povprečje</i>	<i>n</i>
Po mobilnem telefonu se pogovarjam v glavnem s prijatelji/sošolci/kolegi/partnerjem(ko).	1,3 %	0,6 %	10,8 %	19,6 %	67,7 %	100 %	4,5	158
Navajen-a sem, da se kmalu po koncu šolskih/študijskih/sluzbenih obveznosti s prijatelji/sošolci/kolegi/partnerjem(ko) slišimo po mobilnem telefonu.	15,8 %	13,9 %	22,8 %	24,1 %	23,4 %	100 %	3,3	158
Mobilni telefon mi omogoča, da svoje prijatelje/sošolce/kolege/partnerja(ko) pokličem, kadar jih potrebujem.	3,2 %	0,0 %	9,5 %	19,0 %	68,4 %	100 %	4,5	158
Če mobilni telefon ne bi omogočal pisanja SMS-jev, bi ga bistveno manj uporabljal-a.	17,1 %	14,6 %	22,2 %	22,2 %	24,1 %	100 %	3,2	158
Težko si predstavljam stike s prijatelji/sošolci/kolegi/partnerjem(ko) brez mobilnega telefona.	17,4 %	9,9 %	21,1 %	21,7 %	29,8 %	100 %	3,4	161
Pomembno je, da mi mobilni telefon omogoča, da se lahko pogovarjam s prijatelji/sošolci/kolegi/partnerjem(ko), ne da bi starši poslušali.	12,7 %	5,1 %	26,1 %	24,8 %	31,2 %	100 %	3,6	157
Če bi se moral-a s prijatelji/sošolci/kolegi/partnerjem(ko) pogovarjati samo po domačem stacionarnem telefonu, mi ne bi bilo prijetno.	20,3 %	17,1 %	24,7 %	14,6 %	23,4 %	100 %	3,0	158

Vir: RIS-IKT 2005 (vprašalnik A)³²

³² Poudarila Martina Čiković.

Priloga I

Tabela: Frekvenčne porazdelitve in povprečne vrednosti stališč o modnem vidiku mobilnega telefona

	<i>sploh se ne strinjam</i>	<i>se ne strinjam</i>	<i>ni- ni</i>	<i>se strinjam</i>	<i>zelo se strinjam</i>	<i>skupaj</i>	<i>povprečje</i>	<i>n</i>
Zame je pomembno, da mobilni telefon dobro izgleda.	51 %	17 %	18 %	9 %	6 %	100 %	2,0	556
Rad-a hitro menjam mobilni telefon, da ne ostanem "zadaj".	67 %	15 %	11 %	4 %	3 %	100 %	1,6	553
Mobilni telefon uporabljam tudi kot neke vrste modni dodatek.	73 %	15 %	7 %	3 %	2 %	100 %	1,5	555
Nerodno bi mi bilo, če bi bil moj telefon preveč zastarel.	53 %	16 %	17 %	7 %	7 %	100 %	2,0	556

Vir: RIS-IKT 2005 (vprašalnik A).

Priloga J

Tabela: Frekvenčne porazdelitve in povprečne vrednosti stališč o navezanosti na mobilni telefon.

	<i>sploh se ne strinjam</i>	<i>se ne strinjam</i>	<i>niti- niti</i>	<i>se strinjam</i>	<i>zelo se strinjam</i>	<i>skupaj</i>	<i>povprečje</i>	<i>n</i>
Na nek način sem kar navezan na svoj mobilni aparat.	16 %	12 %	17 %	20 %	36 %	100 %	3,5	537
Lahko bi se reklo, da je moj mobilni aparat postal del mene.	29 %	11 %	20 %	17 %	24 %	100 %	3,0	537
Brez mobilnega telefona bi se počutil odrezanega od sveta.	25 %	12 %	22 %	18 %	23 %	100 %	3,0	536
Zaradi uporabe mobilnega telefona sem včasih z njim kar malce zasvojen/a	60 %	12 %	13 %	7 %	8 %	100 %	1,9	537

Vir: RIS-IKT 2005 (vprašalnik B).