

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Boštjan Novak

Medijitizacija vsakdanjega življenja

Magistrsko delo

Ljubljana, 2017

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Boštjan Novak

Mentorica: red. prof. dr. Breda Luthar

Medijitizacija vsakdanjega življenja

Magistrsko delo

Ljubljana, 2017

Iskrena hvala mentorici red. prof. dr. Bredi Luthar za vse dragocene nasvete in strokovne usmeritve tako pri pisanju magistrskega dela kot na moji celotni študijski poti.

Ebenfalls möchte ich mich bei Dr. Matthias Berg von der Universität Bremen herzlich für die hilfreichen Vorbilder Muster, die mir bei der Erstellung dieser Medientagebücher Studie geholfen haben, bedanken.

Hvala staršem za potrpežljivo podporo.

Hvala Alji za spodbudo in vse lepe trenutke med morjem in oljkami.

In nenazadnje, najlepša hvala vsem sodelujočim v raziskavi, brez katerih ne bi bilo tega magistrskega dela.

Medijitizacija vsakdanjega življenja

V sodobni družbi prihaja do transformacije medijev, ki so nenehno prisotni in se jim ne moremo izogniti. Zaradi vseprisotnih medijev, je treba vprašanje medijskega vpliva zastaviti na drugačen način. Medijsko zasičeno okolje kliče po novih pristopih, ki so drugačni od razmišljanja o vzroku in posledici. Vprašanje, kako se mediji razvijajo in na kakšen način, je relevantno tudi za vsakdanje življenje ljudi, njihove družbene odnose in njihovo identiteto. Študije medijitizacije, ki jo običajno razumemo kot proces, preko katerega postanejo ključni elementi družbene in kulturne aktivnosti ne samo pod vplivom in odvisni od medijev, temveč tudi preoblikovani s strani medijev, preusmerjajo fokus zanimanja k strukturnim transformacijam medijev v sodobni kulturi in družbi. V magistrskem delu sem z različnimi kvantitativnimi in kvalitativnimi etnografskimi metodami raziskoval, kako je vseprisotnost medijev spremenila komunikacijo in vsakdanje življenje posameznikov.

Ključne besede: mediji, medijitizacija, vsakdanje življenje, družbene spremembe.

Mediatization of everyday life

Transformation of constantly present media is occurring in contemporary society and it cannot be avoided. With all-embracing media, the questions of the media's influence have to be posed in new ways. The media-saturated environment calls for new approaches other than thinking in terms of cause and effect. The question of how media are developing is also relevant for the everyday life of people, their social relations, and their identity. Studies of mediatization, which we generally understand as a process through which core elements of a social or cultural activity become influenced by and dependent on the media, divert focus of interest to structural transformations of media in contemporary culture and society. In my master's thesis, I used different quantitative and qualitative ethnographic methods to research of how ubiquity of the media had changed communication and everyday life of individuals.

Key words: media, mediatization, everyday life, social changes.

KAZALO

| | | |
|-------|--|-----|
| 1 | UVOD | 7 |
| 2 | SPREMEMBA VLOGE MEDIJEV | 11 |
| 3 | KONCEPT MEDIJITIZACIJE | 13 |
| 3.1 | Definiranje pojma | 13 |
| 3.2 | Medijitizacija kot teorija | 16 |
| 3.3 | Medijitizacija kot meta-proces in njene oblike | 19 |
| 3.4 | Premik od razmišljanja o vzroku in posledici | 21 |
| 4 | RAZISKOVANJE MEDIJITIZACIJE | 25 |
| 4.1 | Metodologija raziskovanja vloge medijev | 25 |
| 4.2 | Vpliv medijev na kulturno in družbeno identiteto | 28 |
| 4.2.1 | Koncept habitusa | 28 |
| 4.2.2 | Koncept udomačitve | 32 |
| 5 | KONCEPT VSAKDANJEGA ŽIVLJENJA | 34 |
| 5.1 | Raziskovanje medijev in vsakdanjega življenja | 37 |
| 5.2 | Vloga polimedijev v transnacionalnem komuniciranju | 41 |
| 6 | EMPIRIČNI DEL | 44 |
| 6.1 | Razvoj informacijske družbe v Sloveniji | 44 |
| 6.2 | Razvoj informacijske družbe v ZDA | 46 |
| 6.3 | Etnografska kvalitativna raziskava | 48 |
| 6.4 | Spletna mobilna raziskava | 48 |
| 6.5 | Rezultati spletne mobilne raziskave | 50 |
| 6.6 | Grafična ponazoritev medijskih dnevnikov | 53 |
| 6.7 | Analiza medijskih dnevnikov | 56 |
| 6.8 | Analiza intervjujev in interpretacija ugotovitev | 58 |
| 7 | SKLEP | 73 |
| 8 | LITERATURA | 77 |
| | Priloga A: Medijski dnevnik | 82 |
| | Priloga B: Spletna anketa | 84 |
| | Priloga C: Intervju s 57-letno žensko | 86 |
| | Priloga Č: Intervju z 32-letno žensko | 89 |
| | Priloga D: Intervju z 12-letnim moškim | 92 |
| | Priloga E: Intervju z 62-letno žensko | 95 |
| | Priloga F: Intervju s 30-letnim moškim | 101 |
| | Priloga G: Fokusna skupina (upokojenci) | 104 |

KAZALO SLIK

| | |
|--|----|
| Slika 3.1: Relevantni procesi družbene konstrukcije vsakdanjega življenja. | 24 |
| Slika 4.1: Tendence medijitizacije in kulturne spremembe..... | 29 |
| Slika 6.1: Uporaba interneta in načini dostopa do interneta..... | 45 |
| Slika 6.2: Dostop do interneta prek mobilnih naprav pri rednih uporabnikih interneta . | 45 |
| Slika 6.3: Rast časa, preživetega z digitalnimi mediji (podatki za ZDA) | 46 |
| Slika 6.4: Delež časa za digitalne medijske platforme | 47 |
| Slika 6.5: Delež rasti celotnega digitalnega časa: junij 2013 vs. junij 2016 | 47 |
| Slika 6.6: Demografski podatki sodelujočih v etnografski raziskavi | 48 |
| Slika 6.7: Spletna pasica–vabilo k sodelovanju v spletni anketi | 49 |
| Slika 6.8: Demografski podatki respondentov spletne ankete..... | 50 |
| Slika 6.9: Najbolj uporabljene aplikacije/storitve v obdobju 7 dni (v % in urah)..... | 51 |
| Slika 6.10: Trajanje aktivne uporabe mobilne naprave v sedmih dneh..... | 52 |
| Slika 6.11: Povprečno trajanje dnevne aktivne uporabe mobilne naprave..... | 53 |
| Slika 6.12: Grafična ponazoritev medijskih dnevnikov–prvi del | 54 |
| Slika 6.13: Grafična ponazoritev medijskih dnevnikov–drugi del | 55 |
| Slika 6.14: Legenda barvne sheme grafične ponazoritve medijskih dnevnikov | 56 |
| Slika 6.15: Delež medijske uporabe glede na tip medija..... | 58 |

KAZALO TABEL

| | |
|--|----|
| Tabela 4.1: Institucionalni razvoj medijev | 31 |
|--|----|

1 UVOD

Napredek v zgodovinskem razvoju komuniciranja, od oralne kulture prek razvoja pisave, tiska, pojava elektronskih medijev, dobe večpredstavnosti, nas je pripeljal do prelomnice, ki jo lahko poimenujemo mobilna in digitalna komunikacija, ki je prinesla korenite spremembe. Prišli smo do prelomne točke, čemur pritrjuje tudi Deuze (2012, 28), ko označuje medije kot zrak, ki ga dihamo, kot izmenljivi kodni zapis biologije in tehnologije. Zaradi te radikalne spremembe o medijih ne moremo več pisati, razmišljati ali jih raziskovati kot neke ločene entitete, ki so ali pa niso del naših življenj, ki jih, ali pa tudi ne, uporabljamo. Mediji so danes vseprisotni in neizogibni. Kot navajajo številni avtorji, med njimi sta ena izmed ključnih Friedrich Krotz in Andreas Hepp, smo priča transformaciji medijev od sistema, v katerem dominirajo individualni mediji, vsak s svojimi značilnostmi in kanali distribucije, do veliko bolj zgoščenega, kompleksnega in konvergenčnega medijskega okolja, ki obsega medosebno, skupinsko in množično komuniciranje v digitalnem in računalniško nadzorovanem okolju.

Zgodovina globalnega razvoja komunikacijskih tehnologij je že nakazala tendence, ki so jih prinesle že takrat poimenovane nove tehnologije in nove oblike komuniciranja, ki jih te oblike omogočajo. Tendencam tehnološke konvergence podobno sledi medijska konvergenca, ki se nanaša na veliko več, kot le na napredek tehnologije. Jenkins (2004) ugotavlja, da konvergenca spreminja odnose med obstoječimi tehnologijami, industrijami, trgi, žanri in občinstvi. Vsakodnevno smo priča transformaciji kulture in družbe, ki je povezana s spremembami v medijskem komuniciranju: stalno smo na voljo prek mobilnih naprav, uporaba interneta in družbenih omrežij vpliva na drugačno organiziranost medosebnih odnosov, družbena polja se spreminjajo prek in z mediji. Nedavne raziskave so pokazale, da ne gre zgolj za vpliv posameznih medijskih vsebin, ki spreminjajo svet. Vse več človeških dejanj je povezanih z mediji. Vse več ljudi gradi in ohranja svoje odnose prek družbenih omrežij, organizira potek vsakdanjih življenj s pomočjo mobilnih naprav, v prostem času se zabava v virtualnih svetovih računalniških in konzolnih iger (Kramp in drugi 2014, 9). Vse to kaže na preoblikovanje v medijitiziran svet, v katerem sta lahko tudi naš kulturni status in družbena vrednost odvisna od uporabe medijev.

Deuze (2012, 28) meni, da smo prišli do točke, v kateri je nemedijsko življenje nepredstavljivo, celo nemogoče. Mediji in življenje so medsebojno povezani, vsak

tehnološki sistem pa je obenem družbeni sistem. Ta transformacija medijev in komunikacije ima fundamentalen vpliv na vsakdanje življenje in identiteto, kulturo in družbo. Vpliva tako na védenje in dojemanje posameznika, njegov prostor delovanja, konstrukcijo pomena, njegovo notranjo resničnost in interakcijo z drugimi ljudmi (Krotz 2015). Razvoj večine množičnih medijev se običajno ne začne zgolj zaradi vneme izumiteljev, ampak tudi zaradi družbenih, kulturnih, političnih in ekonomskih razmer. Tako razvoju telegrafa kot radia je pripomogla želja novo industrializiranih držav, da razširijo svoj vojaški in gospodarski nadzor ter hitreje posredujejo informacije. Internet je sodoben odziv novih izzivov: prenašati sporočila in deliti informacije še hitreje za vedno bolj mobilno in medsebojno povezano svetovno prebivalstvo (Campbell in drugi 2014, 11). Deuze trdi, da so mediji tako nujen kot tudi neizogiben del našega obstoja in preživetja. Raziskave v državah kot so ZDA, Brazilija, Južna Koreja, Nizozemska, Indija in Nova Zelandija dosledno kažejo, da vsak dan večino časa preživimo z uporabo medijev in da je izpostavljenost medijem postala »profano znamenje obstoja« (Deuze 2012, xi).

Naše življenje je živeto v medijih, namesto z mediji. Živimo medijsko življenje, ki je mnogo več kot le čas, ki ga preživimo z našimi mobilnimi ter medijskimi napravami, pred velikimi televizijskimi zasloni ob poslušanju glasbe, branju revij, brskanju po spletu. Medije si moramo res predstavljati kot zrak, ki ga dihamo, kot del našega genetskega zapisa, kot naše telesne in senzorne podaljške. (Deuze 2007, 242). Medsebojni odnosi med komunikacijskimi tehnologijami so bistvenega pomena, saj se tudi razmerja med ljudmi se preoblikujejo, ker jim to omogočajo mediji. Prej omenjena konvergenca otežuje ohranjanje kategoričnih distinkcij, kot so razlike med tehnologijami, mediji in platformami, saj se te še naprej hibridizirajo in prekrivajo, zato je danes primerneje govoriti o medijitizaciji, ki jo običajno razumemo kot proces, preko katerega postanejo ključni elementi družbene in kulturne aktivnosti ne samo pod vplivom in odvisni od medijev, temveč tudi preoblikovani s strani medijev (Hepp 2014).

Fenomen medijitizacije ima več metafornih poimenovanj, nekateri avtorji ga poimenujejo kot »medijska nasičenost« današnjega časa (Ludby 2009, 14, Friesen/Hug 2009, 80), Livingstone (2009a, 1) kot »medijitizacijo vsega«, za Hjarvarda so mediji integralni del kulture in družbe (Hjarvard 2013, 3). Deuze (2012, 64) predvideva neizogiben zaključek po natančnejši artikulaciji, kaj mediji v bistvu so in kako so

umeščeni v naše vsakdanje življenje, in sicer je to ugotovitev, da niso le nekaj zunanega ali naš podaljšek, temveč naš neločljivi del, ki ga ne moremo več popolnoma nadzorovati, tudi ne izklopiti. V magistrskem delu želim preveriti predvsem, kako so te spremembe povezane z družbeno-kulturnimi spremembami. V delu bom izhajal iz vsakdanjega življenja kot izhodiščne točke, zanimali pa me bodo predvsem medijski repertoarji in generacijske razlike v procesu medijitizacije. Medijitizacija vsakdanjega življenja ostaja precej neraziskano polje. Poleg medijitizacije (*mediatization*) je pomembno v tem kontekstu omeniti in razložiti tudi pojem *mediation*, ki je bil v slovenskem jeziku do danes najpogosteje preveden kot posredovano komuniciranje. Storey definira termin *mediation* preprosto kot uporabo medijev za komuniciranje (Storey 2014, 111). Po mojem mnenju še manj posrečeni prevod angleške besede *mediation* je *mediatizacija*, ki se nanaša na prenos pomena prek medijev. Vsebinsko ga Silverstone opredeli kot skupni učinek medijskih institucij sodobnih družb (Silverstone 2002, 761–780), v zadnjih letih pa so se tudi raziskovalci že bolj poenotili glede terminologije in razvili bolj enoten koncept terminoloških poimenovanj, kar podrobneje pojasnim v jedru naloge.

Za doseganje ciljev bom uporabil več raznovrstnih kvalitativnih raziskovalnih metod. S kvalitativno analizo sekundarnih virov bom pregledal že obstoječo literaturo in predstavil obstoječe raziskave na tem področju ter podatke preoblikovanja medijske potrošnje skozi zadnje desetletje. Temelj za empirični del magistrskega dela je etnografska kvalitativna metoda samoopazovanja komunikacijskih oz. medijskih dnevnikov, s katero udeleženci v vnaprej dano tabelarično strukturo z osnovnimi informacijami beležijo podatke, opise in zapise lastnih medijskih situacij. V raziskavo sem zajel tudi vzorca mlajših (do vključno 15 let) ter starejših (nad 87 let), kar omogoča relevantnejšo primerjavo. Starostna skupina otrok, mlajših od 15 let, je redko predmet preučevanja, a izjemno pomembna in domnevno med najbolj aktivnimi skupinami glede na predmet preučevanja. Raziskavo sem usmeril v izvedbo z osebami in jih postavil v središče raziskave. Uporabil sem tudi skupinske in posamezne osebne intervjuje, ki sem jih uporabil glede na vsebino podatkov, zbranih z ostalimi metodami (predvsem s komunikacijskimi dnevniki). V pogovorih, s katerimi sem pridobil poglobljen vpogled in razumevanje, sem udeležencem raziskave omogočil tudi dodatno izražanje in interpretacijo lastnih izkušenj o vprašanih, kako, če sploh, je vse vseprisotnost medijev spremenila njihovo komunikacijo in njihovo vsakdanje življenje. Podrobneje sem želel

raziskati, kako so se z medijsko komunikacijo preoblikovale organizacije, skupnosti in domovi. Zanimalo me je, če se mediji prilagajajo vsakdanjemu življenju ljudi ter na kakšen način ali pa se morda ljudje bolj prilagajajo medijem. Z analizo spreminjanja vsakdanjih življenj ob sprejemanju novih tehnologij, sem osvetlil tudi povezavo med medijitizacijo in sodobnejšimi paradigami (kot npr. »internet stvari«).

2 SPREMEMBA VLOGE MEDIJEV

Empirične študije in teoretski koncepti o otrocih, ki so odraščali pred 30 leti dokazujejo, da so imeli mediji že takrat pomembno vlogo, a ta vloga je bila manj pomembna kot danes, saj takrat še ni bilo mobilnih telefonov, kaj šele množično razširjenih in dosegljivih mobilnih naprav s platformami za prenos več milijonov aplikacij. Krotz (2009, 21) ugotavlja, da takrat mobilne naprave niso stalno spremljale skoraj vseh adolescentov, karkoli so že počeli, in še niso bile skoraj že del njihovih osebnosti kot danes¹. Na splošno velja, da so raziskovalci, vzgojitelji in učitelji opredelili štiri različne institucije, ki so pomembne za odraščanje: družino, vrstnike, šolo in medije. Na vsako je bilo treba gledati kot ločeno institucijo z lastnim vplivom na socializacijo otrok in mladostnikov (Krotz 2009, 21). Danes temu ni več tako. Seveda so družina, vrstniki, šola in mediji še vedno ključnega pomena za proces socializacije. Toda evidentno so mediji spremenili svojo vlogo, saj danes ne moremo razumeti vloge ostalih institucij brez upoštevanja medijev (Krotz 2009, 21–22). »Danes je primerneje govoriti o novih medijitiziranih oblikah socializacije in odraščanju v medijitizirano družbo, medijitiziranih institucijah ‚družina‘ in ‚šola‘, medijitiziranih družbenih odnosih, medijitiziranih vrstniških skupinah in celo medijitiziranih medijih« (Krotz 2009, 22). Sklepamo lahko, da so mediji skozi človeško zgodovino postajali vedno pomembnejši za družbeno konstrukcijo realnosti, saj se ljudje pri sporazumevanju vedno bolj sklicujejo na medije in jih tudi uporabljajo. Posledično moramo razumeti družbeno in kulturno realnost in s tem posamezni družbeni in kulturni fenomen, kot tudi odvisnost od medijev. To je tisto, kar Krotz (2009, 24) imenuje kot »medijitizirano«. V današnji družbi smo priča zgodovinskemu premiku od dualističnega komunikacijskega okolja, v katerem je množično posredovana komunikacija postopoma prešla k zmanjšanju oz. stran od tradicionalne odvisnosti od medosebne komunikacije. Premikamo se k družbi oz. okolju, za katerega so značilne raznovrstne, prepletajoče se in razvijajoče se oblike multimodalnih, interaktivnih omrežnih oblik komuniciranja (Livingstone 2009a, ix). Mediji so povsod, vseprisotni. Visoko sodobne družbe so medijsko nasičene družbe. Scott Lash trdi, da obstajata dve modernosti, prva modernost opisuje proces racionalizacije, druga modernost ali post-modernost pa je ena od medijitizacij in »tista,

¹ Internet ni obstajal kot množičen medij. Računalniških iger nisi mogel igrati doma in so bile preprostejše kot danes. Kljub temu je odraščanje že vključevalo medije: glasba in kino sta imela pomembno vlogo pri razvoju identitete in življenjskega sloga, starši in otroci so se prerekali glede časa, ki ga smejo preživeti otroci pred TV.

v kateri se mediji širijo kot bolezen«. (Lash 2005). »Mediji naredijo več kot zgolj posredujejo in ne služijo le kot nekakšen vmesnik. Mediji s preoblikovanjem odnosov, ne le med medijskimi organizacijami in njihovimi javnostmi, temveč med vsemi družbenimi institucijami (vladami, poslovnimi subjekti, družinami, cerkvami itn.), spreminjajo zgodovinske možnosti za človeško komunikacijo« (Livingstone 2009a, x). Livingstone (2009a, x) izpostavlja tudi pomembno razliko v medijskih in komunikacijskih študijah glede na preteklost, in sicer da v močno medijitiziranem svetu ne moremo analizirati politike in zdravja ali družine brez priznavanja pomembnosti medijev. Vse te sfere in njihova presečišča so postali medijitizirani (Livingstone 2009a, x). Schrott (2009, 46) vidi razlog, zakaj dobivajo množični mediji več in več moči informacij, definicij in interpretacij na skoraj vseh družbenih področjih in za skoraj vse akterje, ki so odvisni od medijskega donosa, v dejstvu, da so množični mediji živčni sistemi sodobnih družb². Ta družbena področja in akterji so »medijitizirani« (Schrott 2009, 46). Za današnji čas, v katerem živimo, je poleg vsega, že prej omenjenega, značilna hitra evolucija medijev. S tehničnega vidika postaja naše medijsko okolje bolj in bolj kompleksno, saj se povečuje število naprav, ki za nas prevzemajo komunikacijske funkcije. To v javnosti povzroča nelagodje, saj ima lahko, recimo, povečana uporaba računalniških, konzolnih ali mobilnih iger problematične posledice za skupno življenje. Wellman in Haythornthwaite (2002) sta podrobneje raziskovala družbene posledice internetnih aktivnosti v našem vsakdanjem življenju in spremembe v tradicionalnih vedenjih, npr. komuniciranju z družino. Obenem je znano, da potekajo ob vpeljavi pomembnega medija bodisi v gospodinjstva ali podjetja, kompleksni procesi (Krotz 2009, 31). Četudi se zdi, da smo v primežu novih komunikacijskih oblik – digitalno konvergenčnih, intertekstualnih –, je analiza celotnega komunikacijskega okolja tista, ki šteje. Ta pa temelji na kritičnemu razumevanju družbeno-zgodovinskih procesov, ki oblikujejo in jih oblikuje okolje – globalizacija, individualizacija, komercializacija in medijitizacija (Livingstone 2009a, ix).

² Ti prenašajo informacije, čustva, dražljaje, pričakovanja, vrednotenja dlje kot zgolj v neposredno dostopno okolje.

3 KONCEPT MEDIJITIZACIJE

3.1 Definiranje pojma

Koncepta medijitizacije ni enostavno prevesti v slovenski jezik, kar je v svojem nagovoru članom mednarodnega komunikološkega združenja ICA³ omenila tudi Sonia Livingstone (2009b, 3)⁴. Storey definira besedo *mediation* kot uporabo medijev za komuniciranje (Storey 2014, 111). Tudi zaradi tega dejstva se mi zdi manj primerno govoriti o posredovanem komuniciranju, mediatizaciji, mediaciji in podobnemu, temveč vpeljujem nov slovenski pojem medijitizacija, ki po mojem mnenju najbolj jasno označuje meta proces, s katerim se vsakdanje prakse in družbeni odnosi oblikujejo s pomočjo tehnologij in medijskih organizacij. V kratkem pregledu slovarskih gesel in besedilnih korpusov slovenskega jezika tega izraza seveda še ne najdemo. V Slovarju slovenskega knjižnega jezika so razlage besed kot so mediacija⁵, medialen⁶ ter seveda medij⁷, med ostalimi izpeljankami najdemo besede medija, medijec, medijski (SSKJ 2, 2014). V besedilnem korpusu Nova beseda in zbirki besedil iz slovenskih časopisov, revij, knjig, interneta Gigafida lahko zasledimo različne zadetke z besedo mediatizacija, v osnovni in ostalih oblikah, iz sobesedila pa je jasno, da se nanašajo na mnogo različnih stvari, povečini na računalniško posredovano komuniciranje ali pa v povezavi s sfero umetnosti, kjer se nanaša na medije oz. nekaj medijskega, izraz mediatizacija zasledimo v slovenskem časopisju predvsem v prevodih izjav tujih umetnikov ali kritikov o določenih predstavah, razstavah ipd. (Nova beseda 2016, Gigafida 2016). Termin v angleškem in nemškem jeziku se je skozi zgodovino in prek različnih avtorjev nekoliko spreminjal. Že leta 1995 je Thompson skoval besedno zvezo »*mediation of culture*« (Thompson 1995, 46). Roger Silverstone sledi Martinu-Barberu in Thompsonu. Kljub temu, da so njegovi britanski rojaki uvedli besedo »*mediation*«, je Silverstone kot konceptualno orodje za razumevanje transformacije družbe in kulture ohranil termin »*mediation*«. Za spremembe in transformacije, ki jih izpostavlja Silverstone, je sicer po Lundbyjevem mnenju (2009, 3), bolj primeren koncept medijitizacije. Sonia Livingstone (2009b) v svojem nagovoru oz. eseju *On the mediation of everything*

³ The International Communication Association

⁴ Takrat zanjo bolj uporabljen termin *mediation* bi njeni slovenski kolegi prevedli neposredno kot glagol posredovanje, posredovati (*to mediate, to intervene*), kar nima povezave ne z mediji ne s komuniciranjem.

⁵ (posredovanje, stik)

⁶ (nanašajoč se na medij ali srednji, sredinski)

⁷ (komunikacijsko sredstvo, namenjeno širši javnosti, sredstvo, pripomoček idr.)

opisuje, kako se lahko pomeni terminov, kot so *mediation*, *mediation*, *medialization* in *mediatization* enostavno izgubijo v prevodu v različnih jezikovnih okoljih. Stara germanska uporaba termina mediatizacija se nanaša na začetke 19. stoletja, ko je Napoleon mediatiziral (pripojil) države nekdanjega Rimskega imperija⁸. Livingstone (2009b, 5) naredi primerjavo z današnjimi medijskimi imperiji in konglomerati in s Hjarvardovo definicijo medijitizacije. »Danes niso mediji zgolj vmes med katerimkoli in vsemi udeleženci v družbi, temveč so, bistveno, tudi pripojili znaten del njihove moči prej močnih avtoritet vlade, izobraževanja, cerkve, družine ipd.« (Livingstone 2009b, 5). Sodobni nemško govoreči medijski raziskovalci ločijo med terminoma »*Medialisierung*«⁹ in »*Mediatisierung*«¹⁰. Lahko se ju uporablja izmenično, pomembna razlika je v črkah »l« in »t« v besedi (Lundby 2009, 11). Krotz (2007) pojasnjuje, da se termin »*Medialisierung*« osredotoča na stanje družbe kot medijske družbe in njene posledice, medtem ko termin »*Mediatisierung*« označuje opazovanje sedanjih sprememb s poudarkom na procesih družbenih sprememb v povezavi z medijskimi spremembami (Lundby 2009, 12). Livingstone opisuje zven termina »*mediatization*« v angleškem jeziku kot precej nerodnega. Severnoameriški raziskovalci so pisali o fenomenu medijitizacije brez uporabe te besede. To velja tako za kanadske pobudnike teorije medijev (Innis, McLuhan) kot tudi za teoretike medijske logike kot sta Altheide in Snow, če jih naštejemo le nekaj. V Veliki Britaniji je, kot omenjeno, skušal John B. Thompson (1995) uporabiti besedno zvezo »*mediation of culture*«, Simon Cottle pa »*mediatized phenomena*« (Cottle 2006a, 2006b). Britanski znanstveniki so za označevanje preoblikovalnih procesov, ki jih poimenujemo kot medijitizacija uporabljali izraz »*mediation*« (Lundby 2009, 12).

Ker je »*mediation*« oz. uporaba medijev za komuniciranje kot koncept preveč ozko osredotočen na sam komunikacijski proces, potrebujemo nov termin. Naslov enega izmed temeljnih raziskovalnih projektov v Sloveniji¹¹, ki je v teku do sredine leta 2017, je *Medijitizacija javnega življenja: protislovja v sferi politike in vsakdanjega življenja*. Uporabljeni termin medijitizacija se mi ne zdi primeren, tudi zato, ker se lahko bere kot skovanka iz besede medija, in ne mediji. Medija je v slovenskem jeziku bolj znana kot

⁸ Mediatizacija je tako pripojitev ene monarhije drugi na način, da vladar pripojene države obdrži svoj naslov in morda nekaj moči.

⁹ pojem bi lahko prevedli kot medijalizacija

¹⁰ pojem bi lahko prevedli kot medijitizacija

¹¹ V projektu sodelujejo Mirovni inštitut, Fakulteta za družbene vede Univerze v Ljubljani in Fakulteta za turizem Univerze v Mariboru.

tiskarska črka. Poleg tega ne nudi dovolj razlikovalnosti v povezavi s terminom mediatizacija, ki se je v slovenskem okolju bolj ali manj uveljavil kot opis za »računalniško posredovanje preko medijev«. Sam proces medijitizacije se vedno nanaša na več medijev, torej bi morali izhajati iz slovenske množinske oblike samostalnika mediji¹². Najprimernejši slovenski termin je tako po mojem mnenju medijitizacija, s katerim lahko označimo dolgoročne, obsežne strukturne spremembe v odnosih med mediji, kulturo in družbo. S kombinacijo empirično utemeljenih in teoretskih refleksij skušajo študije medijitizacije posplošiti ugotovitve izven določene komunikacijske situacije. Cilj je preučiti ali in na kakšen način strukturne spremembe med mediji in različnimi družbenimi institucijami ali kulturnimi fenomeni vplivajo na človeško domišljijo, odnose in interakcije (Hjarvard 2013, 3). Lundby se strinja, da je medijitizacija res neroden izraz¹³, a si je pridobil prostor v raziskovalnem diskurzu skozi drugo desetletje tretjega tisočletja. Gre za vprašanje komunikacije – kako pride do sprememb, ko se zaradi novih komunikacijskih orodij in tehnologij, na kratko medijev, preoblikujejo komunikacijski vzorci (Lundby 2009, 2014, 3). Eden izmed najbolj jasnih izrazov medijitizacije je zgodovinska vseprisotnost, preko katere so postali različni mediji pomembno nepogrešljivi za ljudi v njihovih vsakdanjih življenjih, in način, kako so ljudje uredili oz. prerazporedili njihova življenjska okolja kot odziv na pojavljanje (in izginjanje) medijev. Medijitizacija ne more biti opisana le kot linearni proces kopičenja, ki zaseda ali zapolni naša družbena okolja z medijskimi tehnologijami¹⁴ (Jansson 2014, 273–275). Proces stopnjevanja »medijskega-pre-obilja« in sedanji tehnološki razvoj kažejo na integracijo in izboljšavo množice starih medijskih oblik, kot tudi storitev, znotraj transmedijskih platform. Pojav takšnih platform in širitev celotnih transmedijskih okolij prinaša s seboj zaporedno marginalizacijo ali eliminacijo številnih »samostojnih« medijskih oblik (kot so časopisi, radijski sprejemniki ipd.) (Jansson 2014, 275).

Razlika ali morebitno prekrivanje med konceptoma »*mediation*« (naj se zdi slovenski prevod mediacija bolj neprimeren kot ne, je v svojem bistvu le knjižna sopomenka še bolj nerodnega prevoda »posredovanje«) in »*medijitizacije*« že dolgo časa ustvarja živahne razprave. Obstajata dva vidika teh razprav: prvič, kaj je razlika med stalno

¹² Seveda je množinska oblika latinske besede *medium* ravno *media*, z enakim zapisom pa je v angleškem jeziku tako v edninski kot množinski obliki tudi *media*, a v slovenskem jeziku nastane v skovanki nepotrebna zmeda.

¹³ Neroden izraz ni le v slovenskem jeziku, ampak tudi v angleškem in nemškem jeziku.

¹⁴ (vključno z vsem od knjig, pisem do televizijskih setov in pametnih mobilnih naprav)

posredovano komunikacijo in njenimi morebitnimi transformativnimi posledicami? Drugič, kateri termin je najprimernejši za zajem transformacijskega značaja medijskega komuniciranja? Posredovana komunikacija se spremeni v proces medijitizacije, ko stalne mediacije preoblikujejo dolgoročne spremembe v družbenem, kulturnem ali političnem okolju. Medijitizacija je kot dolgoročni procesi družbeno-kulturnih sprememb globoka ali trajna sprememba, zato so to bolj transformacije kot le preprosto spremembe (Lundby 2014, 6–7). V nemškem raziskovalnem okolju je podobna razprava o uporabi terminov »*Mediatisierung*« in »*Medialisierung*« še daljša in kompleksnejša.

3.2 Medijitizacija kot teorija

Krotz (2009, 31–32) opredeli medijitizacijo kot teorijo, ki jo v glavnem zanimajo spremembe različnih področij vsakdanjega življenja, kulture in družbe. Meni, da je lahko medijitizacija koristna pri zastavljanju relevantnih vprašanj, ki jih naredi empirično dostopne, saj zbere in razvrsti že znane podatke (Krotz 2009, 31–32). Medijitizacijo definirajo tudi drugi avtorji, njihove definicije so seveda različne. Steinmaurer govori o medijitizaciji kot kontaminaciji družbe z medijskimi vsebinami (Steinmaurer 2003). Saxer jo označuje kot družbeni pojav z značilnostjo totalitete¹⁵, ki razvija vseprisotni vpliv na vse dimenzije družbene eksistence. (Saxer 2004, 151, Schrott 2009, 43). Zlasti pri raziskavah političnega komuniciranja se pojem medijitizacija nanaša na negativne vplive na sodobne demokracije. »Izraz medijitizacija označuje problematične sočasnosti ali posledice razvoja sodobnih množičnih medijev. Razlikuje se od termina mediacija, ki se v nevtralnem smislu nanaša na vsa dejanja posredovanja, prenašanja ali usklajevanja med različnimi akterji, kolektivi ali institucijami« (Mazzoleni in Schulz 1999, 249). Obstaja majhen skupni imenovalac: izraz medijitizacija se na splošno nanaša na penetracijo množičnih medijev in na funkcionalno in operativno logiko vseh družbenih sistemov, kot tudi na izzive, ki jih predstavlja za uveljavljene vzorce med in znotraj družbenih akterjev in institucij (Schrott 2009, 43). Stig Hjarvard razume medije kot tehnologije, ki razširjajo doseg človeške komunikacije in delovanja tako v času in prostoru. Del medijev so tako starejše oblike analognih množičnih medijev kot tudi novejša digitalna in interaktivna oblike komuniciranja. Po tej opredelitvi medijitizacija ni univerzalen proces, ki bi bil

¹⁵ *Totalphänomen*

značilen za vse družbe. Gre predvsem za razvoj, ki je bil pospešen v zadnjih letih 20. stoletja v sodobnih, visoko industrializiranih in predvsem zahodnih družbah. Preko globalizacije – s katero je medijitizacija močno prepletena – se razširja tudi v druge družbe (Hjarvard 2009, 160–161). Na medijitizacijo je treba gledati kot na proces modernizacije ob boku z globalizacijo, urbanizacijo in individualizacijo, pri čemer mediji, na podoben način, pripomorejo tako k iztrganosti družbenih odnosov iz obstoječih kontekstov in vključitvi v nove družbene kontekste. V zgodnji fazi se je medijitizacija, takrat poimenovana mediatizacija, uporabljala pri raziskavi medijskih učinkov na politično komuniciranje in drugih vplivov na politiko. Švedski medijski raziskovalec Kent Asp je bil prvi, ki je govoril o mediatizaciji političnega sistema kot procesu, »kjer je politični sistem v veliki meri pod vplivom in prilagojen z zahtevami množičnih medijev pri poročanju o politiki« (Asp 1986, 359, Hjarvard 2013, 7–8). Medijitizacijo uporabljamo kot osrednji koncept v teoriji tako okrepljenega kot spreminjajočega se pomena medijev v kulturi in družbi. Z medijitizacijo kulture in družbe razumemo proces, kjer kultura in družba postajata vedno bolj odvisni od medijev in njihove logike. Za ta proces je značilna dvojnost, saj so postali mediji vključeni v delovanje drugih družbenih institucij in kulturnih sfer, medtem ko so tudi sami po sebi pridobili status kulturne institucije. Družbene interakcije, znotraj posameznih institucij, med institucijami in v družbi, potekajo prek medijev. Medijitizacija sicer ni univerzalen proces, ki označuje vse družbe. Tudi Hjarvard izpostavlja pomembnost razločevanja med medijitizacijo in širšim konceptom *mediation*/uporabe medijev za komuniciranje. Slednja se nanaša na komuniciranje prek medija, to je na posredovanje, ki lahko vpliva tako na sporočilo kot tudi na odnos med pošiljateljem in prejemnikom¹⁶. *Mediation* opisuje konkretno dejanje komunikacije s pomočjo medija v specifičnem družbenem kontekstu. Nasprotno pa se medijitizacija nanaša na bolj dolgotrajen proces, pri katerem se družbene in kulturne institucije in načini za interakcijo spremenijo kot posledica rasti vpliva medijev (Hjarvard 2013, 19). Tudi zaradi tega je postala pogosto uporabljen koncept za označevanje sprememb v praksah, kulturah in institucijah medijsko nasičenih družb, z denotiranjem transformacij teh družb samih (Lundby 2014, 3). Medijitizacijo lahko razumemo skladno z družbeno konstrukcijo vsakdanjega življenja,

¹⁶ Primer: če se politik za komunikacijo s svojo volilno bazo odloči za uporabo bloga namesto časopisa, lahko ta izbira vpliva tako na obliko kot vsebino te komunikacije, medtem ko se komunikacijski odnos med politikom in potencialnimi volivci spremeni. Kljub temu pa uporaba medija, naj si bo to blog ali časopis, ne bo imela nujno kakšnega znatnega učinka na politiko kot družbeno institucijo.

družbe in kulture kot celote s katerimkoli medijem v človeški komunikaciji (Krotz 2009, 24, Couldry 2012, 136–137). Zgodovina medijitizacije je tako odvisna od uporabljene definicije medija. Stopnjuje se z modernostjo, v kateri postajajo tehnični mediji bolj in bolj izraziti v komunikacijskih procesih v družbi (Hjarvard 2013: 5–7, Lundby 2014, 4). Pogosto se fenomen medijitizacije, kot že omenjeno, sicer omejuje na družbe visoke modernosti, tako ga omeji recimo Stig Hjarvard, ki omeji proces na popolnoma medijsko nasičene družbe iz konca 20. stoletja. Krotz pa spada med raziskovalce, ki medijitizacijo razume kot dolgoročen zgodovinski proces, ki poteka vse od začetka človeške komunikacije. Skupni imenovalac v razponu definicij sta najbolje formulirala Andreas Hepp in Friedrich Krotz, ki pravita: »Medijitizacija je koncept, ki ga uporabljamo za izvedbo kritične analize medsebojne povezanosti med spremembo v medijih in komuniciranju na eni strani in spremembo kulture in družbe na drugi strani« (Hepp in Krotz 2014, 3).

Pri medijitizaciji ne gre zgolj za medije, definirane kot tehnologije ali orodja za komuniciranje. Sčasoma lahko komunikacijski vzorci spremenijo družbeni in kulturni kontekst, kjer potekajo ti procesi. Koncept medijitizacije zajema družbeno-kulturne transformacije, povezane s takim komuniciranjem, ki temelji na medijih. Jedro medijitizacije leži v družbenih in kulturnih transformacijah, ne v tehničnih medijih kot takih. Vsakršne deterministične predpostavke je potrebno zavrniti. Kljub temu je medijitizacija le eden izmed sodobnih procesov velikih sprememb. Izziv je razumeti, kako medijitizacija kot ena izmed preoblikovalnih sil našega časa, poleg in morda prepletena s transformacijami globalizacije, komercializacije in individualizacije, spreminja družbe (Lundby 2014, 8).

Medijitizacija se ne nanaša le na človeško navdušenje in hrepenenje po novih medijskih stvarih. Medijitizacija kot meta-proces vključuje tudi družbene, kulturne in ideološke odpore do takšnih potrošniških praks. Ne bi imeli vsi radi doma šestih televizijskih setov, čeprav bi bilo to ekonomsko in prostorsko mogoče. Ne pozdravljajo vsi vse večje dosegljivosti in potencialnega nadzora, ki ga omogočajo mobilni in interaktivni mediji (Jansson 2014, 275).

Lundby izpostavlja tri komponente, ki so, ne glede na različne perspektive, priznane med raziskovalci. Prvič, medijitizacija je *dolgoročen* proces. Drugič, medijitizacija se nanaša na *transformacije* praks in institucij. Tretjič, te preobrazbe potekajo v *medsebojnem vplivanju* med spremembami v komunikacijskih medijih in družbenem,

političnem in kulturnem kontekstu, ki vključuje tudi transformacije komunikacijskih medijev (Lundby 2014, 19).

3.3 Medijitizacija kot meta-proces in njene oblike

Medijski vplivi našega vsakdanjega življenja oblikujejo naše delo in prosti čas, vplivajo na to, kako oblikujemo in vzdržujemo naše družbene odnose, kako vzpostavljamo skupine in gradimo individualne in družbene identitete in kako organizacije in institucije delujejo v zasebni in javni ravni politike in ekonomije (Sumiala 2014, 682). Vprašanje, kako se mediji razvijajo in na kakšen način, je relevantno za vsakdanje življenje ljudi, njihove družbene odnose in njihovo identiteto, obenem pa je to pomembno za mezo raven organizacij in institucij, ter za makro raven kulture in družbe. Krotz razumemo, da je ta razvoj odprt proces, na katerega lahko vplivajo ljudje in civilna družba, vlade, birokracija, ter seveda podjetja, industrije ter druge organizacije in institucije – prav tako pa se bodo tekom meta-procesa spreminjale tudi vse prej omenjene entitete (Krotz 2014, 139–140). Po eni strani je trditev, da so mediji v oblikovanju družbe tako močni kot ostale *mediacije*, sama po sebi zanimiva in izziv. Po drugi strani pa ne smemo izgubiti razločevalnosti medijskih institucij, njihovih oblik in naprav ter povezanih aktivnosti in praks, s katerimi postajajo vgrajene v vsako sfero našega življenja¹⁷. Medijitizacija ohranja to razločevalnost in prepozna spremembe v medijih in nove ter različne tehnološke in simbolne oblike, ki zapletajo uveljavljenje teorije komuniciranja (Livingstone 2009, x). Medijitizacija po Lundbyju (2009, 1) kaže na družbene spremembe v sodobnih visoko razvitih družbah in na vlogo medijev in posredovanega komuniciranja v teh transformacijah. Procesi medijitizacije vplivajo na skoraj vsa področja družbenega in kulturnega življenja v takšnih družbah. Dnevne aktivnosti posameznikov, družin, omrežij, organizacij, podjetij in institucij v sodobnostih okoljih vključujejo repertoar tehničnih medijev. Vsakdanje življenje in delovanje družbe je odvisno od uporabe medijev v komuniciranju, zato se Lundby (2009, 1–2) sprašuje, kdo bi lahko živel brez mobilne naprave, e-pošte, najljubšega družbenega omrežja ali kateregakoli drugega izbranega načina komuniciranja za ohranjanje povezanosti? Vprašajmo se, kako bi lahko nekdo sploh deloval v svetu brez dostopa do novic v medijih? Težko si je predstavljati izmenjavo informacij, bančništvo ali načrtovanje potovanj brez interneta. Mlajše generacije si morda ne bodo niti znale

¹⁷ Vgrajene so v delo, prosti čas, učenje, kulturo, politiko, zdravje, in celo v naše intimno razumevanje nas samih.

predstavljati življenja brez sodobnih načinov igranja prek spleta, konzol, saj se tako kot sodobna zabava močno opira na medije. Ljudje zapolnjujejo svoj prosti čas s podobami in zvoki iz filmov, televizijskih serij. To pa ne pomeni, da so digitalni mediji izpodrinili klasične in tiskane medije. Kljub temu ljudje seveda še vedno berejo časopise, revije in knjige (Lundby 2009, 1–2). Medijitizacija se še posebno posveča transformacijam v družbi in vsakdanjemu življenju, ki ga oblikujejo sodobni mediji in procesi medijitizacije, kot jih razume Silverstone. Medijitizacija oblikuje družbo in kulturo, kot tudi odnose, ki jih imajo posamezniki in udeleženci v institucijah z njihovim okoljem in med seboj. Mazzolenijev koncept *medijitizacije družbe* označuje razširitev vpliva medijev¹⁸ v vse sfere družbe in družbenega življenja. (Mazzoleni 2008c). Zanj vključuje medijitizacija družbe vse družbene sfere. Za Krotza pa je medijitizacija eden izmed meta-procesov, ki oblikujejo sodobnost, poleg individualizacije, komercializacije in globalizacije. »Poseben pomen medijitizacije leži v dejstvu, da je to meta-proces, ki spreminja komuniciranje in je tako v jedru človekovega delovanja« (Krotz 2008, 24).

Hjarvard (2004) razlikuje med neposredno (močno) in posredno (šibko) obliko medijitizacije. Neposredna medijitizacija se nanaša na situacije, v katerih se prej ne-mediacijske aktivnosti pretvorijo v mediacijsko obliko, npr. aktivnost se opravlja prek interakcije z medijem. Kot primer navaja zaporedno preoblikovanje šaha od fizične šahovnice do računalniške igre. Prej odvisen od fizične prisotnosti igralcev pri šahovnici, se vedno pogosteje igra s pomočjo programske opreme na računalniku. V mnogih pogledih ostaja igra enaka: pravila so enaka, šahovnica ima enak izgled itd. A uporaba računalnika odpira številne nove možnosti: igranje je mogoče proti računalniku, namesto drugi osebi, možna je igra z oddaljenimi nasprotniki prek interneta, možno je shranjevanje in posvetovanje glede prejšnjih iger itd, in te nove možnosti postopoma vplivajo na izkušnjo igranja šaha kot tudi na kulturni kontekst, v katerem se igra šah. Med bolj zapletene primere neposredne medijitizacije lahko uvrstimo spletno bančništvo. Številne vrste bančnih nalog in storitev¹⁹ lahko izvedemo prek interakcije z računalnikom, ki je povezan v internet in medij je razumljivo razširil možnosti, ki so na voljo tako bankam kot tudi njihovim strankam, medtem pa se je spremenilo vedenje obeh strani. (Hjarvard 2013, 20).

¹⁸ velja tako za kulturno tehnologijo kot organizacijo

¹⁹ (pregled izpiskov, priprava in oddaja plačilnih nalogov, prijava in odjava e-računov, trajnih nalogov, direktnih obremenitev, prenos sredstev med podračuni, sklenitev varčevanj in depozitov, naročilo kreditnih kartic)

O posredni medijitizaciji govorimo, ko na določeno dejavnost glede na obliko, vsebino ali organizacijo vse bolj vplivajo mediagenični simboli ali mehanizmi. Preprost primer je hitro rastoča industrija z *merchandisingom*, ki obdaja restavracije s hitro prehrano. Obisk restavracije s hitro prehrano ni več le izkušnja prehranjevanja, dandanes lahko pomeni tudi izpostavljenost do filmov, animiranih junakov, ki jih imamo možnost tudi zbirati (npr. igrače za otroke). Seveda se lahko posvetite zgolj svoji hrani, a kulturni kontekst, ki obdaja burger, je povezan s prisotnostjo medijev, tako v simbolnem kot ekonomskem smislu. Bolj zapleten primer posredne medijitizacije je razvoj intertekstualnega diskurza med mediji in drugimi institucijami v družbi. Npr. Dansko znanje o ZDA je močno podvrženo medijski naraciji (dejstvom in fikciji) o državi, kot posledica tega, so danske politične razprave v zvezi z ZDA prepletene z medijskimi reprezentacijami ameriške kulture, običaji in zgodovino. Neposredna in posredna oblika medijitizacije pogosto delujeta skupaj in ni jih vedno enostavno razlikovati (Hjarvard 2013, 20).

3.4 Premik od razmišljanja o vzroku in posledici

Zaradi vseprisotnih medijev je treba vprašanje medijskega vpliva zastaviti na drugačen način. Medijsko zasičeno okolje kliče po novih pristopih, ki so drugačni od razmišljanja o vzroku in posledici.²⁰ Količina medijitiziranih interakcij na vseh ravneh prinaša spremembe ali transformacije vsakdanjega življenja, institucij in družbe. To presega zgolj sprejemanje medijskih oblik ali formatov in ima širše posledice odvisnosti in izpostavljenosti medijem ter preoblikuje naše vsakdanje družbene in kulturne prakse. Mediji kot taki postajajo več kot le orodja v rokah institucij in so se na nek način preoblikovali v samostojno institucijo. Kljub temu Kirsten Drotner (2008, 71) pripomni, da je, za razumevanje tako materialnega kot nematerialnega medijskega vidika v procesu medijitizacije, še vedno potrebno raziskovanje srednjega dosega dejanskih medijskih oblik (Lundby 2009, 6). Prve analize področju medijitizacije so bila izdelane na področju politike. To velja tudi za Slovenijo, z razliko, da so v posameznih delih ali študijah taisti koncept raziskovalci slovensko poimenovali bodisi kot mediacija ali mediatizacija/medijatizacija ali kot računalniško posredovano komuniciranje, odvisno

²⁰ Moores je že pred leti menil, da potrebujemo in moramo razvijati zahtevnejše strategije za raziskovanje kompleksne medosebne interakcije vsakdanjega življenja v sodobnih družbah. Po njegovem mnenju se mora raziskovanje, kljub zelo mobilnemu in razpršenemu karakterju komuniciranja v sodobnih družbah, poglobiti v vsakdanje prakse posameznih družbenih subjektov (Moores (2000, 148).

od opredelitve izbranega termina v posameznih projektih. Pri aktualnem raziskovalnem delu je nujno potrebno upoštevati nova dognanja in številne nove zapise, raziskave in koncepte, ki so jih v zadnjih letih zapisali in razvili predvsem nemški in skandinavski raziskovalci. Medijitizacija, kot so jo pojmovali Schulz, Krotz, Hjarvard, Hepp in drugi, skuša namreč razumeti transformacijo družbenega in kulturnega življenja. »Koncept medijitizacije nam lahko pomaga videti ‚staro‘ vprašanje komunikacijskih študij in medijske sociologije v novih in bolj izrazitih in relevantnih načinih. To še zlasti velja za vprašanja medijskega učinka in vpliva« (Lundby 2009, 9). Z Lundbyjem se strinja tudi Hjarvard, ki trdi, da moramo pri tradicionalnih vprašanjih o rabi medijev in medijskih učinkov upoštevati okoliščine medijitizirane kulture in družbe (Hjarvard 2013, 3). Poleg novinarskih medijev uporabljajo digitalne medije (internet in mobilne aplikacije) tudi številni komercialni in javni ponudniki storitev, s katerimi nudijo vse od zdravstvenih nasvetov do starševske pomoči. Mediji s pomočjo takih informacij in napotkov prispevajo k posameznikovi racionalizaciji njegovih norm in praks, t.j. posameznikovega življenjskega sloga (Hjarvard 2013, 147–148). Tako kot posameznik išče medije, tudi mediji iščejo posameznika. V vedno bolj komercialnem medijskem okolju je za maksimizacijo občinstva pomembna logika medijev in posledično si mediji prizadevajo za uskladitev formatov s povpraševanjem občinstva in življenjskim slogom, ki ustreza temu določenemu občinstvu (Hjarvard 2013, 148). »Mediji predstavljajo areno, v kateri lahko posameznik izvaja, komunicira in deluje ter posledično pridobi priznanje« (Hjarvard 2013, 149). Koncept medijitizacije pomaga zajeti vpliv takšnega komuniciranja v sodobnih poznomodernih kompleksnih družbah. Medijitizacija ponuja tudi konceptualni okvir za specifične procese prednostnega tematiziranja in okvirjanja (McCombs 2004), kar se nanaša na posredne in neposredne vplive medijev na spremembo delovanja oz. vedenja političnih akterjev, obravnavanih tem in na nek način izgubo avtonomnosti politike in odvisnost od medijev. Medijitizacija tudi deli in diferencira, saj se medijitizacijski procesi dogajajo v okolju neenakomernih razmerij moči. Različni akterji (ljudje kot tudi organizacije, podjetja in institucije) nimajo enake moči za poseganje v medijitizacijske procese (Lundby 2009, 9). Leta 1976 je Jean Baudrillard v delu *Simbolna menjava in smrt (L'échange symbolique et la mort)* predstavil koncept medijitizacije (*l'information médiatisée*) (Baudrillard 1976). Tu obravnava načine medijske prezentacije v povezavi z razpravami Walterja Benjamina o fotografiji in Marshalla McLuhana o televiziji. Če izhajamo iz njegovega koncepta simulakra, današnji objekti nimajo več česa skupnega z včerajšnjimi objekti, podobno

kot nima medijitizirana informacija česa z »resničnostjo« dejstev (Baudrillard 1994, 63). Winfried Schulz (2004) se zavzema za rekonstrukcijo medijitizacije kot analitičnega koncepta. Trdi, da se medijitizacija nanaša na spremembe, povezane s komunikacijskimi mediji in njihovim razvojem. Schultz izpostavlja štiri procese družbenih sprememb, v katerih imajo mediji ključno vlogo:

1. podaljšanje naravnih človeških komunikacijskih zmožnosti,
2. delna ali popolna nadomestitev družbenih interakcij in družbenih institucij (ko ne-medijske dejavnosti prevzamejo medijsko obliko ali novi mediji nadomeščajo tradicionalne oblike komuniciranja),
3. združevanje, spojitve, kjer so meje med *mediated* in *non-mediated* aktivnostmi zabrisane,
4. prilagajanje, spremembe, ki jih povzročajo zgolj dejstvo, da obstajajo komunikacijski mediji in se morajo ljudje in institucije prilagoditi nanje.

Schultz opredeli te štiri procese sprememb kot komponente kompleksnega procesa tranzicije (Lundby 2009, 10–11). Mediacija je širši in bolj splošen koncept, ki se uporablja za aktivnosti in procese komuniciranja s tehničnimi mediji. Blizu je nemškemu izrazu »*Vermittlung*«, slovensko se uporablja tudi izraz posredovanje. Mediacija lahko v tem smislu, kot ugotavlja Hjarvard (2008, 114), vpliva tako na sporočilo kot odnos med pošiljateljem in prejemnikom. Vendar pa dolgoročno ne bo preoblikovala institucionalnih praks in načinov družbene interakcije. Medijitizacija lahko vključuje koncept in procese remediacije²¹. Bolter in Grusin vidita to kot posebno značilnost novih digitalnih medijev (Bolter in Grusin 2000). Medijitizacijo je potrebno opredeliti kot zgodovinski, stalen in dolgoročen proces, v katerem se pojavlja več in več medijev. Medijitizacija opisuje proces, v katerem se komunikacija nanaša na medije in njihovo uporabo na način, da mediji na dolgi rok postajajo vedno bolj relevantni za družbeno konstrukcijo vsakdanjega življenja, družbe in kulture kot celote. To je prikazano v Sliki 3.1.

²¹ t.j. zastopanosti enega medija v drugem

Slika 3.1: Relevantni procesi družbene konstrukcije vsakdanjega življenja.

MEDIJITIZIRANE OBLIKE DRUŽBENEGA IN KULTURNEGA ŽIVLJENJA

Pomen medijev za vsakdanje življenje, delo in prosti čas, za družbene odnose, skupine in identiteto, podjetja in institucije, politiko in gospodarstvo, socializacijo, kulturo in družbo.

UPORABA MEDIJEV ZA KOMUNICIRANJE

Tri glavne oblike, razvrščene glede na to, komu oseba komunicira: medosebno komuniciranje, interaktivno komuniciranje, množično komuniciranje.

KOMUNICIRANJE KOT OSNOVNA ČLOVEŠKA PRAKSA

Na štiri oči, geste in jezik.

Vir: Povzeto po Krotz (2009, 24).

Pogosto zmotno mislimo, da je medijitizacija tehnološko usmerjeni koncept, kar ne drži. Ukvarja se predvsem s spremembami v načinu, kako ljudje komunicirajo pri konstrukciji njihovih notranjih in zunanjih realnosti s sklicevanjem na medije. Tehnološko evolucijo Krotz (2009, 25–26) sicer prav tako izpostavi kot pomembno za medijitizacijo, saj tehnologije niso zgolj nevtralna sredstva, ampak so industrijsko proizvedene, spremenjene in razvite za kapitalistične namene. V okviru družbene teorije medijev in medijskih sprememb nam medijitizacija lahko pojasni, da se ukvarjamo z razvojem kulture in družbe, ki bi moral biti, po pomembnosti, vplivu in pomenu za družbo in kulturo, obravnavan na podoben način kot globalizacija, individualizacija in podobni meta-procesi (Krotz 2009, 25–26). Koncept medijitizacije definira komuniciranje kot osnovno človeško dejavnost.²² Vsakdanja uporaba tehnologije je integralni del procesa tehnološke konstitucije. »Tehnologija je torej integralni del življenja družbe in funkcionira kot ključni prostor kulturne proizvodnje, skozi katero se konstruirajo in izpodbijajo pomeni in identitete« (Oblak Črnič in Luthar 2009, 11). Feenberg v konstruktivističnem okviru za opis ujemanja tehnoloških inovacij z družbenimi interesi uporablja pojem »tehnološki kod«. Tehnološki kodi vključujejo tako tehnološke objekte kot tudi njihove družbene pomene, kolikor postanejo univerzalne kulturno sprejete značilnosti vsakdanjega življenja. Telefon, avtomobil, hladilnik in stotine ostalih vsakdanjih naprav ima jasne in nedvoumne opredelitve v dominantni kulturni. Sami po sebi so nevtralni, a vedno uporabljeni v družbenem kontekstu, zato meni, da ni tehnologija nikoli nevtralna (Feenberg 1999).

²² Za izhodišče bi morale biti različne oblike komuniciranja, ne posamezen medij.

4 RAZISKOVANJE MEDIJITIZACIJE

4.1 Metodologija raziskovanja vloge medijev

Raziskovanje medijitizacije se je pričelo v Severni Evropi, predvsem Nemčiji in Skandinaviji. Pristopi k raziskovanju sprememb v kulturni in družbi pa se razlikujejo glede na različne opredelitve pojma medijitizacija. Nemški sociolog Ernest Manheim je leta 1933 prvi kot znanstven, analitičen pojem uporabil izraz medijitizacija/*Mediatisierung*. Uporabil ga je za opis komunikacijskih procesov preko tiskanih medijev, kot splošno spremembo v komuniciranju (Averbeck-Lietz, Lundby 2014, 13).

Komunikacijske študije je kot vrsto družbenih ved do sedaj najbolj zanimalo vprašanje medijske uporabe, medijskih vsebin in medijskih učinkov, le-ti so bili definirani kot kavzalna posledica vsebine (Krotz 2014, 140). Kot ugotavljata Luthar in Jontes, je proučevanje vpliva medijev pravzaprav identično disciplinarni zgodovini komunikologije.

Komunikologija in medijske študije so se oblikovale skozi različne poskuse odgovarjanja na vprašanje medijskega učinkovanja. Študije občinstva²³ so tako konstitutivne za identiteto pozitivistične paradigme raziskovanja »množičnega komuniciranja« in komunikologije kot družboslovne discipline. Kasneje so se »medijske študije« ali kulturološko raziskovanje medijev navezovale na to tradicijo pri raziskovanju občinstva tako, da so jo postavljale pod vprašaj in postavljale nova vprašanja o razmerju med mediji in občinstvom na nov način in v večji povezanosti z disciplinami, kot so etnografija vsakdanjega življenja, literarna teorija, sociologija kulture, kulturne študije in nova kulturna zgodovina (Luthar in Jontes 2012, 11).

Izhodišče raziskave je v klasičnem vprašanju sociologije medijev, in sicer, kako mediji vplivajo na širšo kulturo in družbo. Poenostavljeno bi lahko rekli, da lahko govorimo o dveh ključnih zgodovinskih tradicijah, kjer se prva ukvarja predvsem z vprašanjem, kaj mediji počnejo z občinstvom, in druga z vprašanjem, kaj občinstvo počne z mediji. Odgovore na to vprašanje iščemo v novem družbenem stanju, ki ga poimenujemo medijitizacija kulture in družbe. Tradicionalno so medijske in komunikacijske študije

²³ teorija uporab in gratifikacij, agenda setting in teorija kultivacij

iskale vpliv medijev prek proučevanja samega komunikacijskega procesa. Mediji so bili mišljeni kot ločeni od kulture in družbe in bodisi nekaj, kar vrši vpliv na kulturo ali družbo ali kot orodje, ki ga lahko posamezniki ali organizacije uporabijo za različne namene in cilje (Luthar in Jontes 2012, 11, Hjarvard 2013, 1–2). Paradigma učinka²⁴ se osredotoča na tisto, kar »mediji delajo ljudem«. V okviru te paradigme se medije šteje za neodvisno spremenljivko, ki vpliva na odvisno spremenljivko: posameznika. V okviru drugačne raziskovalne tradicije, študije občinstva v okviru kulturnih študij, pa je primarni interes preučiti, kaj »delajo ljudje z mediji«. Glede na to raziskovalno paradigmo, so ljudje, ki uporabljajo medije, aktivni in kompetentni, če ne vplivni, in so za zadovoljevanje svojih potreb, sposobni uporabljati medije v lastnih vsakodnevnih praksah. Tu so primarna spremenljivka aktivno občinstvo in uporabniki, mediji pa so sekundarna spremenljivka.

Teorija medijitizacije se razlikuje od obeh tradicij. Sodobna kultura in družba sta prežeti z mediji do te mere, da si jih ne moremo več zamisliti kot ločene od kulturnih in družbenih institucij. V teh okoliščinah moramo razumeti, kako so se družbene institucije in kulturni procesi v odgovoru na vseprisotnost medijev spremenili v svojih značilnostih, delovanju in strukturi. Kot ponazarjata prej omenjeni tradiciji, je bila večina obstoječih raziskav prezaposlena s preučevanjem uporabe medijev za posredovanje pomena. Kulturni in družbeni vplivi medijev so bili skladno s tem iskani v samem komunikacijskem krogu, in sicer kot učinek posredovanih sporočil na javnosti ali obratno, kot uporaba posredovanih sporočil s strani aktivnih javnosti (Hjarvard 2013, 2–3). V 90. letih 20. stoletja je postalo jasno, da mobilni telefoni, internet ipd. niso zgolj novi mediji, temveč so le vidni del bolj prodornega razvoja. Nekateri raziskovalci so začeli analizirati posamezne prihajajoče medije ali razvoj starih medijev kot so televizija ali knjige. Drugi so poskušali upoštevati celoten razvoj, s tem pa so naredili korak v današnje raziskovanje medijitizacije. Študije medijitizacije usmerjajo pozornost od posameznih primerov posredovane komunikacije k strukturnim transformacijam medijev v sodobni kulturi in družbi« (Krotz 2014, 133, Hjarvard 2013, 2–3).

Krotz je prepričan, da mora biti izhodišče razprave o tej temi komunikacija ali komunikativno delovanje. To pa zato, ker morajo kompleksne oblike človeškega komuniciranja videne kot posebna sposobnost in posebna potreba za človeka. Komuniciranje je naša osnovna dejavnost in ni človeške prakse brez upoštevanja

²⁴ Preiss in drugi 2007

kompleksne oblike komuniciranja, ki ga ljudje potrebujejo za skupno življenje, za razmišljanje in razvijanje lastne individualnosti (Krotz 2009, 23). Schrott (2009, 41) pa v jedro razprave o medijitizacije postavlja družbene medijske učinke, ki so rezultat modernizacije množičnih medijev in medijskih organizacij. Meni, da kljub intenzivnosti razprave na teoretični ravni, obstaja očitno pomanjkanje konkretnih raziskav o medijitizaciji in njenih učinkih²⁵ (Schrott 2009, 41–42). »Medijitizacija je nastala kot nova raziskovalna agenda za preučevanja starih, a temeljnih, vprašanj, ki se dotikajo vloge in vpliva medijev in kulture v družbi« (Hjarvard 2013, 1). Hepp meni, da postane koncept medijitizacije uporaben, če ga ne nanašamo zgolj na predpostavko ene »medijske logike«, temveč ga razumemo bolj splošno kot okvir za raziskovanje odnosov med mediji in kulturnimi spremembami (Hepp 2009, 140). Študije medijitizacije preusmerjajo fokus zanimanja k strukturnim transformacijam medijev v sodobni kulturni in družbi, kjer lahko najdemo vplive medijev tudi v spreminjajočem se odnosu med mediji in ostalimi kulturnimi in družbenimi sferami (Hjarvard 2013, 2).

Medtem ko se študije uporabe medijev za komuniciranje pozorne na specifične primere komuniciranja v času in prostoru²⁶ se študije medijitizacije osredotočajo na dolgoročno strukturno spremembo vloge medijev v kulturi in družbi, v kateri mediji pridobivajo večje pristojnosti za definiranje družbene realnosti in stanja vzorcev družbene interakcije. To spremenjeno razumevanje pomena medijev ne nakazuje na to, da tradicionalna vprašanja, ki se nanašajo na vidike kot so učinki posredovanih sporočil na javno mnenje ali razlogi za uporabo medijev, niso več relevantna. A pomeni, da se razumevanje pomena medijev v sodobni kulturni ne more več zanašati na modele, ki so zasnovani na predpostavki, da so mediji ločeni od kulture in družbe ali da upoštevajo le proces mediacije oz. posredovanja. Mediji niso le tehnologije, ki bi jih organizacije, stranke ali posamezniki izbrali za uporabo ali neuporabo, kot se jim zdi. Prisotnost medijev je postala strukturni pogoj za družbene in kulturne prakse, tako znotraj posameznih kulturnih področij kot v družbi kot celoti (Livingstone 2009, Hjarvard 2013, 2–3).

Na splošno velja, da se lahko pri raziskavah medijitizacije uporablja raznolike metodologije in konkretne metode iz humanistike in družboslovja, saj poteka

²⁵ Zanj je osrednje vprašanje, ki se vrti okoli termina medijitizacija »Kako in v kakšnih okoliščinah sodobni množični mediji vplivajo in celo spreminjajo strukture družbe?«

²⁶ npr. politično komuniciranje v obliki blogov v času predsedniške kampanje

medijitizacija praks in institucij globoko in široko v kulturah in družbah. Ne glede na to, na katere izmed glavnih tradicij družbenih in humanističnih ved se raziskovalci nanašajo, morajo biti vse metodologije medijitizacije sposobne obravnavati spremembe. Raziskave na področju sodobne medijitizacije se morajo obenem ukvarjati z mrežno komunikacijo v okviru digitalnih medijev (Lundby 2014, 21). Konceptualni poudarek na tem, kako lahko mediji vplivajo na družbene in kulturne spremembe, nas ne sme privedi k mnenju, da je sprememba vedno najpomembnejši rezultat razvoja medijev (Hjarvard 2013, 5).

Medijitizacijo je mogoče analizirati na mikro, mezo ali makro ravni, mora pa se premikati tudi po teh ravneh. Z mikro študijami si lahko ogledamo določene prakse medijitizacije, kot jih izvajajo in doživljajo posamezni akterji ali manjše skupine, ter kako lahko to transformira njihova življenja in delo. Mezo raven analize se osredotoča na institucije in proučuje, kako so vpletene v in transformirane z medijitizacijo. Makro raven analize cilja na večje in bolj splošne transformacije kulture in družbe (Lundby 2014, 22). Krotz svari pred dekontekstualizacijo koncepta mediatizacije, saj se medijska teorija redko zanima za specifične zgodovinske, kulturne in družbene odnose in je bolj usmerjena k spremembami na makro ravni. V nasprotju s tem je teorija medijitizacije bolj predana empirični analizi, vključno s študijo specifičnih procesov medijitizacije med različnimi skupinami v populaciji (Hjarvard 2013, 12). Študijo analize medijev lahko povežemo tudi z multimodalnostjo, ki je z novimi kombinacijami besedila, slik, zvoka in podob značilna za digitalne medije. Multimodalnost lahko spodbuja spremembe v praksah, ki so del procesa medijitizacije. Pri praksah multimodalnosti se dogajajo semiotske transformacije, pri procesih medijitizacije pa se semiotska preoblikovanja zgodijo poleg narativnih in institucionalnih transformacij (Lundby 2009, 13). »Medijitizacijo si moramo predstavljati kot razširitev možnosti za interakcijo v virtualnih prostorih in diferenciacijo tistega, kar ljudje zaznavajo kot resnično« (Hjarvard 2008, 111).

4.2 Vpliv medijev na kulturno in družbeno identiteto

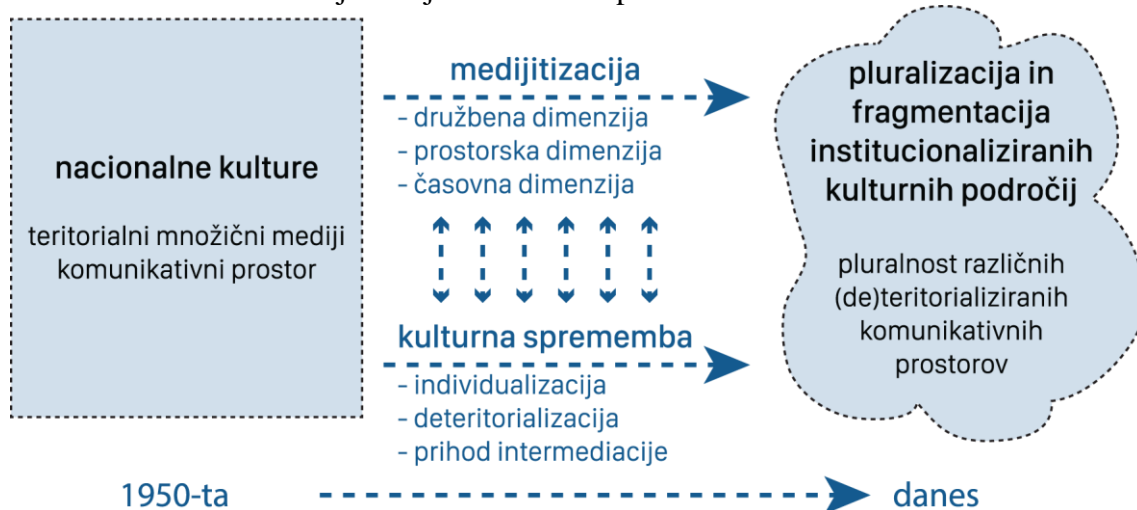
4.2.1 Koncept habitusa

Razmislek o konceptu družbenega karakterja in habitusa nam lahko nudi priložnost za razmislek o vplivu medijev na kulturno in družbeno identiteto. »Mediji zagotavljajo pomemben okvir za institucionalizacijo posamezne biografije. S tem, ko postanejo vir

razvoja življenjskega sloga in moralne orientacije in za ohranjanje družbenih odnosov, služijo za reprodukcijo in obnavljanje posameznikovega habitusa« (Hjarvard 2013, 152). Hjarvard ne dvomi, da je z vidika posameznika konstrukcija lastne kulturne in družbene identitete postala vedno bolj relevantna zadeva. Proces konstrukcije kulturne identitete je v razmerah hitrih sprememb zaradi globalizacije, urbanizacije in fleksibilnih načinov proizvodnje tako postal tudi vseživljenjski proces. (Hjarvard 2013, 138–139). Družbeni karakter in habitus po njegovem mnenju nista enaka družbeni ali kulturni identiteti, temveč označujeta splošne predpostavke, s katerimi se posameznik sporazumeva s svojo okolico. Nudita konceptualizacijo vmesnika med oblikovanjem identitete in družbenim ali kulturnim kontekstom in nista namenjena zamenjavi identitete, temveč sta koncepta, ki nam omogočata, da določimo, kako se identiteta posreduje prek družbenih in kulturnih okoliščin, vključno z mediji (Hjarvard 2013, 139). »Prvič, oblikovanje habitusa je v velikimi meri izoblikovano prek interakcije s sodobno družbo. Drugič, habitus se reproducira prek okrepljenega spremljanja razširjenega družbenega okolja, in tretjič, prepoznavanje postane pomemben regulativni mehanizem za razvoj samozavesti in vedenja« (Hjarvard 2013, 147).

Mediji proizvajajo kontinuirano reprezentacijo naše sodobne družbe, ki je dostopna za vsakogar v skoraj vseh družbenih institucijah. Posameznik bo s hkratnim širjenjem tako množičnih kot interaktivnih medijev vedno bolj živel v tesnejšem in takojšnjem stiku s širšo družbo. Kot posledica tega, se pospešuje metabolizem med družbo in oblikovanjem individualnega habitusa (Hjarvard 2013, 147).

Slika 4.1: Tendence medijitizacije in kulturne spremembe



Vir: Hepp (2009, 147).

Hjarvard meni, da bi lahko na splošno trdili, da medijitizacija spodbuja razvoj mehkega individualizma, ki je odvisen od šibkih družbenih vezi. »Družbenega karakterja, razširjenega v medijitiziranih in zelo moderniziranih družbah, ne zaznamuje močen, samoodvisen individualizem niti močen kolektivizem v podobi upoštevanja oz. poslušnosti močnih organizacij ali tesno prepletene družinske enote« (Hjarvard 2009, 160). Namesto tega se je uveljavila paradokсна kombinacija individualizma in občutljivosti do zunanjega sveta. Močne družbene vezi v družini, šoli in na delovnem mestu obenem omogočajo večjo konkurenco šibkejšim družbenim vezem, omogočenim preko medijskega omrežja. Ta razvoj dogodkov je vsaj deloma odraz načinov, na katere se oblikuje posameznikov družbeni karakter – njegov habitus –, na katerega vplivajo razširjena medijska omrežja (Hjarvard 2009, 160). V novi urbani resničnosti, z milijoni ljudmi, velikimi pisarnami, velikimi javnimi institucijami, mora sodobni človek komunicirati z mnogo več ljudmi kot včasih. Znanje o modi, okusu in splošnih normah je postalo v novem okolju pomembno, saj meja med znanim in neznanim ni več tako očitna kot poprej. Družbene in organizacijske veščine so postale imperativ, če želimo ustvariti kariero v sodobnem poslovnem svetu in delo v nekaterih sektorjih vključuje tudi element družabnosti. V sodobni organizaciji moramo ne le delati, temveč tudi živeti, imeti občutek za skupnost in biti potrošnik na sestankih, poslovnih večerjeh in na potovanjih ipd. Delovni odnosi so prežeti z osebnimi odnosi. (Riesman 1950, 310–311, Hjarvard 2009, 166). Tako kot posameznik išče medije, tudi mediji iščejo posameznika.

V vedno bolj komercialnem medijskem okolju, je maksimizacija občinstva pomembna logika medijev in posledično si mediji prizadevajo za uskladitev formatov s povpraševanjem občinstva in življenjskim slogom, ki ustreza temu določenemu občinstvu. Rast raziskav občinstev in potrošnikov je znatno povečala znanje o občinstvih in njihovi sestavi glede na spol, dohodek, izobrazbo, življenjski slog, potrošniške izbire ipd. Ustrezno bodo mediji težili k ustvarjanju vsebin, ki so skladne z življenjskim slogom atraktivnih segmentov populacije (Hjarvard 2009, 171).

Thompson (1995) vidi močno povezavo med medijitizacijo in njenimi kulturnimi posledicami ter pojavom zelo velikih medijskih organizacij na nacionalni in globalni ravni. Produkcija in distribucija simbolnih izdelkov teh družb je spremenila komunikacijske tokove v družbi. Fornäs (1995) gradi na Thompsonovem pojmu medijitizacije, predvsem v odnosu do rastoče kulturne reflektivnosti sodobnosti. S tem,

ko vedno več medijev postaja del posameznikovega vsakdanjega življenja, postajajo medijski teksti, podobe in diskurzi del posameznikove konstrukcije identitete (Hjarvard 2013, 11).

Tabela 4.1: Institucionalni razvoj medijev

| Dominantno obdobje | Institucionalni karakter | Dominantna logika | Medijski sistem | Namen in cilji |
|--------------------|---|---------------------------------|--|---|
| –1920 | Mediji kot instrumenti drugih institucij | Usmerjajo jih določeni interesi | Strankarski tisk, znanstvene revije, verske in umetnostne publikacije idr. | Prepričevanje in agitacija na delu posebnih interesov specifične institucije |
| 1920–1980 | Mediji kot kulturna institucija | Javno usmerjanje | Javni servis radia in televizije (monopol), omnibus tisk | Reprezentacija različnih institucij v javni areni |
| 1980– | Mediji kot neodvisna medijska institucija | Medijski profesionalizem | Komercialni in konkurenčni mediji, satelitska TV, internet, mobilni mediji | Servis občinstev, prodaja ciljnim skupinam v diferenciranem medijskem sistemu |

Vir: Hjarvard (2013, 26).

Medijitizacijo lahko povežemo z Bourdieujevim konceptom kapitala in habitusa ter simbolne moči, ker ni dovolj, da raziskava vključuje opis in razpravo o tem, kaj se dogaja, temveč mora tudi določiti rezultate v odnosu do družbe kot celote. Akademsko raziskovanje ni odgovorno zgolj za rezultate, temveč tudi za interese za raziskavami. Bourdieujevo delo je tako koristno za evalvacijo in dajanje pomena rezultatom v družbi (Krotz 2009, 33). Bourdieujev koncept kapitala lahko v povezavi z medijitizacijo služi za opis sprememb, ki jih povzročata medijski in komunikacijski razvoj. Kulturni kapital je lahko razvrednoten s programsko opremo, ki nam omogoča, da nam ni več potrebno znanje določenih veščin, kot je npr. znanje pravilnega pisanja in črkovanja, saj je na voljo programska oprema, ki nam nudi oporo oz. sprotno popravljanje besedila (Krotz 2009, 34). Eni izmed bolj znanih primerov take programske opreme, ki so v uporabi že precej časa, so naprimer črkovalniki besedila, poznani iz urejevalnikov besedila, dopolnjuje jih programska oprema za predvidevanje vnosa znakov (pogosta na mobilnih napravah), v zadnjih letih pa je doživela razcvet tehnologija za prepoznavo govora z algoritmi umetne inteligence, najbolj razširjena kot Siri (Apple), Cortana (Microsoft), Alexa (Amazon), Google Assistant (Google), Bixby (Samsung). Z mobilnih naprav se seli tudi v naše domove v podobah inteligentnih zvočnikov z mikrofoni. Pomembne so seveda tudi aplikacije za prevajanje, brezplačno dostopne najširšemu krogu

uporabnikov. Skorajda vsaka oprema za vnos besedila na mobilnih napravah nam omogoča tudi diktiranje, tako da je lahko nepotrebno ne le znanje pravilnega zapisa besed, temveč tudi zapisovanje na sploh. Obstaja tudi veliko rešitev naprednejšega slovničnega pregledovanja (pri nas primer Amebis Besana), ki analizira tudi stavčne strukture, odkriva napake pri vejicah, svetuje primernejše izraze in ne prikaže zgolj napak v zapisu besed. Znanje vseh teh veščin tako ni več potrebno, kot tudi ne, da si zapomnimo vsa dejstva in podatke, ki so nam danes hitro in enostavno dostopni prek spleta.

4.2.2 Koncept udomačitve

Odnos med medijskimi spremembami in spremembo vsakdanjega življenja in identitete spada k osnovni tematiki medijitizacije, teoretične okvire medijizacije pa lahko, tako kot Maren Hartman, povežemo tudi s pristopom udomačitve, ki ga je v poznih 1980-ih prvič razvila in uporabila raziskovalna skupina iz Univerze Brunel. Zanimala jih je uporaba medijev v kontekstu vsakdanjega življenja, torej integracija medijskih tehnologij in vsebin v vsakodnevne rutine in prostore. Skupina se je še posebej osredotočila na gospodinjstva²⁷. Razvili so koncept moralne ekonomije, ki je vključeval vse od izkušenj članov gospodinjstva, vrednosti in povezanih pogajanj. To naj bi imelo odločilen vpliv na proces sprejemanja, t.j. vključevanja novih medijskih tehnologij v obstoječe gospodinjstve. Proces sprejemanja tehnologije v vsakdanje življenje je podrobneje opisan v okviru udomačitve in ima več dimenzij: proces udomačitve se začne z razvojem tehnologije, njenim dizajnom, marketingom in tudi s prvim namišljenim stikom z uporabnikom (povezane dimenzije so poimenovane domišljija in komodifikacija). Druga dimenzija, poimenovana prisvojitve, se nanaša na dejansko sprejetje tehnologije v gospodinjstvo, vključno s prostorsko ureditvijo (objektivizacija) in ritualno in časovno integracijo (vključevanje). Nenazadnje, razsežnost konverzije se nanaša na predstavitev medijske tehnologije in njene uporabe do zunanjega sveta, Shaun Moores (1993, 14) to poimenuje »trgovanje« s kompetencami, pomeni in užitki, ki se gojijo v zasebni domeni. Na splošno se proces udomačitve nanaša na udomačevanje divjih tehnologij (Silverstone 1994, 11). Te tehnologije so večinoma vključene v obstoječe prakse vsakdanjega življenja (včasih so prakse prilagojene, včasih tehnologije prezrte ali zavržene). Raziskovanje udomačitve sledi biografijam, ki jih te tehnologije

²⁷ Takrat so raziskovalci predpostavljali, da so najbolj odločilna pogajanja med javnim in zasebnim življenjem potekala doma.

razvijajo v rokah njihovih uporabnikov, analizira načine, kako postajajo domače, celo nepogrešljive. Metodološko uporablja raziskovalne metode, ki izhajajo iz etnografije. Na začetku je to pomenilo izvajanje opazovanja izbranih gospodinjstev in dodatne metode za ukvarjanje z medijsko uporabo članov gospodinjstva. Kasneje so študije spremenili v kvalitativne intervjuje (skozi daljše časovno obdobje) in dodatne metode, vključno z uporabo dnevnikov, opazovanja z intervjuji, risbami ipd. (Hartmann 2014, 644–645). Eden izmed razlogov nespornega sprejemanja kombinacije udomačitve in medijitizacije je ta, da so mnogi empirični projekti medijitizacije študije medijitizacije vsakdanjega življenja, vsakdanje življenje pa v središču raziskav udomačitve. Zato ni presenetljivo, da Krotz in Thomas opišeta vsakdan kot posrednika med procesi udomačitve in medijitizacije (Krotz in Thomas 2007, 39, Hartmann 2014, 646).

5 KONCEPT VSAKDANJEGA ŽIVLJENJA

Sociologija vsakdanjega življenja je po mnenju Scottove (2009, 1) sveženj paradoksov. Družboslovci pogosto predpostavljamo, da imamo nalogo pojasniti zelo pomembne zadeve: kulturne trende, zgodovinske dogodke, socialne razlike in spremembe, ki vplivajo na veliko število ljudi v daljšem času. Torej se zdi ideja študij vsakdanjega življenja v najboljšem nasprotno intuitivna in v najslabšem globoko nemoralna: zakaj bi zapravljali svoj čas v preučevanju »trivialnih« stvari? Ali nam ne umanjka videnje širše slike? Ne, ker se nobeden izmed večjih dogodkov ne bi zgodil brez posameznikov, ki delajo majhne stvari v majhnih krajih (Scott 2009, 1). Vsakdanje življenje je tisto, za kar predpostavljamo, da je preprosto, nepomembno, domače in nezanimivo. (Bennett and Watson 2002: x). To je ta rutina, ponavljajoča in ritmična: na istih mestih ob enakem času počnemo enake stvari, dan za dnem, in to je tisto, kar reproducira družbeno življenje. To naše vsakdanje življenje, ki se nam zdi privatno in osebno, produkt naših individualnih izbir (Scott 2009, 2). Za Highmora je vsakdanje življenje nejasen in problematičen pojem. Vsaki predpostavki, da je preprosto »tam«, kot otipljiva resničnost, ki jo lahko zberemo in opišemo, bi moralo slediti takojšnje iskanje odgovora na vprašanje: čigavo vsakdanje življenje? Pogosto pa so taka vprašanja namerno prezrta. Sklicevanje na vsakdanje je lahko pogosto uporabljeno za normalizacijo in univerzalizacijo določenih vrednot ali specifičnih svetovnih nazorov. S trditvijo, da je vsakdanje življenje samoumevno in preprosto dostopno, uveljavljamo prevlado specifičnih kultur in določenega razumevanja teh kultur (Highmore 2002, 1).

Lahko se vprašamo, če je umeščanje vsakdanjega manj osnovano na krajih in časih in je bolj usmerjeno k odnosu do družbenega sveta. Torej se mu moramo posvetiti in ga ne zgolj umestiti. Highmore izpostavlja primere na delih Sigmunda Freuda, Ervinga Goffmana in Michela de Certeaua. Za Freuda je vsakdan arena, ki je nenehno nadzorovana s silami spodobnosti (moralnimi kodeksi in podobno), hkrati pa dokazuje (s spodrseljaji) željo po tem, da je prostor, ki zavrača preverjanje. Freudevski vsakdan tako nikoli ni enostavno svet rutinskega vedenja: vedno nosi sledi želja in strahov, ki ne najdejo prostora v takih rutinah. Taka delitev se ponovi pri Goffmanu (mikrogeografije vsakdanjega življenja) ali pri Certeaujevem razumevanju vsakdanjega in opisovanju praks in prepričanj, ki se izogibajo, a nikoli ne zapustijo omrežij moči. Take usmeritve nakazujejo pristop k vsakdanjemu, ki ga vidi kot področje, kjer lahko dostopamo do ostankov in uporov družbenim režimom, ki nam dominirajo (Highmore 2002, 37).

Highmore trdi: »Vse lahko postane vsakdan, vse lahko postane običajno: to je naš največji blagoslov, naš najbolj človeški dosežek, naša največja ovira, naše najbolj preziranja vredno samozadovoljnost« (Highmore 2011, 1). Vsakdan je kopičenje »malih stvari«, ki sestavljajo razsežnejše, a težje zaznane »večje stvari«. Lahko je nejasen pojem, a ni abstrakten (Highmore 2011, 1–2). Vsakdanje življenje v polju socioloških študij ni nekaj relativno novega, je pa dolgo časa uživalo nekakšno »odsotno prisotnost« v znanosti, vendar je v zadnjem času postalo priznано kot lastna disciplina kot npr. sociologija telesa (Scott 2009, 2–3). Bennet in Watson ponujata tri perspektive, zakaj je temu tako in se osredotočata na bistvene spremembe v 20. stoletju. Prva je naše razumevanje, kaj je vredno javne reprezentacije.²⁸ Drugi je foucaultovski argument, da živimo v disciplinski družbi, kjer je vsak korak predmet nadzora in regulacije.²⁹ Tretji pa je vzpon družbenih gibanj kot so feminizem, gibanja za državljanske pravice, LGBT+ ipd., ki je v ospredje politične zavesti prinesel vprašanja identitete in razlik v življenjskih slogih. Vse te spremembe so pomenile, da so individualna, zasebna življenja postala vse bolj vidna in za raziskovalce kot predmeti vredna raziskovanja. Družbene raziskave prav tako implicirajo, da je za 20. stoletje značilen razvoj novih metod za dokumentiranje vsakdanjega življenja, kot so metode etnografskega terenskega dela in družboslovne raziskave (Bennett in Watson v Scott 2009, 2–3). Koncept vsakdanjega življenja je bil v ospredju diskurza kritične teorije vsaj od zgodnjih 60-tih let 19. stoletja, ko je Henri Lefebvre namenil več del oblikovanju te ideje (Poster 2002, 743).

Vsakdanje življenje, na nek način preostanek, definiran s »kaj je ostalo«, ko so bile vse distinktno, superiorne, specializirane, strukturirane dejavnosti izločene z analizo, mora biti definiran kot celota. Vsakdanje življenje je globoko povezano z dejavnostmi, ki jih zajema z vsemi razlikami in njihovimi konflikti: je njihovo zbirno mesto, njihova vez, njihova skupna točka. V vsakdanjem življenju dobi svojo obliko vsota vseh odnosov, ki naredi človeka in vsako človeško bitje. V njem so izraženi in izpolnjeni ti odnosi, ki prinašajo celoto resničnega, četudi na določen način, ki je vedno delen in nepopoln: prijateljstvo, tovarištvo, ljubezen,

²⁸ V predmodernih časih je bila to le monarhija in osebnosti z visokim družbenim statusom, zadnje čase pa nas vse bolj zanima domače življenje »običajnih« ljudi (vzpon fotoreportažnosti, objavljanja dnevnikov, resničnostne televizije).

²⁹ Množični mediji so še posebej odgovorni, npr. paparaci sledijo znanim ali slavnim tudi v najbolj običajne lokacije, v upanju, da bi ujeli dragocen vpogled v njihova »resnična« življenja.

potreba po komuniciranju, igri ipd. ... kritika vsakdanjega življenja preučuje človeško naravo v svoji konkretnosti (Lefebvre 1991, 97).

Tradicionalno je vsakdanjemu življenju največ pozornosti namenjala antropologija oz. starejša sorodna etnologija. Sodobna oblika antropologije je kot najprimernejšo za razumevanje kulture kot vsakdanje izkušnje izbrala etnografijo (empirično beleženje načinov življenja), ki je obenem ključno orodje pri številnih drugih študijah, predvsem socioloških in kulturnih (Highmore 2002, 139). Garfinkel (1967) označi interpretacijo vsakdanjega življenja kot pogled na družbeno vedenje skozi posebno vrsto leče. Najprej je pomembno, da naredimo znano neobičajno oz. nevajeno oz. da pogledamo na fenomen, ki bi ga sicer zavrgli kot neznatnega in nepomembnega, bolj objektivno: vsakdanji pogovori, rituali pred spanjem, odločitve, kaj jesti itn. To pomeni izstopiti iz okvirov naših predpostavk o tem, kaj je normalno³⁰, naravno in neizogibno, kakor tudi vse vrednostne sodbe, ki jih naredimo glede izbire o najbolj zaželeni možnosti³¹ (Scott 2009, 4).

O medijih, tehnologiji in vsakdanjem življenju je pred 33 leti pisal tudi Bausinger in v enem izmed prvih tekstov razmišljal o razlikah v tehnologiji pri njegovih starih starših in njemu, tako kot danes počnemo študentje. »Če sledimo zadnjim transformacijam tehnologije, ne v smislu zgodovine tehnologije, temveč v odnosu do vsakdanjega, potem je najbolj pomembna rast v neopazni vseprisotnosti tehničnega. Drži, da je imela tudi generacija naših starih staršev že tehnološke produkte, a ti produkti so imeli komajda tehničen dotik; stvari niso bili sami po sebi stroji – razen morda šivalnega stroja³²« (Bausinger 1984, 346). Surealizem medijskega sveta po njegovem mnenju nadrealizem našega medijskega sveta ni sestavljen zgolj iz medijske vsebine, temveč vključuje tudi osupljivo prepletanje namernih in nenamernih dejanj, namernih in naključnih ukrepov, povezanih z mediji, za ljudi, okolje – celotno motno nerazumljivost vsakdanjega (Bausinger 1984, 351).

³⁰ Termin normalno je sicer sam po sebi izredno problematičen.

³¹ Scottova (2009, 4) navaja primer: s prijateljem lahko morda primerjamo zapiske o tem, koliko časa gledamo televizijo in kako je integrirana v naš dan, a to ni moralno vprašanje, ali je TV »slaba« oz. koliko časa »naj bi jo« gledali. Pač pa nam daje razmislek za vprašanja kot so kako, kdaj in zakaj smo se odločili za to dejavnost in ne za druge ter kakšnemu namenu služi v našem vsakdanjem življenju. Ali gledamo televizijo z drugimi in jo uporabimo za druženje? V katerem delu dneva jo gledamo največ - ali to sovпада z obroki, našim prostim časom, našim dolgčasom? To so moralno nevtralna vprašanja, ki v družbenem smislu odgovarjajo na vprašanje »kaj se dogaja?«

³² Pa tudi za slednjega je zapisal, da se ga je poganjalo na zelo tradicionalen način, z nogami, tako da danes (1984) služi kot nostalgichen kos pohištva ali nevarna otroška igrača.

5.1 Raziskovanje medijev in vsakdanjega življenja

Lutharjeva v članku *Nove kulturne tehnologije, komodifikacija kulture in študije občinstva* (Luthar 2010, 59) ugotavlja, da postaja vprašanje protetične in senzorične vloge medijev zaradi vseprisotnosti novih kulturnih tehnologij, kjer nimamo več opravka s klasičnim množičnim komuniciranjem, aktualnejše kot prej ter mu je zato potrebno posvetiti več pozornosti, da bi lahko preiskovali »učinke« novih medijev. Raziskovanje medijev in novih kulturnih tehnologij kot materialnih objektov je potrebno postaviti enakopravneje ob bok študijam interpretacij medijskih tekstov oz. raziskovanju vpliva tekstov, ki se mu tradicionalno najbolj posveča proučevanje medijskega občinstva (Luthar 2010, 59). Izbira raziskovalnih metod glede raziskav vsakdanjega življenja je odvisna od odgovorov na vprašanja, kaj naj zanima in kakšne podatke želimo zbrati. Raziskovalčeva izbira bo odsev njegove oz. njene ontološke in epistemološke pozicije (Scott 2009, 184). Verjetno najbolj očiten način za razumevanje vsakdanjega življenja nekoga drugega je, da gremo k njemu in ga doživimo neposredno. Ta tehnika izvira iz antropologije, kjer so raziskovalci skušali interpretirati pomembnost pravil, ritualov in rutin, ki so jih našli v »drugih« kulturah. (Malinowski 1984, 1922). Striktno gledano, etnografija ni metoda kot sama, ampak bolj pristop oz. strategija. Njen cilj je doseči poglobljeno, interpretativno razumevanje načinov življenja s perspektive ljudi znotraj določenih kulturnih ali subkulturnih kontekstih (Hammersley in Atkinson 1995, Brymann 2008). Kot metodološki pristop lahko etnografija vključuje različne raziskovalne metode, s kombinacijo katerih lahko dobimo bolj celovito, zaokroženo in poglobljeno razumevanje področja. Najpogosteje uporabljene metode so opazovanje, poglobljeni intervjuji in dokumentarna analiza. Intervjuji nam kot raziskovalcem posredujejo podrobna in osebna poročila udeležencev o njihovem pogledu na družbeni svet, sestavljenega in povedanega v njihovem lastnem vernakularnem jeziku. Taki bogati, kvalitativni podatki so obravnavani kot visoko avtentični in zanesljiv vir znanja, čeprav obstaja možnost pristranskosti, ko se ljudje spominjajo določenih dogodkov. (Scott 2009, 193–195).

Poster meni, da je študija prostora medijev v vsakdanjem življenju prepletena s težavami. Mediji so zanj naprave – niti subjekti niti objekti, umi niti telesa, osebe niti stvari, a hkrati oboje in vseeno se med seboj razlikujejo. V naša življenja po njegovem mnenju vstopajo na zabavne načine, za hrbtom našega kulturnega samorazumevanja. »Standardna zahodna predstava glede naprav kot orodij, z uporabniki kot predmeti in

napravami kot objekti, z utilitarno etiko domnevno za subjekt in privilegij, ki je dan njegovi namernosti ali zavestnosti – ta dolgoletni okvir za umeščanje orodij v kulturo ne ustreza kompleksnosti prakse ljudi z informacijskimi napravami« (Poster 2002, 750). Že od uvedbe tiska dalje se je vsaka generacija soočala z vprašanjem medijev in do umestitve novih medijev v družbi odzivala različno, s tesnobo ali veseljem (Poster 2002, 750). Malo dvoma je, da so postali mediji (tako diskurzi kot tehnologije) zelo vidna značilnost vsakdanjega življenja. Ni težko opaziti tudi, da je postaja svet okoli nas bolj in bolj zapolnjen z mediji. Storey vidi medijitizacijo kot poskus za kritično razumevanje večje prisotnosti in vpliva medijev v vsakdanjem življenju. Medijitizacija je več kot le opis nove faze v odnosu med mediji in vsakdanom. Čeprav si danes življenja praktično ne moremo več predstavljati brez medijev – ti namreč določajo ali celo nadzorujejo vsakdanje življenje – pa to ni ali ne sme biti le druga različica tehnološkega determinizma. Vsakdanje življenje ni več preprosto kraj, na katerega mediji vplivajo ali kjer medije uporabljamo, temveč je vsakdanje življenje prostor, kjer so človeška dejanja in interakcije že skoraj nepredstavljive brez medijev. (Storey 2014, 109–111). »Resnično razumevanje vpliva medijitizacije na vsakdanje življenje v resnici ni teoretično vprašanje, ampak bolj empirično. Hipotetična ugibanja morajo biti vedno podprta z osnovano raziskavo« (Storey 2014, 111). V medijskih študijah pogosto naletimo na znano navezavo na film Trumanov show iz leta 1998. Pogosto se omenja v navezavi z resničnostnimi šovi. Naše medijsko življenje je lahko videti tako kot televizijski studio iz tega filma, a Deuze izpostavi pomembno razliko – v resničnem svetu ni izhoda. Vprašanje, ki si ga moramo zastaviti torej ni, kako se izogniti ali uničiti medije v naših življenjih, temveč razmislek o tem, kaj bi lahko Truman Burbank naredil, če bi se odločil ostati znotraj njegovega v polnosti medijitiziranega življenja. Ni nam treba zgolj nastopati za kamere – tudi kamere lahko opravljajo delo za nas (Deuze 2012, xvii–xviii). Če želimo preučevati prilagoditve vsakdanjega življenja, se ne moremo opreti na kakršne koli jasne podatke o tem, katere medije (tehnologije, tekste in institucije) različne skupine in posamezniki primarno prilagodijo in pod kakšnimi pogoji (Jansson 2014, 277–278). Vsakdanje življenje ne sledi ciljno naravnanim racionalnostim s homogenimi pravili in viri kot recimo politično in komercialno življenje. Še več, sodobna medijska okolja, kjer se sekajo ere množičnih medijev in transmedijev, so preveč večplastna, da bi jih obravnavali kot koherentno institucijo, čeprav imajo nekatere medijske institucije in akterji res dominantno pozicijo znotraj določenih družbenih kontekstov. Za mnoge posameznike je danes vsakdanje življenje

prevzelo status »medijskega življenja« (Deuze 2011), ki ga zaznamuje integracija in penetracija medijskih oblik in vsebine v vseh družbenih regijah (Jansson 2014, 277–278). Trditev, da je danes naša družba nasičena z mediji, je izjemnega pomena tudi za polje vsakdanjega življenja in študije le-tega. Ko nekaj doseže točko nasičenosti, se prelije v vsakdanje življenje, naseli v domače okolje. Pred 200 leti je bilo potrebno vložiti veliko truda in denarja za iskanje podob in besed za zabavo in informiranje. Danes je prav nasprotno potrebno izjemno veliko napora, da se izognemo izdelkom kulturne industrije. Highmore ironično zapiše, da zaradi vseprisotnosti in razširjenosti medijskih oblik ni dovolj, da živimo izven mest, da smo relativno brez medijev, morali bi živeti »na drugem planetu«, da ne bi izvedeli nič o aktualnem resničnostnem TV-debaklu ali da ne bi namenili vsaj bežnega pogleda na najnovejšo oglaševalsko kampanjo za zadnjo mobilno napravo (Highmore 2011, 115). Bolj kot ljudje uporabljajo medije v domeni vsakdanjega življenja, bolj refleksivne postanejo debate o potencialni posledicah teh medijev. Zdi se, da se ljudje ne le zavedajo medijev v njihovih življenjih, ampak so tudi naše vsakdanje interakcije oblikovane okoli tega zavedanja. Mediji organizirajo tudi družinsko življenje, služijo kot platforma za mikrokoordinacijo in za razmišljanje o posledicah igranja nasilnih iger in podobnih morebitnih vplivih na otroke in starejše. Kljub temu, da jih zaznavamo, pa so mediji tako vpeti v naša vsakdanja življenja, da so postali skoraj nezaznavni del. Najbolj prodorne tehnologije so tiste, ki izginejo, je znan izrek Marka Weiserja. Točno to velja danes za medije. Ne izginejo seveda dobesedno, ampak postanejo nevidne tehnologije za našo zaznavo in zavest, saj so tako prepletene z našim vsakdanom (Deuze 2012, 60–61). Dejstvo, da zaradi tehnološke miniaturizacije lažje prenašamo, celo nosimo, digitalne komunikacijske naprave blizu naših teles, pomeni, da se je pojavil povsem nov obseg uresničevanja odnosov. Čeprav večina vgrajenih funkcij v recimo mobilne naprave zahteva določeno interakcijo preko vmesnika in tako pomeni hermenevtične odnose, izkušnja »golote«, ko ne nosimo lastnega mobilnika, kaže na navado stalnega in hipnega dostopa do kontaktov, informacij, zabave itn, prek spletne sfere in pomeni nekakšno tehnološko utelešenje. Razvoj novih programskih aplikacij in izpopolnjenih vmesnikov je prispeval k transparentnosti hermenevtičnih odnosov in tako zagotovil neke vrste mazivo za procese medijitizacije. Prisvojitvev in namestitvev novih mobilnih naprav redko zahteva posebna navodila za uporabo, uporabniki so vodeni skozi postopek namestitve in lahko začnejo uporabljati novo napravo že v nekaj minutah. Obstaja torej manj hermenevtičnega dela in manj arbitrarnega učnega procesa, vključenega za začetek

uporabe. Poleg tega pomeni ikonografija mobilnih naprav bolj neposredno kodo kot starejši meniji in ukazi, ki so temeljili na besedilu in so dominirali še pred nekaj desetletji. Danes se lahko tudi enoletni otrok hitro nauči, kako obvladati te naprave in kako navigirati med različnimi funkcijami in vsebinami. Interaktivna narava številnih aplikacij, kot tudi spletnih iskalnikov in komercialnih spletnih mest poleg tega integrira algoritme, ki do določene mere omogočajo tehnologijam, da se prilagodijo uporabniku in njegovim navadam in preferencam. (Jansson 2014, 282–283).

»Svetovi«, do katerih lahko dostopamo z mobilnimi napravami, so vse bolj raznoliki, nekateri so bolj ali manj samostojni in naravnani sami nase. Primer: mnoge lifestyle aplikacije, s katerimi lahko uporabnik spremlja in izboljša svojo uspešnost, tipično pri športnih aktivnostih, so oblikovane na način, ki omogoča visoko stopnjo igralnosti in deljivosti. Uporabnik vstopi v svet igre in tekmovanja, ki na eni strani nanaša na družbeni svet izven tehno-prostora (in ga zato lahko gledamo kot hermenevtičen odnos), po drugi strani pa vsebuje načine reprezentacije in krepitev pozornosti, ki so bolj podobni drugosti odnosov. Poleg dejstva, da lahko tehnologija v življenjskem slogu določenih skupin in posameznikov zaseda bolj ali manj svet položaj, je v povezani z novostmi in z vrednostjo blagovne znamke nastal celi novi svet igre. Do teh svetov lahko zaradi prenosljivosti novih spletnih naprav, ki so nepogrešljive pri »zapravljanju časa« med čakanjem ali v tranzitu, dostopamo skoraj od vsepovsod in kadarkoli. Ti primeri poudarjajo kompleksnost in nepogrešljivost in jasno kažejo, kako je sistem medijitizacije vezan tako na premislek (zamišljeni prostor) kot tudi na zaporedno normalizacijo novih družbenih praks (življenjski prostor) (Jansson 2014, 283). »Medijske stvari« so veliko več kot le tehnike. V veliki meri so tudi kulturne lastnosti, ki jih lahko sprejmemo ali zavrnemo na podlagi kulturnih vrednosti kot tudi funkcionalnih prednosti. (Jansson 2014, 284). Transmedijske naprave imajo potencial za vzpostavitev raznolikega niza odnosov in omogočajo dinamično prilagoditev različnim funkcionalnim potrebam. Ob istem času pomeni interpozitivnost in odprt pretok digitalnih podatkov med različnimi platformami (pametnimi mobilnimi napravami, računalniki itn.) ter da so se materialni prostori vsakdanjega življenja spremenili v integrirana medijska okolja, kjer lahko vzpostavimo določeno funkcijo ali odnos prek različnih dostopnih točk (Jansson 2014, 287–288).

Rothenbuhlerjevo konceptualizacijo medijev kot osrednje kulturne sile v družbi, o čemer govori že v devetdesetih letih prejšnjega stoletja, lahko tudi na nek način

postavimo ob bok konceptu medijitizacije, kar je postal osrednji koncept medijskih študij, saj lahko po njegovem kulturo sodobne družbe razumemo kot medijsko kulturo. Rothenbuhler medije obravnava kot osrednje kulturne pripovedovalce zgodb, saj govorijo zgodbe o svetu, npr. kdo je dober, kdo je slab, koga nagraditi, koga kaznovati, katero telo je lepo in katero grdo, kaj je prav in kaj narobe, kaj je tuje in kaj domače, koga sovražiti in s kom simpatizirati itd. Te posredovane zgodbe so tiste, ki danes igrajo osrednjo vlogo pri definiranju realnosti. (Pušnik, Luthar in Jontes 2016, 25–26). Prav ritualizacija je osrednji proces, ki poganja medijitizacijo družbe, saj je medijska kultura odvisna od človeških praks, ki so strukturirane kot ritualizirane rabe medijev³³ in od vključenosti ljudi v interakcijske rituale³⁴. »V sodobni družbi smo vsi ritualni mojstri, saj obvladamo rituale, v katere smo dnevno vpeti in jih rutinsko ponavljamo, saj s tem vzdržujemo red, stabilnost te družbe in solidarnost med ljudmi Tudi medijska kultura nas je dodobra socializirala v mojstrsko prakso ‚delanja‘ ritualov« (Pušnik, Luthar in Jontes 2016, 27).

»Koncept medijskih repertoarjev pomeni medsebojno povezano konfiguracijo medijev pri človeku in se nanaša na način kombiniranja različnih medijev in ustvarjanje celostnega tipičnega vzorca medijske uporabe« (Luthar in Oblak Črnič 2015, 8).

5.2 Vloga polimedijev v transnacionalnem komuniciranju

Digitalni mediji so v zadnjem času tudi v presečišču z vprašanji mednarodnega in interkulturalnega komuniciranja. Z globalizacijo komunikacija ni več omejena z mejami nacionalne države. Svet postaja vedno bolj povezan, zato je pomembno, da osvetlimo tudi to vlogo digitalnih medijev in opredelimo razliko glede na predhodnike novih medijev. V zadnjih nekaj letih poteka revolucija z velikimi posledicami. Čeprav transnacionalne družine niso nekaj novega, postajajo vse pogostejše in običajne. Dramatična sprememba, ki je revolucionirala način, kako družine vzdržujejo komunikacijo na dolge razdalje, je pojav obilice spletnih in mobilnih platform kot so elektronska pošta, hipno sporočanje, družbena omrežja, telefonija preko internetnega protokola, videotelefonija. Ti novi mediji so v osrčju novega komunikativnega okolja

³³ večerno gledanje novic na televiziji, nenehno pregledovanje sporočil na mobilnem telefonu, redno spremljanje priljubljenega resničnostnega šova na televiziji, skupinska udeležba v baru, kjer prek velikega zaslona prenašajo nogometno tekmo, redno snemanje selfiejev na potovanju, brskanje po spletu ali igranje igrice prek mobilne naprave

³⁴ ko se zakonca v poznem popoldnevu srečata po delovniku in se instrumentalistično pogovarjata o tem, kako sta preživela dan, ko prijatelja na pijači flirtata s puncami, ki sedijo pri sosednji mizi, ko direktor pokliče na zagovor svojega podrejenega, da bi ga odpustil iz službe ...

(Madianou in Miller 2012, 1). Madianou in Miller (2012, 124–125) uporabljata izraz polimediji, ki se nanaša na različne, nenehno spreminjajoče se medije in potrebo po konfiguraciji uporabe, ki jo običajno sestavlja več različnih medijev. Prvi pogoj za nastanek polimedijev je razpoložljivost obilice medijske izbire, t.j. ko ima uporabnik doma za uporabo na voljo vsaj šest medijev, ki si jih lahko zlahka privošči. Drugič, uporabniki morajo imeti veščine in samozavest za uporabo digitalnih medijev. Tretji pogoj je, da so glavni stroški infrastrukturni, kot so stroški strojne opreme in internetne povezave in ne stroški individualnih dejanj komuniciranja. Ena izmed ključnih lastnosti polimedijev je tudi, da preusmerja razmerja moči. Ljudje so pridobili večji del nadzora nad tehnologijo, saj imajo danes na voljo več alternativ. (Madianou in Miller 2012, 137). Danes je uporabnik, in ne zunanji faktorji, tisti, ki je odgovoren za izbiro določenega medija. Ves tehnološki napredek, digitalna in medijska konvergenca, nova mobilna omrežja, širokopasovne povezave, so privedla in seveda omogočila razvoj trenutno najpomembnejših platform in aplikacij za transnacionalno komuniciranje. Če so bili včasih stroški govornega klica v mednarodnem telefonskem prometu izjemno visoki in marsikomu nedosegljivi, že v fiksno omrežje, kaj šele v kasneje razvito mobilno, je danes vse drugače. Ob fiksnem strošku mesečne naročnine za širokopasovno povezavo (xDSL, FTTH), dobimo dostop do neizmerne števila programov. Najbolj osnovni naslednji korak od pisemske komunikacije je seveda e-pisemska komunikacija, ki jo omogoča elektronska pošta. Izzivi in frustracije glede transportnega časa so kar naenkrat izginili, stroški pa izjemno zmanjšali (tudi že ob uporabi »zgolj« klicne povezave prek modema«. Razvoj sledi sistematično in sledi višanju hitrosti prenosa podatkov: od pošiljanja fotografij kot prilog v e-pošti, zvočnih in video posnetkov v manjši ločljivosti, do najbolj zanimivega in transnacionalno zanimivega za današnji čas, skorajda neomejeno hipno in neprestano komunikacijo ter povezanost. Osebne komunikacije seveda zaenkrat nobena tehnologija še ni v polnosti nadomestila, a z novimi platformami smo bližje, kot kdajkoli.³⁵

³⁵ Prek podatkovnega omrežja lahko pošiljamo sporočila, brez da bi za to plačevali stroške SMS-ov ali MMS-ov – to nam omogočajo storitve kot so iMessage, WhatsApp, Viber, Facebook Messenger, Line, tudi Skype. Naslednji korak je govorna komunikacija prek internetnega omrežja ali VoIP. Govorni klic prek Skype, Viber, WhatsApp, FaceTime Audio in še mnogi drugi. Trenutno najbolj sodobna različica komunikacije pa je seveda videotelefonija, dasiravno razvita že daljno, a po obstoječih telefonskih povezavah nikoli tako razširjena, kot je danes. Skype, FaceTime, danes na voljo skorajda že v vseh sporočilnih aplikacijah. Še več, sodobne platforme niso zgolj spletne, so tudi mobilne. Izvorna država, ostali družinski člani, kdorkoli, je z nami skorajda vedno v žepu. Potreben je le malce boljši naročniški paket, ki ima vključen prenos podatkov. Za uporabo zgoraj navedenih aplikacij in storitev pa je dovolj

Področje preučevanja migracij ponuja plodna tla za raziskavo posledic novih medijev. Rast globalnih migracij je ključen fenomen sodobnih družb, tako v državah izvora kot državah gostiteljicah. Migranti kot transnacionalni subjekti so lahko prefinjeni uporabniki novih komunikacijskih tehnologij in z njimi ohranjajo stik z družino, ki je ostala v državi izvora, z uporabo pa lahko izboljšujejo svoje življenjske priložnosti, pred in po migraciji. V nasprotju s splošnimi stereotipi, ki označujejo migrante kot nenehno obubožane in informacijsko osiromašene, nedavne raziskave izpostavljajo, da so nekatere skupine ekonomskih migrantov med prvimi tehnološkimi navdušenci, ki so pripravljeni vlagati v strojno opremo in se soočiti tudi z vsemi potrebnimi stroški za sodobno internetno povezavo. Za mnoge migrantske družine je življenje skorajda povsem odvisno od komunikacijskih medijev in njihov vsakdan označuje Deuzeva skovanka »medijsko življenje« (Madianou v Lundby 2014, 323–324; Deuze 2007, 242). Spremembe v medijih preoblikujejo našo zaznavo informacij in fizičnih ter družbenih krajev po svetu. Razmerja med ljudmi se preoblikujejo, ker jim to omogočajo mediji, z njimi pa se preoblikuje tudi proces migracij.

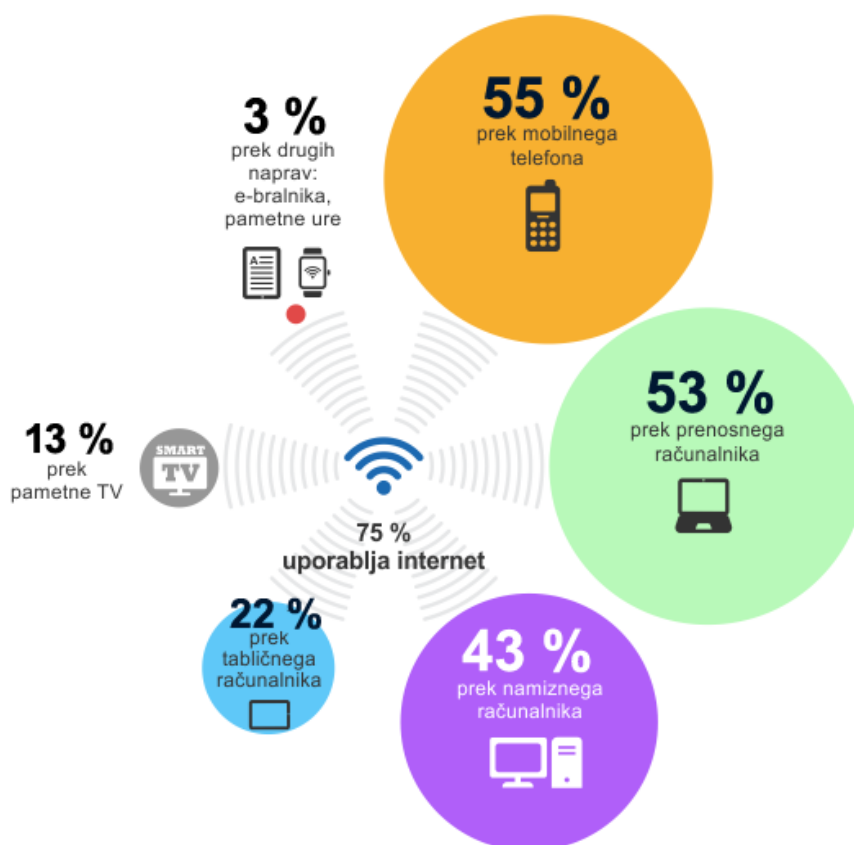
tudi obisk ali približanje kakšni od prosto dostopnih javnih brezžičnih brezplačnih Wi-Fi točk, ki jih je po svetu vsak dan več. Internetna tehnologija nam danes ponuja praktično neskončne možnosti.

6 EMPIRIČNI DEL

6.1 Razvoj informacijske družbe v Sloveniji

V prvem četrtletju 2016 je bilo med osebami, starimi 16–74 let 75 % oseb, ki so redni uporabniki interneta (v 2015: 73 %). 64 % jih je internet uporabljalo vsak dan ali skoraj vsak dan (v 2015: 61 %). Internet so do starostnega razreda 35–44 let uporabljale skoraj vse osebe. Rednih uporabnikov interneta med osebami starimi 45–54 let je bilo 78 %. Med 55–64-letniki je bilo rednih uporabnikov interneta 52 %, med 65–74-letniki pa 29 %. Osebe, stare 16–74 let, so v prvem četrtletju 2016 do interneta najpogosteje, v 55 %, dostopale prek mobilnega ali pametnega telefona. Takih, ki so dostopali do interneta prek prenosnega računalnika, je bilo 53 %; prek namiznega računalnika je dostopalo 43 %, prek tabličnega računalnika 22 % in prek pametne televizije (Smart TV) 13 % (Slika 6.1). Druge mobilne naprave, npr. igralno konzolo, e-bralnik, pametno uro ipd., so za dostop do interneta uporabljali 3 % oseb. Na Statističnem uradu Republike Slovenije redno zbirajo podatke o uporabi interneta v gospodinjstvih in pri posameznikih v Sloveniji, po zadnjih trenutno dostopnih podatkih tako ugotavljajo, da mlajše generacije dostopajo do interneta večinoma prek mobilnega ali pametnega telefona. Odstotek oseb, ki so dostopale do interneta prek mobilnega ali pametnega telefona, je bil najvišji v starostnih skupinah 16–24 let in 25–34 let (91 %), potem med 35–44 let-letniki (74 %), najnižji pa pri osebah, starih 65–74 let (7 %). (Statistični urad Republike Slovenije 2016).

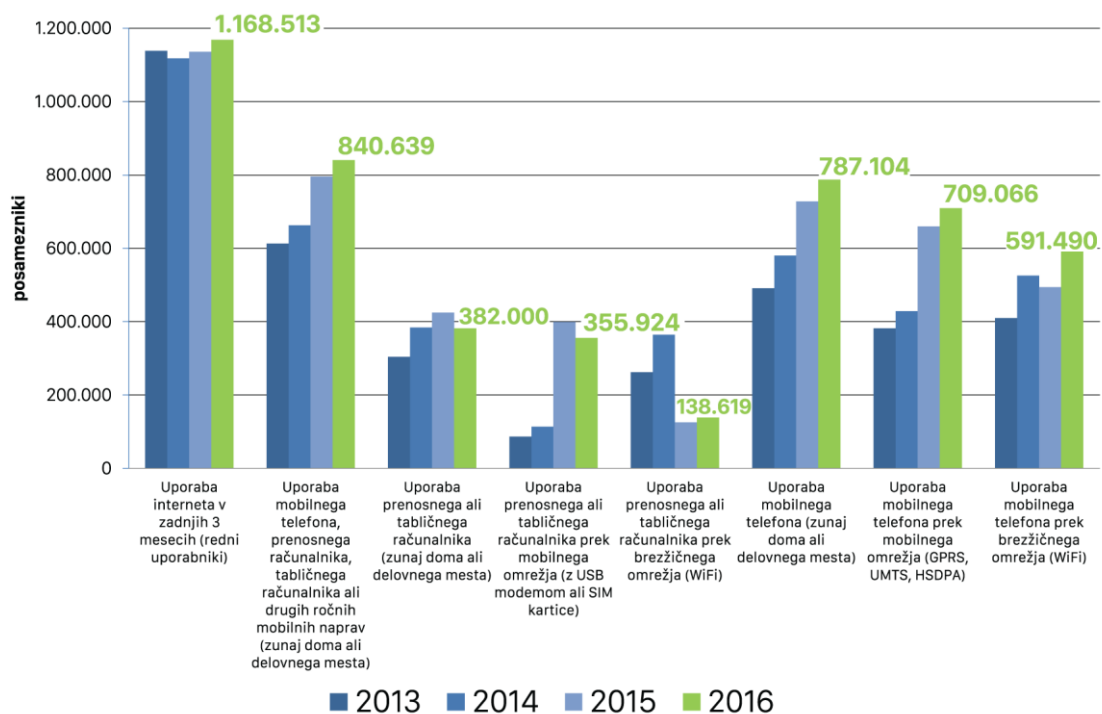
Slika 6.1: Uporaba interneta in načini dostopa do interneta



Podatki za osebe stare 16–74 let, 1. četrletje 2016, Slovenija.

Vir: Statistični urad Republike Slovenije.

Slika 6.2: Dostop do interneta prek mobilnih naprav pri rednih uporabnikih interneta



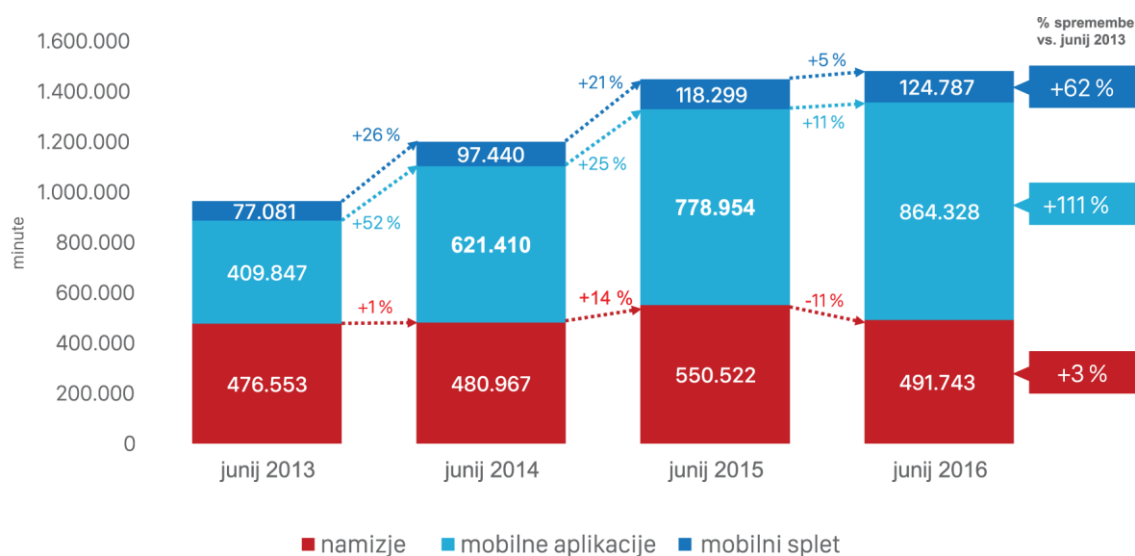
Vir: Lasten na podlagi podatkov Statističnega urada Republike Slovenije (2016).

V prvem četrtletju je imelo dostop do interneta 78 % gospodinjstev. 29 % teh gospodinjstev je do interneta dostopalo prek optičnega omrežja (v 2015: 24 %), 72 % pa prek mobilne širokopasovne povezave (v 2015: 69 %). 22 % gospodinjstva ni imelo dostopa do interneta; največ teh gospodinjstev je kot vzrok navedlo, da ga ne potrebujejo (65 %) (Statistični urad Republike Slovenije 2016).

6.2 Razvoj informacijske družbe v ZDA

Raziskave družbe comScore in podatki za ZDA kažejo, da se je čas, ki ga ljudje preživijo z digitalnimi mediji, od leta 2013 izjemno povečal, a rast na vseh platformah se počasi upočasnjuje.

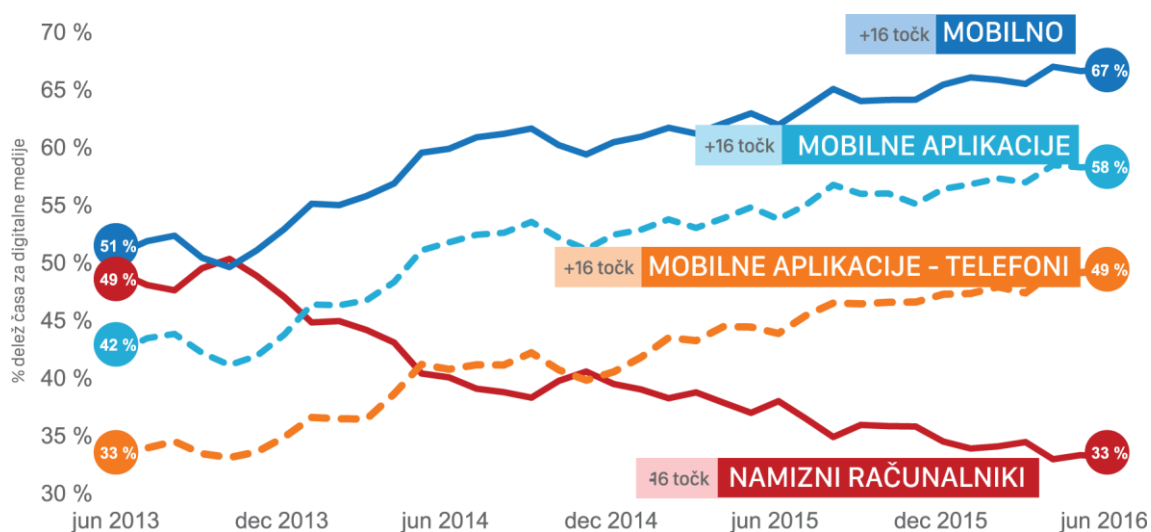
Slika 6.3: Rast časa, preživetega z digitalnimi mediji (podatki za ZDA)



Vir: comScore (2016).

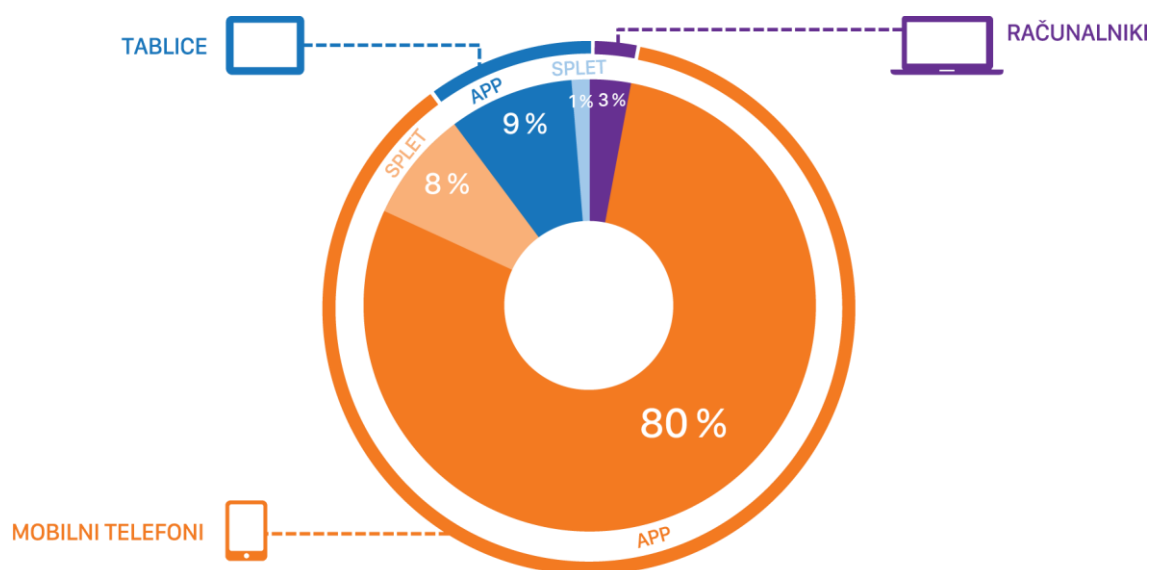
Mobilna platforma predstavlja dve od treh digitalnih minut v ZDA, mobilne aplikacije pa se približujejo 60 % deležu celotnega časa, ki ga ljudje porabijo za digitalno. Priročnost mobilnih naprav in tabličnih računalnikov ter inovacije okoli mobilnih aplikacij so popolnoma preusmerile digitalno medijsko krajino, seveda v prid mobilnemu segmentu (comScore 2016).

Slika 6.4: Delež časa za digitalne medijske platforme



Vir: comScore (2016).

Slika 6.5: Delež rasti celotnega digitalnega časa: junij 2013 vs. junij 2016



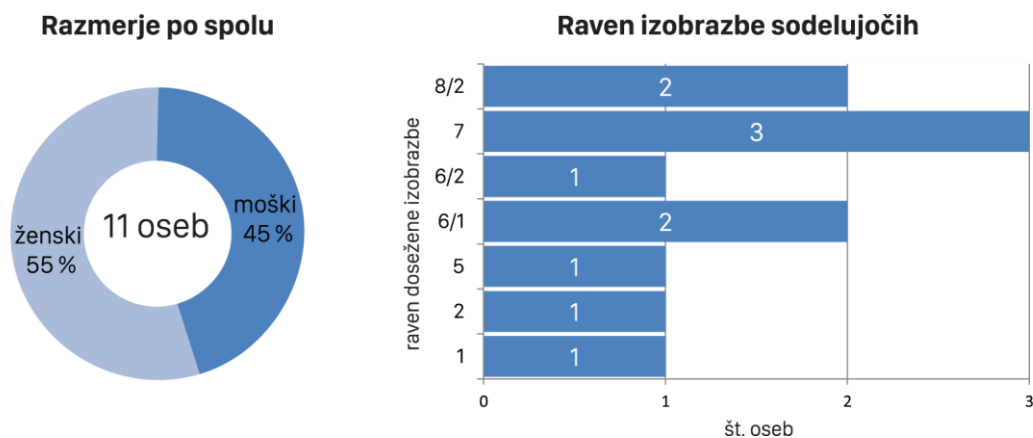
Vir: comScore (2016).

Največje gonilo rasti v zadnjih treh letih so bile mobilne aplikacije. Čas, preživet z mobilnimi napravami, ki podpirajo mobilne aplikacije, tako predstavlja kar 80 % celotne rasti v digitalnem medijskem prostoru. (comScore 2016).

6.3 Etnografska kvalitativna raziskava

Poleg analize podatkov o razvoju informacijske tehnologije pri nas in v svetu, je pomemben del empiričnega dela etnografska kvalitativna metoda samoopazovanja komunikacijskih oz. medijskih dnevnikov, s katero so udeleženci v vnaprej dano tabelarično strukturo z osnovnimi informacijami beležili podatke, opise in zapise lastnih medijskih situacij. S tako mikro študijo sem spoznal prakse medijitizacije, kot jih izvajajo in doživljajo posamezni akterji in manjša skupina, ter kako je to transformiralo njihova življenja in delo. V raziskavo sem vključil 11 oseb, v starosti od 12 do 92 let, povprečna starost sodelujočih je bila 53 let, v zajetem vzorcu je 55 % žensk in 45 % moških. Vsem sodelujočim sem izročil prazen medijski dnevnik s tabelarično strukturo in navodili za pravilen zapis (prikaz v Prilogi A) ter jih prosil, da ga čim bolj natančno izpolnijo s svojimi medijskimi aktivnostmi v obdobju enega poljubnega dneva. S petimi sem za tem, ko so izpolnili medijski dnevnik opravil tudi krajši intervju, štiri upokojece pa sem vključil v daljši skupinski intervju oz. fokusno skupino, pred katero sem jim podal zgolj izhodišča za razpravo. Tako sem pridobil poglobljen vpogled v interpretacijo njihovih medijskih aktivnosti.

Slika 6.6: Demografski podatki sodelujočih v etnografski raziskavi




6.4 Spletna mobilna raziskava

Poleg metode medijskih dnevnikov sem za namen zbiranja objektivnih podatkov o uporabi mobilnih naprav in aplikacij pripravil tudi spletno anketo za uporabnike naprav iPhone. Povabil sem jih, da sodelujejo prek mobilne ankete, ki sem jo zasnoval na platformi Wufoo in ki sem jo povezal tudi s storitvijo za shranjevanje datotek Dropbox. Prosil sem jih, da v anketo poleg demografskih podatkov naložijo tudi zaslonske slike iz Appleovega operacijskega sistema za mobilne naprave iOS. Mobilne naprave iPhone

imajo namreč vgrajeno sistemsko funkcijo spremljanja porabe baterije. V zavihku nastavitvev lahko tako pregledujemo svojo porabo za zadnjih 24 ur ali obdobje 7 dni, tako v odstotkih kot tudi natančno v urah oz. minutah našega »zaslonskega časa«. Zbrani podatki predstavljajo zanesljiv vir, saj so del operacijskega sistema, ki jih samodejno zbira in na katere nimamo vpliva.

Slika 6.7: Spletna pasica–vabilo k sodelovanju v spletni anketi



Kakšna je vaša uporaba baterije na iPhonu?

V kratko anketo naložite svoj **screenshot uporabe baterije** in sodelujte v raziskavi za magistrsko delo.

Najlepša hvala že v naprej!

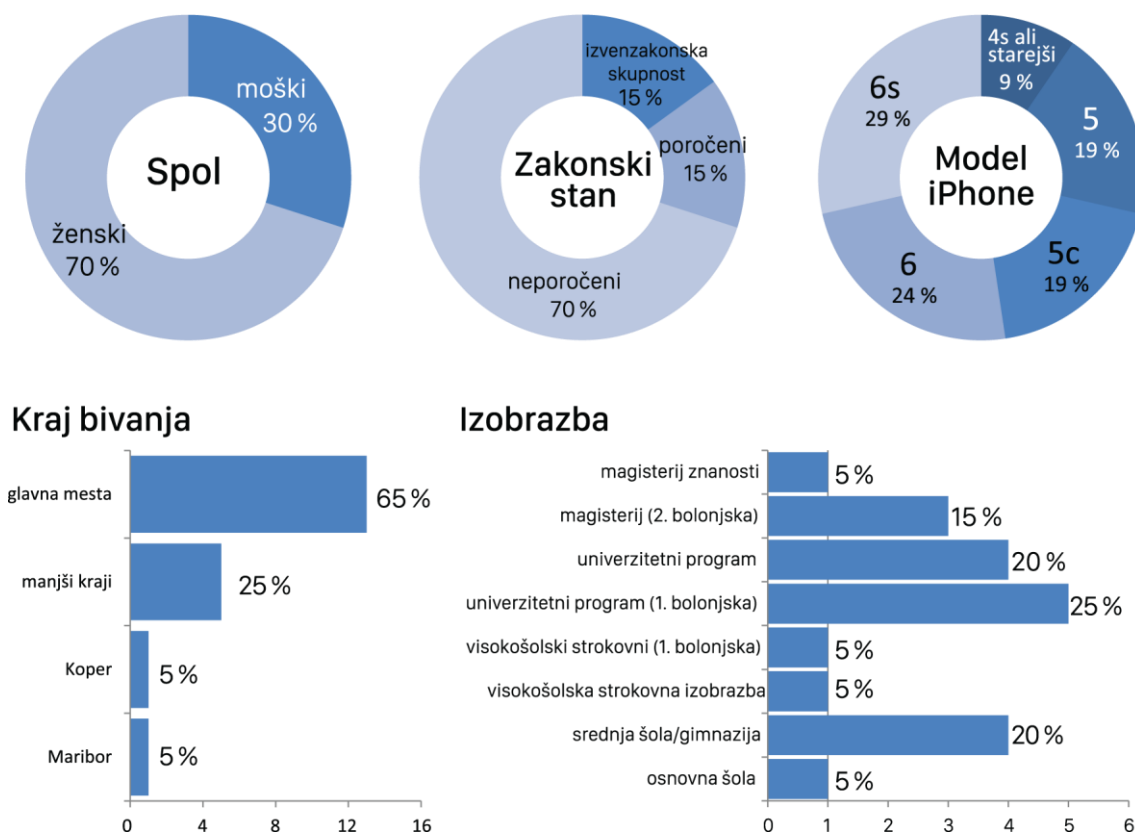
<https://bostjann.wufoo.com/forms/anketa>

| App | Usage | Percentage |
|------------|---|------------|
| Pokémon GO | 24,2 hrs on screen – 20 mins background | 57% |
| Safari | 4,1 hrs on screen | 6% |
| Instagram | 2,1 hrs on screen – 3 mins background | 5% |
| 9GAG | 2,5 hrs on screen | 4% |

Anketo na platformi Wufoo sem objavil v septembru 2016 in prek različnih kanalov skušal doseči čim več respondentov, kar se je izkazalo za težje, kot sem pričakoval. Razloga za to sta dva, prvi je seveda, da v današnji zasičenosti z informacijami na spletu z akademsko anketo težko dosežeš ciljno skupino ali profil brez kakršnihkoli sredstev, še posebno, če nisi več aktiven uporabnik družbenega omrežja Facebook (pa tudi tam se monetizira vsebine in manjša doseg brezplačnim vsebinam). Naknadno sem pripravil tudi anketo v angleškem jeziku in jo objavil na britanski spletni platformi za raziskovalce in rekrutiranje udeležencev CallForParticipants, kar je le za malenkost povečalo število respondentov, prav tako objava na »subredditu« SampleSize družbenega omrežja Reddit. Drugi pomemben razlog je, da je bila anketa zaradi svoje zasnove in cilja zbrati zgolj primerljive in zanesljive podatke omejena samo na uporabnike naprav iPhone, ki globalno predstavljajo precej manjši delež v primerjavi z sistemom Android. Po podatkih IDC iz avgusta 2016 je bil globalni tržni delež mobilnih platform sledeč, Android 87,6 % in iOS 11,7 %. Nezanemarljiv razlog pa je tudi v tem, da je to drugačna anketa, za katero moraš narediti določeno aktivnost. Seveda jo je treba odpreti v brskalniku mobilne naprave, tam poiskati meni Nastavitve, nastaviti obdobje merjenja in spremeniti enote iz % v čas, narediti zaslonsko sliko in jo tudi naložiti v

anketo. Skupaj sem tako pridobil 22 respondentov v Sloveniji (od tega sem kot nepravilno izpolnjene ankete izločil 4), zraven pa še 9 tujih respondentov (od tega 7 izločenih kot neprimerna vsebina naloženih slik – v veliki meri niso bile zaslonske slike Uporabe baterije, ampak različne naključne podobe). Končni vzorec te vzporedne ankete je tako znašal 20 oseb starih od 17 do 40 let, povprečna starost je znašala 28 let.

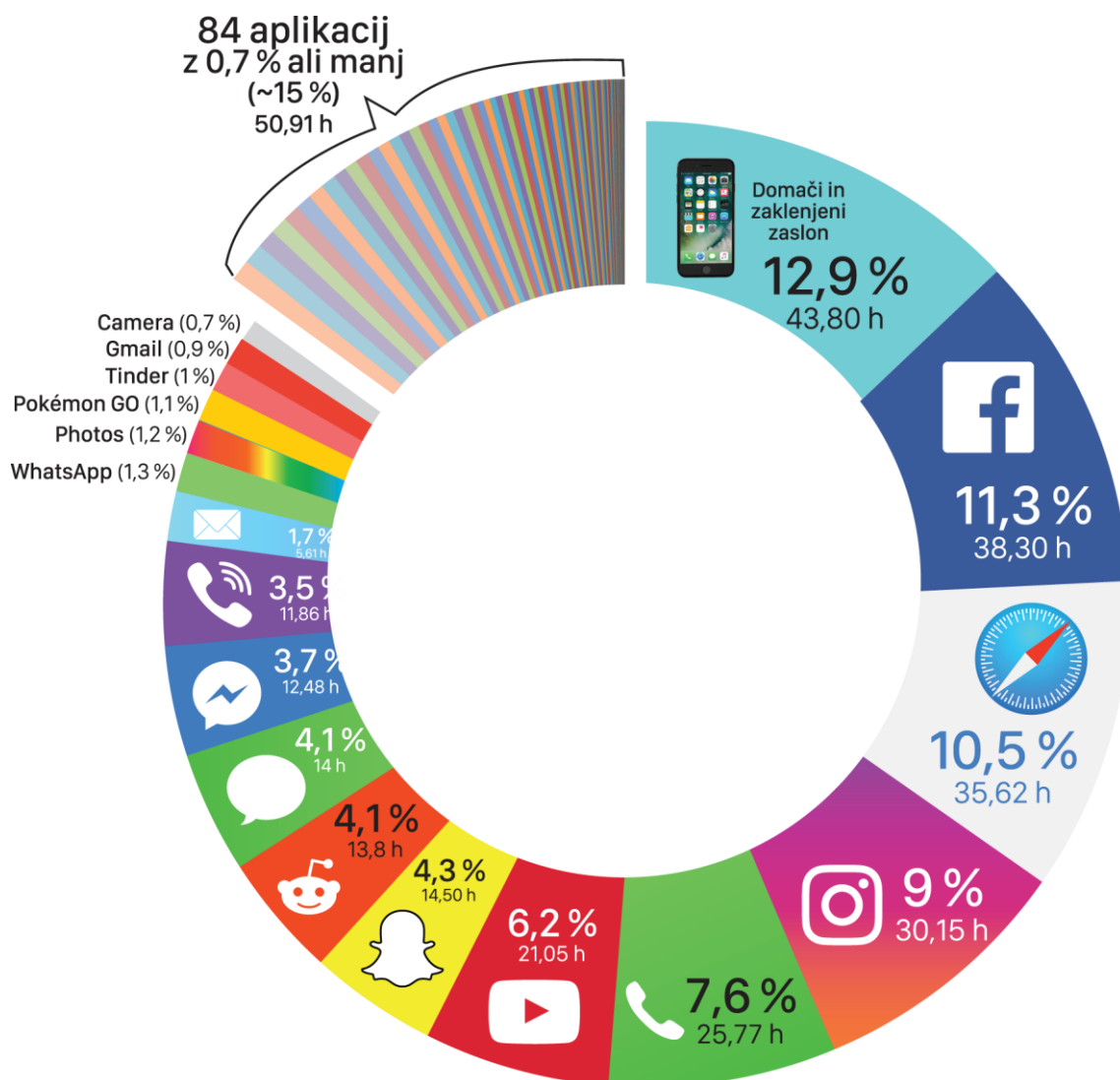
Slika 6.8: Demografski podatki respondentov spletne ankete



6.5 Rezultati spletne mobilne raziskave

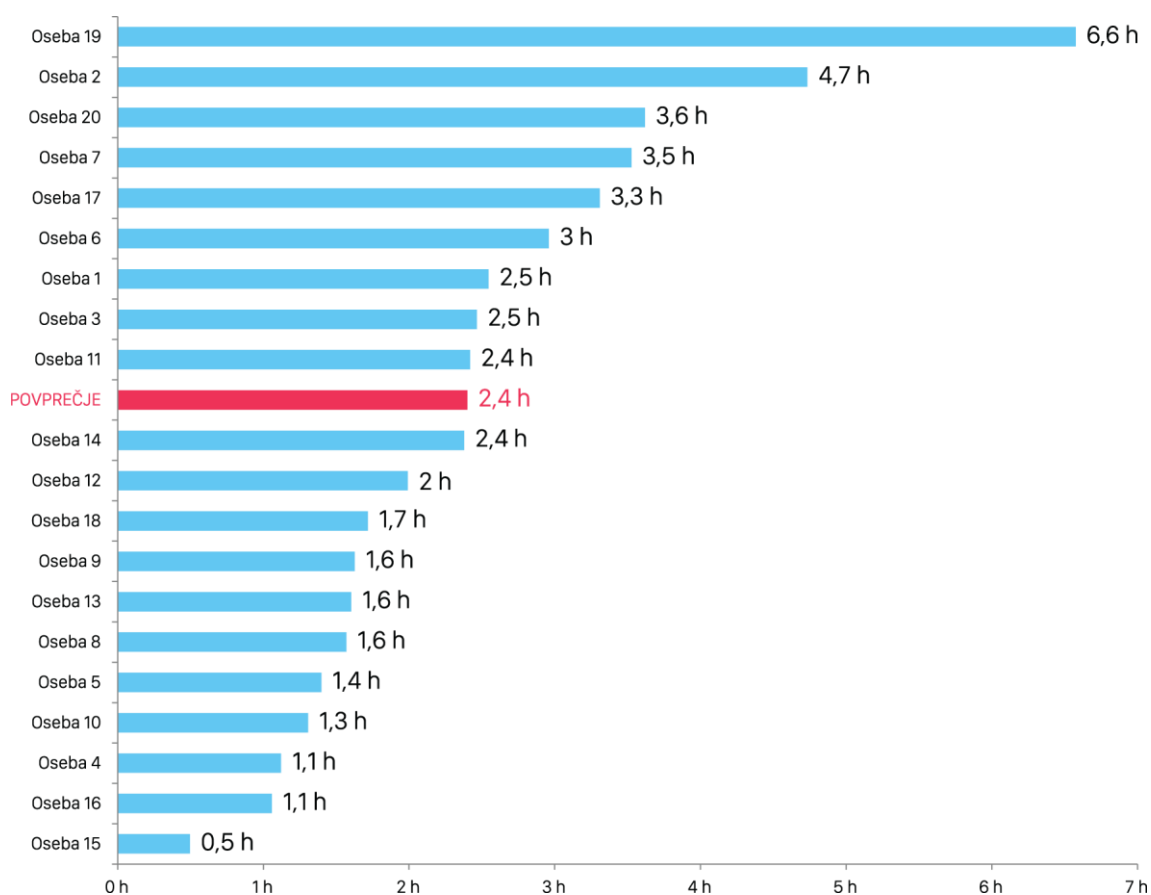
Med najbolj uporabljenimi aplikacijami sodelujočih v anketi ni presenečenj glede na znane in primerljive mednarodne podatke o uporabnikih, je pa izjemno zanimivo, da sem s to metodo ugotovil, da na prvem mestu po urah uporabe sploh ni aplikacija. Posamezniki so največ časa z mobilno napravo preživeli pred *Domačim in zaklenjenim zaslonom* (12,9 % vsega časa z mobilno napravo), kot poimenujemo pogled na mobilni napravi, ki nam prikazuje ali zgolj naše ozadje in uro, potisna sporočila (v zadnjih različicah sistema iOS lahko npr. na sporočila odgovarjamo že znotraj prikaza potisnih sporočil), prilagodljive pripomočke oz. gradnike (informacije o vremenu, koledar, novice ipd.), tako pa poimenujemo tudi pogled na seznam oz. mrežo naših aplikacij.

Slika 6.9: Najbolj uporabljene aplikacije/storitve v obdobju 7 dni (v % in urah)



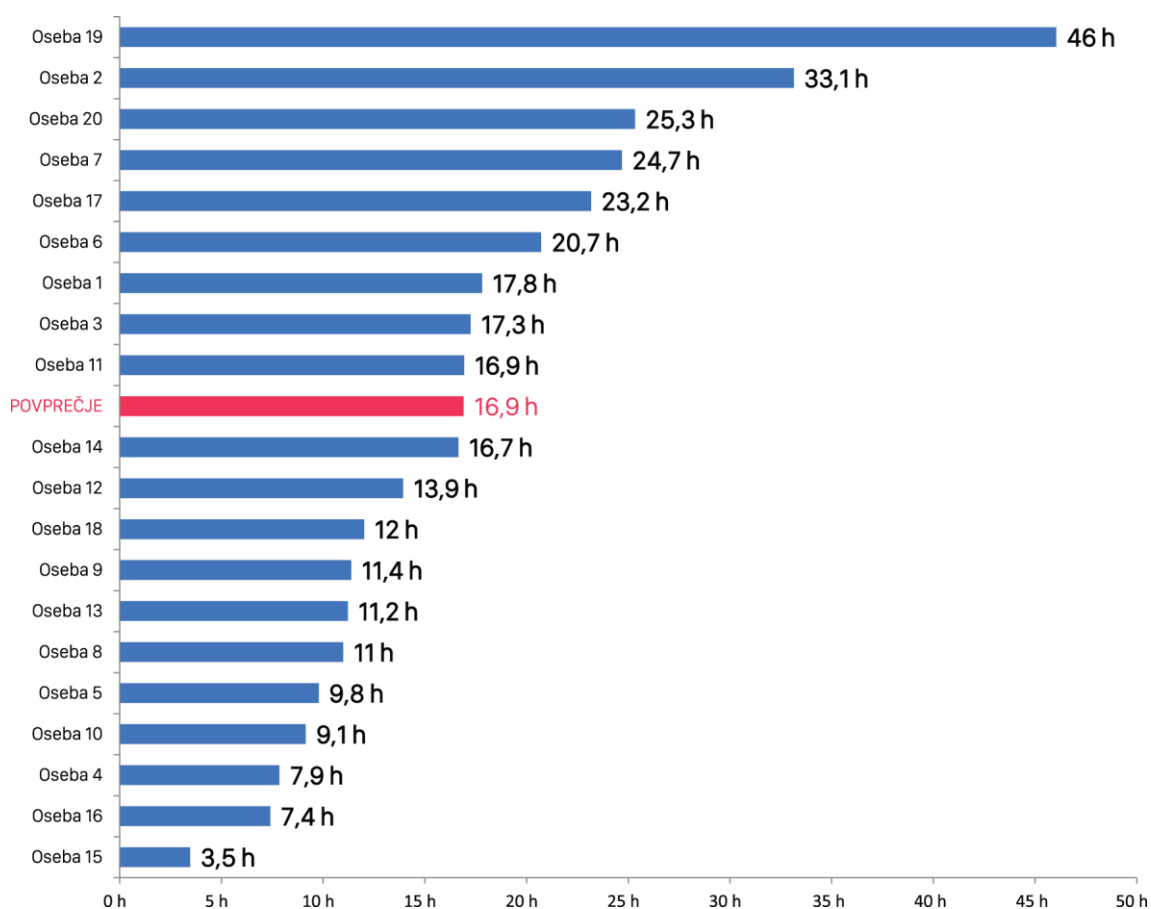
Med najbolj uporabljeni aplikacijami v obdobju 7 dneh (Slika 6.9) je na prvem mestu Facebook (11,3 %), sledijo mu Safari (spletni brskalnik) z 10,5 %, družbeno omrežje Instagram (9 %), aplikacija za klicanje (prednastavljena v sistem) z 7,6 %, YouTube (6,2 %), Snapchat (4,3 %), ki mu sledi v Sloveniji manj poznano in uporabljeno spletno mesto Reddit (4,1 %), ki je primarno prostor za širjenje povezav na razne novice in običajno zabavne vsebine ter prostor za forumske razprave, število uporabnikov ocenjujejo na več kot 200 milijonov. Za njim je vgrajena aplikacija za pošiljanje sporočil (4,1 %), sledi Facebook Messenger (3,7 %), za njim Viber, aplikacija za pošiljanje sporočil in klicanje (3,5 %) in vgrajena aplikacija za pregledovanje in pošiljanje e-poštnih sporočil (1,7 %). Ostale aplikacije posamezno ne dosegajo deleža 1,5 %, kar 84 aplikacij pa so skupno uporabljali manj kot 15 % časa.

Slika 6.10: Trajanje aktivne uporabe mobilne naprave v sedmih dneh



Povprečno so anketiranci v enem tednu pred mobilnim zaslonom aktivno preživelih 17 ur. Med najbolj aktivnimi je bil 17-letni uporabnik, povprečno je pred mobilnim zaslonom preživel kar 6,5 ur dnevno. Če povprečje vseh preračunam na dnevno povprečje to znese 2,4 ure (Slika 6.10). Če ta podatek primerjam s podatkom, ki mi ga je posredoval Kevin Holesh, avtor aplikacije Moment, ki s podobno metodo zbira in analizira uporabo mobilnih naprav (osebna komunikacija, 23. 2. 2017), je to dnevno povprečje nižje od povprečja vzorca vseh uporabnikov aplikacije Moment (ki se giblje nad tisoč osebami), ki znaša 222 minut oz. 3,7 ure. Dodatno sem od Holesha pridobil podatek o številu pogledov na telefon oz. natančneje, kolikokrat dnevno pogledamo oz. aktiviramo zaslon mobilne naprave. Povprečno ga osebe, zajete v njegov vzorec tisočih, vsak dan ločeno pogledajo kar 52-krat, to je recimo v 12-urnem časovnem obdobju več kot 4-krat na uro.

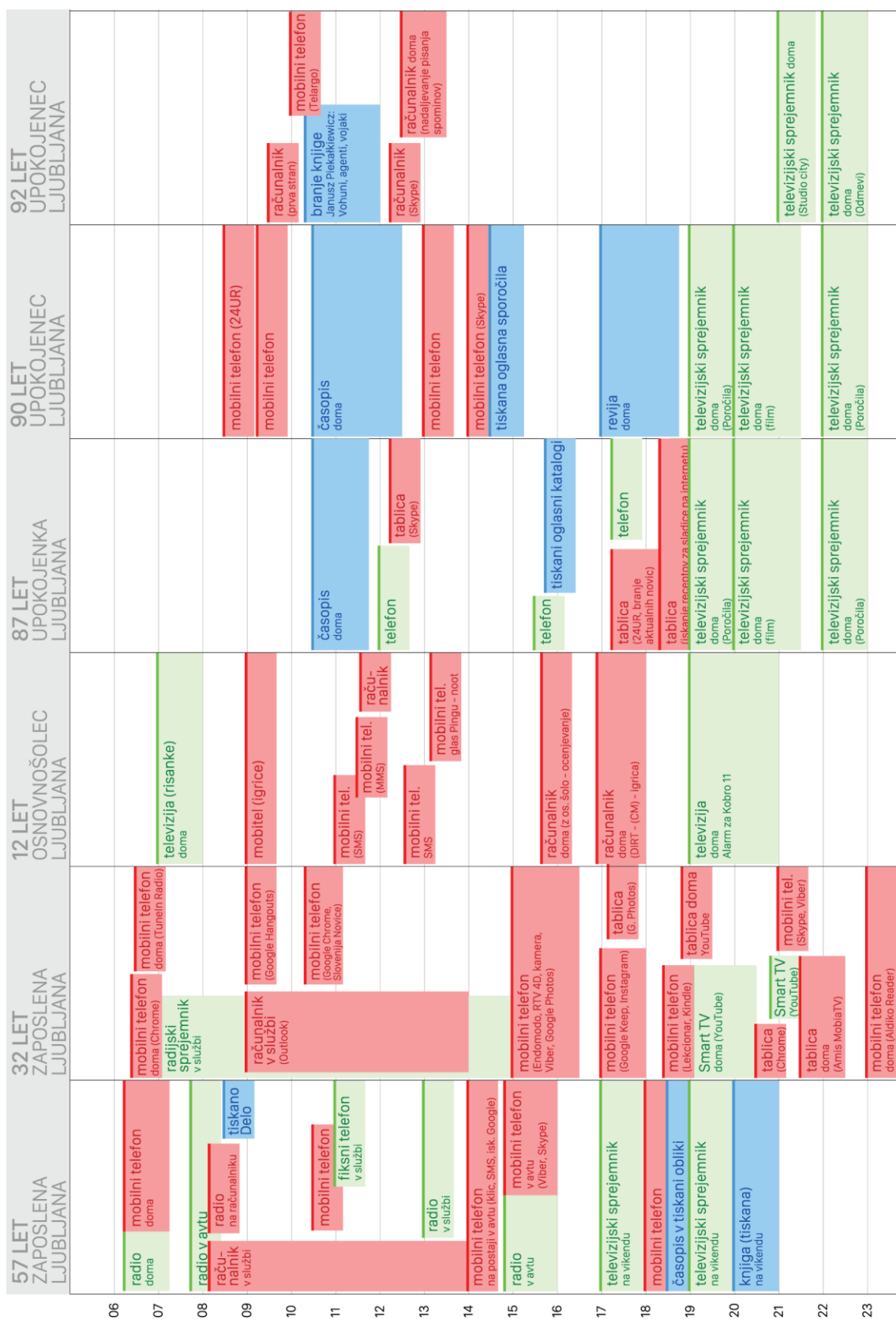
Slika 6.11: Povprečno trajanje dnevne aktivne uporabe mobilne naprave



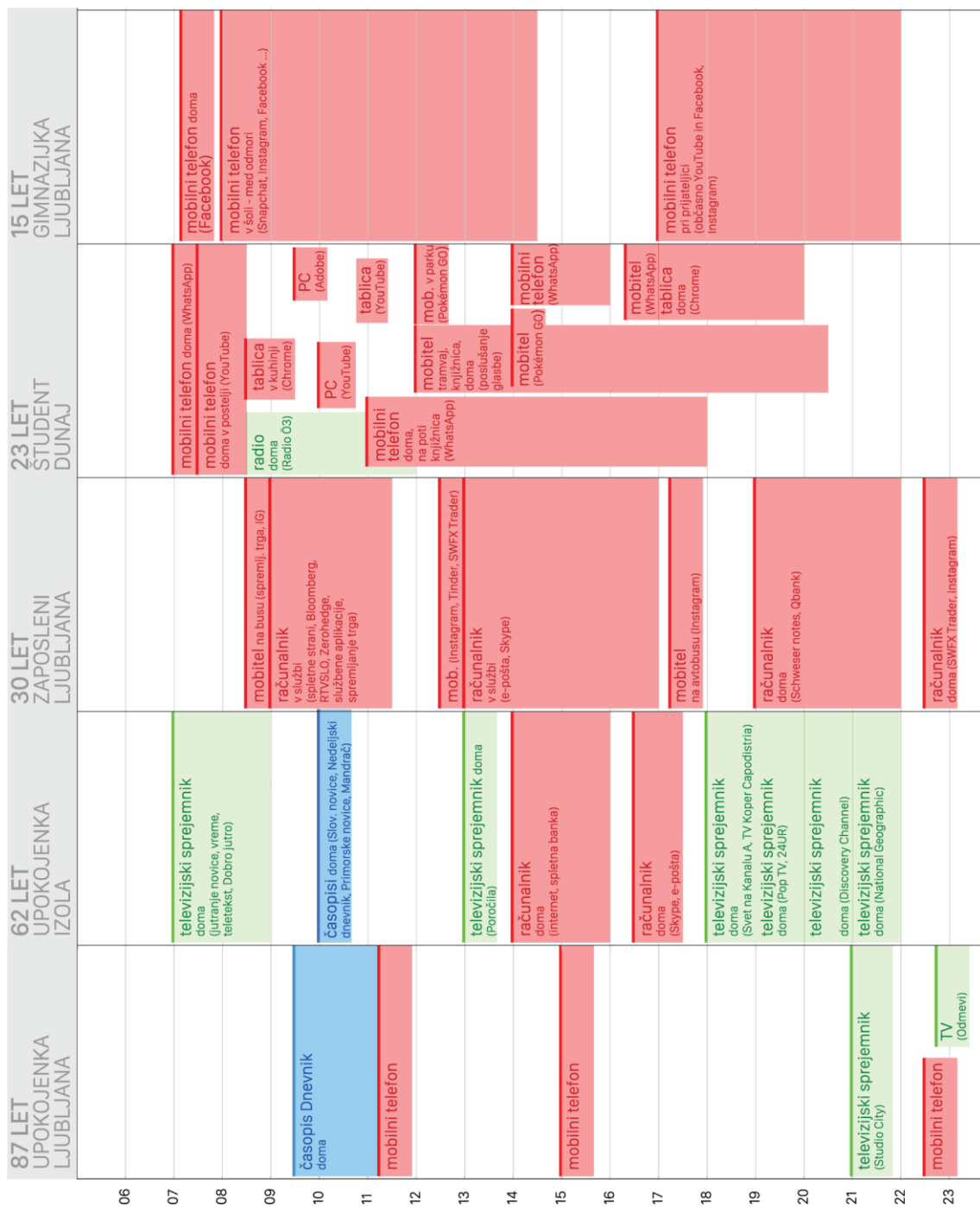
6.6 Grafična ponazoritev medijskih dnevnikov

Vse medijske dnevnike, ki sem jih pridobil od sodelujočih posameznikov, sem vnesel v digitalno obliko in jih združil v vizualno časovno ponazoritev (Sliki 6.12 in 6.13). Za kategorizacijo medijskih aktivnosti sem določil tri osnovne barvne kode, rdečo barvo, s katero sem označil aktivnosti na mobilnih medijih in računalniških napravah (mobilnih napravah, računalnikih in tablicah), zeleno barvo, ki določa klasične elektronske medije oz. poslušanje radijskih in gledanje televizijskih sprejemnikov ter telefoniranje prek stacionarnih telefonov ter modro, ki označuje tiskane medije (časopise, knjige, revije). Podrobneje je legenda prikazana in razložena v Sliki 6.14.

Slika 6.12: Grafična ponazoritev medijskih dnevnikov – prvi del



Slika 6.13: Grafična ponazoritev medijskih dnevnikov–drugi del



Slika 6.14: Legenda barvne sheme grafične ponazoritve medijskih dnevnikov

Mobilni mediji in računalniške naprave

| | | |
|--------------------------|--------------------------------|---------|
| mobilni telefon /naprava | osebni ali prenosni računalnik | tablica |
|--------------------------|--------------------------------|---------|

Klasični elektronski mediji

| | | |
|-------------------------|-------|---------------------|
| televizijski sprejemnik | radio | stacionarni telefon |
|-------------------------|-------|---------------------|

Tiskani mediji

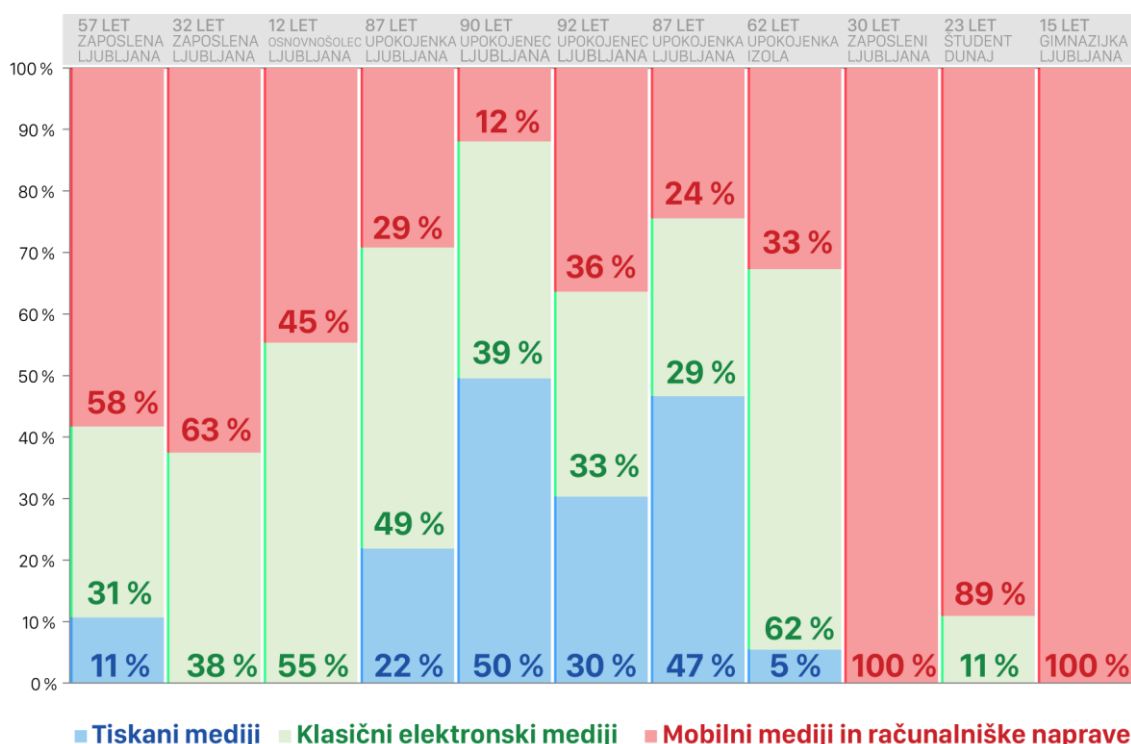
| | | |
|--------|---------|--------|
| knjiga | časopis | revija |
|--------|---------|--------|

6.7 Analiza medijskih dnevnikov

Z analizo medijskih dnevnikov sem ugotovil kar nekaj podobnosti in razlik v medijski uporabi različnih starostnih skupin. Najbolj očitna je vidna pri uporabi tiskanih medijev. Pri osebah, mlajših od 32 let, ki sem jih zajel v svoj vzorec, uporabe tiskanih medijev ne zaznam več. Branja tiskanih časopisov, revij in knjig v tiskanih oblikah pri njih v opazovanem dnevnem časovnem okviru ni bilo. Seveda to ne pomeni, da lahko to trditev generaliziram na vse dni in celotno populacijo, vsekakor pa sem prepričan, da lahko tudi na majhnem vzorcu potrdim domnevo, da je uporaba tiskanih medijih pri mlajših in mladih bistveno, če ne popolnoma, zamrla. Ne glede na vse dogajanje v zadnjih letih, ki je zagotovo pretreslo slovenski medijski trg, menim, da so tiskani mediji enostavno izgubili del občinstva, ker so se spremenile njihove navade potrošnje medijev, to velja predvsem za mlado občinstvo, ki obenem verjetno tudi ni naklonjeno monetizaciji medijskih vsebin. Uporaba tiskanih medijih je ritualizirana in močno prisotna pri upokojencih oz. vzorcu starejše generacije. Pri večini izmed njih sem opazil dnevni jutranji ritual branja tiskanega časopisa. Mladi začnejo svoj dan z digitalnimi mediji, ki so tudi glavni in večinoma edini vir informacij, vsekakor pa edini vir novic. Druga pomembna ugotovitev, ki izhaja iz vizualne ponazoritve medijskih dnevnikov, je hkratna uporaba večih medijev. Pri starejših je uporaba ritualizirana, sočasno pa uporabljajo le enega izmed izbranih medijev, očitno so se dobro »ubranili« izjemni količini informacij, ki za večino posameznikov v sodobni družbi predstavlja velik pritisk. Zanje so mobilne naprave in računalnik ključne pri ohranjanju povezanosti z družinskimi člani, v manjši meri jim koristijo tudi pri iskanju dodatnih podatkov in informacij. Za starejše te naprave niso vir zabave, ampak bolj vir informacij. Pri mlajših

lahko opazimo precej večjo količino informacij in aplikacij, pogosta je sočasna uporaba večih medijev in večopravnosti. Medijska večopravnost ali simultana uporaba medijev je ena izmed značilnosti medijitizirane družbe, ki jo mlajši danes bolj poosebljajo, saj se jim ni bilo treba učiti načina uporabe medijev v odrasli dobi in so digitalni domorodci, kakor so pogosto označeni v raziskovalnem svetu. Tretja zanimivost je tudi čas med različnimi medijskimi opravili. Pri vzrocu starejših lahko opazimo več vrzeli med medijskimi dejanji oz. uporabo medijev, po kateri sem jih spraševal. Pri mlajših generacijah te vrzeli praktično ni, kar potrjuje domeneve o nenehni priklopljenosti ne le na internet (to danes sploh ni več vprašanje in *offline* v sodobnih družbah pri veliki večini v resnici ne obstaja več, že zaradi narave povezanosti, specifičnosti dostopa do spleta, potisnih sporočil, podatkovnih mobilnih paketov, nenehne dostopnosti in uporabe prek mobilnih naprav), temveč tudi na digitalne medije. Vrzeli se vidi v otroških letih, v času zgodnje adolescence še ni opaziti take navezanosti na medije, še posebno mobilne, a ta meja se nezadržno niža, kar potrjujejo mnoge ostale raziskave. V času srednje adolescence, torej v času družbenega dozorevanja, predvsem od 15. leta naprej, uporaba medijev poskoči, danes se praktično v celoti preseli na mobilno platformo, čas namenjen »klasičnim« medijem v mojem vzorcu praktično izgine. Razlogi za to so bolj družbeni kot povezani s tehnologijo, saj je ravno v teh letih pomembno oblikovanje lastne identitete, veliko časa namenjajo tudi komunikaciji s sovrstniki, želijo si samopotrditve, kakršnakoli izključenost iz platform in aplikacij, ki so v trendu ali v množični uporabi, lahko pomeni tudi družbeno izključenost. Pri 15-letnici je 100 % delež njene medijske uporabe v analiziranem dnevu na mobilni platformi, pri 23-letniku je 11 % še namenjenega poslušanju klasičnega radia, pri 30-letniku je zanimivo zopet 100 % časa na mobilnih medijih in računalniških napravah, medtem ko mobilni mediji in računalniške naprave pri osebah v starosti med 87 in 92 let povprečno dosegajo dnevni delež 25 %.

Slika 6.15: Delež medijske uporabe glede na tip medijske uporabe



6.8 Analiza intervjujev in interpretacija ugotovitev

Pogovori z intervjuvanci potrjujejo izsledke empiričnih študij in teoretskih konceptov o otrocih, ki so odraščali pred 30 leti. Le-ti so dokazali, da so imeli mediji že takrat pomembno vlogo, a je bila ta vloga manj pomembna kot danes. 57-letna ženska kot primer navaja, da je bila včasih edina naprava, s katero so imeli »stik z medijem«, radio in so ga veliko poslušali preko dneva, kasneje tudi snemali razne kasete. »Potem se je počasi pojavil telefon, telefon je bil fiksni in si moral sedeti zraven njega, ker ni imel niti prenosne slušalke in si moral potem sedeti v dnevni sobi. Potem je prišla televizija, televizija ni imela toliko programov, kolikor jih ima zdaj, pa smo jo pač kar nekaj gledali, tisto kar je bilo, par programov na izbiro« (57-letna ženska 2016). Največjo vlogo je imel v začetku pri starejših intervjuvancih radio: »Mi smo imeli 29. leta, jaz se še nisem rodila takrat, radio v hiši. To je bilo v moji rojstni vasi, ohoho, čist ... to so hodili gledat tisto kišto, je rekel ata, sosede. [...] To je bilo za tiste čase non plus ultra, čist sigurno« (87-letna ženska 2016).« (87-letna ženska 2016). 32-letna intervjuvanka opazuje, da je podobna medijska opravila kot danes delala tudi pred desetimi leti, a v drugačni obliki: »Če recimo gledam svoj medijski dnevnik, kaj sem pogledala, recimo vreme, novice, radio, sej to smo tut delal deset let nazaj, samo, pač, v drugačni obliki. Takrat si prižgal tranzistor zunaj v sobi, zdaj pa prižgem aplikacijo« (32-letna ženska

2016). Tudi iz pogovorov lahko sklepam, da so mediji skozi človeško zgodovino postajali vedno pomembnejši za družbeno konstrukcijo realnosti, saj se ljudje v sporazumevalnih dejavnostih vedno bolj sklicujejo na medije in jih tudi uporabljajo. A mediji, za razliko od danes, niso bili povsod in vseprisotni.

Telefona pa seveda ni bilo v celi vasi. Ko sem bila jaz 13 let stara, je bilo treba nekam nujno telefonirat, ne vem, kam je že bilo treba, oče ni mogel in je mene poslal. Iz Savelj na Ježico, kjer je bila pošta in tam je bil javni telefon in mi je vse naroču, kako in kaj nej naredim. Jaz sem se celo pot potila od same treme, telefon, telefon. In potem sem prišla tja, in se spomnim, da sem narobe obrnila tisto slušalko, od same treme. In vsa taka jecljajoča tam notri, da sem tisto povedala, kar mi je oče naroču, ker mi je poštarca že vse aranžirala in tako naprej. Vsa prestrašena in prepotena sem srečno tisto sporočilo oddala. Potem sem prišla domov kot velik zmagovalec, da sem jaz prva v hiši telefonirala. Joj no, kakšno je to bilo. Tudi hvalila sem se, jasno, v šoli. Ja vešde, jaz sem pa telefonirala. Tako je bilo. (87-letna ženska 2016).

Med razlogi za nedostopnost in manjšo uporabo medijev ni le tehnološki razvoj, temveč tudi takratna (ne)dosegljivost naprav v naših krajih in izjemno visok strošek nakupa ter tudi vseh potrebnih napeljav. Poleg tega so bile prvotne naprave stacionarne, nemobilne, običajno tudi izjemno težke. Iz pogovorov je razvidno, da se je telefone dodeljevalo oz. napeljevalo izborno, ponavadi glede na potrebo glede na delo oz. funkcijo. »Oče rekel, da bi lahko k nam v Trnovo, ker sem bila doma, napeljal telefon, če bi hoteli. Pa je moja mama rekla, da nimamo denarja, da bi telefon plačevali vsak mesec. [...] Mami se je zdelo vse predrago« (88-letna ženska 2016). Kasneje ji je radio prinesel mož, leta 1954, z nakupom so bili povezani seveda višji stroški kot danes in tudi naprave so zdržale dalj časa kot danes. Mož intervjuvanke je radio prinesel iz Nemčije: »Vse, kar je prišparal, no dobro, saj je bil tri mesece tam, je bil tist radio. In se spomnim, tak lep glas je imel. Sem ga imela potem še dolgo pod streho« (88-letna ženska 2016).

Nismo imeli telefona, potem ga pa sploh ni bilo za dobit, tudi v Litostroju, ko smo že bili, ga nisem dobila, čeprav smo skoz prosili, ampak ga ni imel noben od tistih vrstnih hiš. Noben ni imel telefona. telefon je bil problem in je še potem, jaz sem bila že na kliniki, pri telefonu X., glavna sestra je bila pa njegova žena in je prišla k meni, tako po enih dveh mesecih, ko sem bila na kliniki in je rekla,

da moram pač imeti telefon doma, tukaj, zaradi tega, če se karkoli zgodi, da me lahko pokličejo in da ga bo pač mož uredil. Sem bila več kot vesela in sem rekla, če lahko dvojim dvojčka, da bo še moj brat dobil, pa to je bilo že 69. (88-letna ženska 2016).

Tudi ob odločitvi ali želji za medij, v prvih primerih radio in telefon, je bilo potrebno kar nekaj časa, da je prišlo do realizacije bodisi nakupa ali montaže. *»Več kot leto, dve leti smo čakali, pa potem je bilo treba organizirat se, cela vas, kdo bo telefon imel in potem je bilo treba za drogove posekat nekje, sami postavt, če smo hotl dobit.« (92-letni moški 2016).*

Eden izmed najbolj jasnih izrazov medijitizacije je zgodovinska vseprisotnost, preko katere so postali različni mediji pomembno nepogrešljivi za ljudi v njihovih vsakdanjih življenjih, in način, kako so ljudje uredili oz. prerazporedili njihova življenjska okolja kot odziv na pojavljanje (in izginjanje) medijev. Kako se prej omenjeni intervjuvanci počutijo danes, ko gredo od doma in recimo na sredi poti ugotovijo, da pri sebi nimajo mobilnega telefona? *»Nelagodno se počutiš. Pa stalno smo povezani s svojci, recimo s sorodniki čisto sigurno. In potem smo tudi okregani, če pozabimo telefon, ker so nas hoteli poklicat ... to je zelo huda reč, evo ga, pogledjte. Zdej, ko sva bila večkrat okregana: ‚Kako vidva morta hodit brez telefona okrog?‘ Ja, pozabila sva ga. Ni opravičila, ni opravičila. In potem dostikrat on mene spomni ali jaz njega, da mam to s seboj, da si nekje stalno povezan. Stalno povezan.« (87-letna ženska 2016). Zanimivo pa 12-letnik na poti v šolo, ne bi spremenil svojega ravnanja, če bi na poti v šolo ugotovil, da je doma pozabil mobilni telefon: *»Če bi bil kdo od tastarih doma, potem bi mu rekel, da nej mi ga prinese, pa ga prosu, drugač pa nič, bi šel v šolo, pa ko bi pršu domov, bi poklicu očija pa mami, pa to je bilo to« (12-letni moški 2016).**

Livingstonova (2009a) ugotavlja, da mediji naredijo več kot zgolj posredujejo in služijo kot nekakšen vmesnik. Mediji s preoblikovanjem odnosov, ne le med medijskimi organizacijami in njihovimi javnostmi, temveč med vsemi družbenimi institucijami, spreminjajo zgodovinske možnosti za človeško komunikacijo (Livingstone 2009a, x). 30-letnik pravi, da smo danes manj povezani: *»Zato, ker ... sicer so vse te aplikacije, pa to, samo se niti s kolegi toliko ne slišiš, prva stvar, pa mau chataš na vsake par dni, vidiš se pa itak lahko ne tudi nekaj časa, dejansko je manj tega fizičnega stika« (30-letni moški 2017). Za današnji čas, v katerem živimo, je poleg vsega, že prej omenjenega, značilna hitra evolucija medijev. S tehničnega vidika postaja naše medijsko okolje bolj*

in bolj kompleksno, saj se povečuje število naprav, ki za nas prevzemajo komunikacijske funkcije. V bistvu je zelo veliko informacij v zelo kratkem času.

Za kakšnega preveč tudi. Je pa lažje. Včasih si pisal na roke, pa si potem dal na pošto, recimo, če sem kakšen članek ali karkoli delala, zdaj pa se ob polnoči vsedem za računalnik, napišem in pošljem. In si stvar uredil. Čeprav tudi od začetka se mi je zgodilo, da mi je ob polnoči računalnik crknil, da sem se razjokala, lepo prosim, da mi ni zdaj vse pojedlo. Ampak, ker so ti računalniki zdaj že malo bolj sodobni, pa večino že shranjuje, brez da ti tipkaš petkrat, šestkrat. (62-letna ženska 2016).

Procesi medijitizacije vplivajo na skoraj vsa področja družbenega in kulturnega življenja v poznomodernih družbah. Dnevne aktivnosti posameznikov, družin, mrež, organizacij, podjetij in institucij v sodobnostih okoljih vključujejo repertoar tehničnih medijev. Zanimivo je, da večina odraslih intervjuvancev meni, da je do napredka prišlo postopoma: *»Pa ne vem, če ni šlo postopno«* (57-letna ženska 2016). Ugotavljajo pa, da se je korenito spremenila hitrost, s katero do tega napredka in razvoja pride oz. prihaja. To je lahko za starejše še poseben izziv, kot ugotavlja ena izmed upokojenk, ko opisuje hitre in nenehne spremembe, tako v napravah kot tudi programski opremi, ki se hitro spreminja: *»[...] naš način življenja je bil bolj šablona, ne. To in, ko si recimo nekaj obvladal, neki delal, si se potem tistega držal. Medtem, ko današnji čas je pa čisto drugačen. Sprememba na spremembo in tako naprej«* (87-letna ženska 2016). V našem pogovoru, ki je sledil linearno zgodovinskemu razvoju, je ugotovila tudi: *»Kako je šlo to počasi, recimo, če se vzame, 28. se je pojavil radio, no zdaj pa smo že pri 54., pa še zmeri tipke, pa še zmeri ves prihranek, ne vem kok časa, da je tist radio prinesel domov. To je šlo tako počasi. Kako pa zdaj? Drvi«* (87-letna ženska 2016).

Razvoj medijev in način razvoja je relevanten za vsakdanje življenje ljudi, njihove družbene odnose in njihovo identiteto. Vseeno v svojih pogledih zaznajo prelomnico, ki je najbolj zaznamovala njihovo izkušnjo z mediji. *»Potem, ko je ta internet bil, mogoče ravno to, internet in telefoni z dostopom do elektronske pošte, kjer se nisi več odklopil, ker prej si moral biti nekje fiksen, mogoče ravno ta prehod na to mobilnost«* (57-letna ženska 2016).

57-letna zaposlena na zanimiv način opisuje sprejemanje tehnologije v službenem okolju:

V službi smo potem že počasi imeli prve računalnike, pa prve enostavne programe, in za urejanje tabel in za urejanje tekstov, ni bilo pa seveda še nobene elektronske pošte. To pomeni, da je vsa pošta potekala na običajen način, da smo vse nekaj napisali in sprintali in dali v eno kuverto ali enemu kurirju, da je nekam nesel ali na pošto ali karkoli, da je šlo vse bolj počasi, da tudi stvari nismo morali toliko veliko producirat, pa dlje časa je trajalo (57-letna ženska 2016).

Tudi za mlajšo upokojenko je največja razlika prav ta razlika med papirni in elektronskim poslovanjem oz. urejanjem in shranjevanjem podatkov v digitalni obliki: *»Velika razlika je od včasih, ker smo seveda včasih to vse delali na roke, pisali, zdaj pa se določene stvari shranijo v računalnik, pa potem, od začetka je malo več dela, potem je pa to lažje«* (62-letna ženska 2016). 32-letnica pa ugotavlja, da je danes precej lažje priti do informacij: *»»Bolj smo se morali potruditi, da smo dobili informacijo. Recimo vreme, si moral tist dan prej po Dnevniku bit pozoren na pet minut vremena. Zdaj, ko se zbudim, prečekiram radarsko sliko padavin, a je za kolo. Skratka, ni mi treba misliti, ker mi je informacija vsako sekundo na voljo, ne«* (32-letna ženska 2016). Zajame jedro medijitizacije, ki leži v družbenih in kulturnih transformacijah, ne v tehničnih medijih kot takih, a vseeno poskuša, da se sama ne prilagaja medijem, ampak obratno. *»Probam iz vidika, da se medij meni. Prav primer aplikacij, ki jih je zdaj polno, za tele Android sisteme, jaz, ko neko reč rabim, grem iskat, vem, da bo aplikacija že za to mojo potrebo. Ni tko, o, to so lepe aplikacije, dejmo. Ne vem, zdej bi neki rabla, da bi to, uno, tretje, se pravi, da se mediji meni prilagajo v tem smislu«* (32-letna ženska 2016).

Pomembno vprašanje o izobrazbi in dohodku, torej vidiku ekonomskega in kulturnega kapitala, je prineslo zanimive odgovore, saj sem zmotno domneval, da visoka izobrazba v starejših letih pomeni aktivno uporabo medijev, a odgovori kažejo, da le ni vse tako črno-belo, prav tako to ne drži za finančno situacijo. *»Lahko je nekdo, ki ima nižje dohodke, pa mu to veliko pomeni, pa sicer težje pride to tega, ampak si vseeno privošči. Imam pa tudi take ljudi, ki imajo veliko denarja, ampak jim je to brezveze in tega skoraj nočejo uporabljati«* (57-letna ženska 2016).

So intelektualci, ki recimo potem, ko gredo v pokoj, bi rekla, se čisto pasivizirajo. Veliko je potem tudi primerov bolezni in hitrih smrti in tako naprej, ker so se ljudje pač, so tako spremenili način življenja, ni več življenje imelo smisla in to jasno vpliva. So pa ljudje, ki pa nekako so ostali v nekem smislu

aktivni. Recimo, tu je [88-letna ženska], ona še s svojo stroko, kar naprej v stiku. Brska, pa jaz nekaj telefoniram, pa ona že študira in vse. (87-letna ženska 2016).

»Ne razumem, zakaj me zdej ne bi zanimal, tako kot me je« (88-letna ženska 2016).

Ja, ampak so razlike. Moraš vedet, to, kar je vprašal Boštjan, so ljudje, ki potem čisto nehajo. Zdej, jaz s svojo stroko drugače, ker te prilike nimam, ampak mene še zmerej vlečejo članki o šoli in pedagoški in nove metode, če kje kaj zasledim. V glavnem v javnih občilih. Medtem, ko mož, ki je strojni inženir, je pa tudi veliko prilike. Tak človek, ki je recimo obdržal to intelektualno aktivnost, tak človek se je potem z vsemi temi stvarmi lahko srečal, tisti, ki pa se ni zanimal, je šlo pa mimo. (87-letna ženska 2016).

Pri fokusni skupini smo ugotovili, da je veliko odvisno tudi od njihovih otrok in mlajših generacij in njihovega intelektualnega udejstvovanja, uporabe in znanja ter veščin »Je pa najbrž nekaj tudi to. Mi imamo tudi take otroke, da so tudi oni šli ravno v ta intelektualni svet, da so s tem aktivni, a veste, in to jasno, potegne za sabo. Imate pa tudi take, kjer tega ni. In tam se potem nekje ustavi« (87-letna ženska 2016).

Večjih sprememb v preoblikovanju domov z medijsko komunikacijo nisem zaznal, za slovensko družbo je značilno, da sta običajno imeli pomembno vlogo pri oblikovanju dnevnih prostorov dve napravi, radio in televizija, ki še danes zavzema osrednji prostor, sicer ima lahko več dodatnih funkcij, lahko npr. služi namesto zaslona za računalnik. »Pri nas je bila televizija vedno v dnevnem prostoru, v stanovanju nismo imeli nikoli dveh televizij, imeli smo računalnik, tako da je bila mreža, pa da je imel potem vsak v svoji sobi preko kabla, preden je prišel WiFi, ki smo ga povezali z laptopi, kaj bistvenega pa ne« (57-letna ženska 2016). »Nova dnevna soba se je sigurno preoblikovala na ta način, da nimam računalnika posebej, da je to neka pisarniška zadeva, ampak je to v središču v bistvu dnevne sobe, ker je hkrati računalnik televizija, v tem smislu. Kablov je tudi manj oz. jih skoraj ni, so skriti v omari in wifi« (57-letna ženska 2016).

Manjše preoblikovanje domačih prostorov lahko utemeljimo z razvojem samim, bistvena sprememba je bila prehod na mobilnost. To velja tako za telefon, ob pojavu brezžičnih slušalk (še pred mobilnimi telefoni) ni bilo več potrebno telefonirati ob bazni postaji, na katero je bila s kablom povezana slušalka. Pri računalnikih je bil prehod na prenosne računalnike, še večji napredek pa iz prehoda žičnih mrežnih povezav (običajno

povezani prostori v domu prek kablov, prek lukenj v stenah ipd.) v brezžične, ki ne pogojujejo več stalne lokacije uporabe takih naprav. Vsakdanja življenja so se z manjšanjem naprav, njihovo mobilnostjo in izjemno zmogljivostjo, spremenila. *»Ravno danes smo bili na razstavi Tesle v Cankarju in je bil en citat njegov, pa je rekel, in to je bilo leta 1930: ‚Enkrat v prihodnosti bodo ljudje imeli v žepu majhne naprave, ki jim bodo vsak trenutek omogočale dostop do oddaljenih informacij‘«* (32-letna ženska 2016).

Največja sprememba je za osebo, ki se ukvarja s finančnim trgovanjem, ravno uporaba mobilne naprave: *»To, da lahko trgujem prek mobilnega telefona, kjerkoli sem, itak. To mi ful pomaga«* (30-letni moški 2017).

Medijski repertoarji in generacijske razlike v procesu medijitizacije pride še najbolj do izraza pri refleksiji na celotno dogajanje v zadnjih letih, desetletjih ali še dlje. Pogovor z mladostnikom take refleksije še ne bo dal, saj sami nimajo drugačne izkušnje. Za mlade je zgodovina medijev v bistvu njihova sedanost, v zavesti še nimajo teh preteklih drugačnih izkušenj. Posledično od njih dobimo manj odgovorov, manj razmišljanja, predvsem pa opažam, da imajo starejši širši celovitejši pogled in se obenem bolj zavedajo predvsem prednosti, a tudi slabosti preoblikovanja naše družbe s pomočjo medijskih tehnologij. *»Potem pa reče naš vnuk, ko mu poveš, kakšna je bila hiša, kakšno stranišče zunaj na štrbunk in tako naprej. ‚Ampak telefon so pa imeli, ane, babi, pa pralni stroj tudi, ane ‘«* (87-letna ženska 2016).

Mlajša upokojenka opaža tudi upad drugih sposobnosti zaradi digitalizacije, predvsem pri pisanju in pomnjenju.

So se rodili s tem. Ne znajo pa pisat, to pogršam. Meni je bilo strašno hudo, ko sem začela učit in smo recimo pisali kontrolke, pisno se sploh ne znajo. Pisava ja, niso pismeni na roke pisat. Potem sem jim recimo narekovala snov, »pa ne morem več, ne morem več«, pa nisem nikamor prišla, ker sem morala kot v prvem razredu, pa počakat, pa nič si ne zapomnijo zraven, pa ponavljati stavke, potem sem jaz včasih zašla, ker jaz sem si stavek že v naprej formirala, oni pa rečejo, »Kaj ste že rekli?«. Daj si vsaj enih pet besedic zapomni, to je tudi, zdaj verjetno tudi na faksu računalnike uporabljajo, mi jih še nismo, jih ni bilo veliko (62-letna ženska 2016).

Izkušnje o prvem računalniku so različne, zanimivo ima 62-letnica, ki ga je spoznala na fakulteti:

Prvi računalnik na Obali je imel Bernardin, in to je bil računalnik, ko una omara velik. In oni so takrat že sprejemali rezervacije na računalnik, to je bilo nam fatamorgana. In reče ta profesor, zdaj bomo pa šli na Bernardin, pa boste tam na računalnik napisali neki tekst, pa boste shranili, pa boste sprintali. (62-letna ženska 2016).

Sicer ji je bilo kar težko, da se je naučila, ker je imela približno 45 let, ko so prišli računalniki, angleščine se ni učila, pa še operacijski sistem je bil samo DOS. Preobrat se je zanj zgodil, ko je prišel operacijski sistem Windows in računalniki v slovenščini, a potem se je morala na novo učiti spet prevedenih izrazov. Upokojenec pa se je začel zanimati v povezavi z zanimanjem sina in vnuka:

Js sm se začel zanimat ... pravzaprav je bilo tako, sin je hodil na fakulteto in je nekako nakazoval, da bi imel rad tale Texas telefon, ki je imel tudi računalniške operacije notri. In to sem mu jaz kupil. Ščasoma je bilo že to premalo, on je potem hotel imeti računalnik, kakšnega 69 ali 70. In sva šla v Avstrijo kupit, tam sva kupila računalnik, potem je bil pa problem, kako ga pripeljat čez, carina in to. Pa sem dal prijatelju, da jo je nesel čez in spravil v neko grmovje. Ja, ker če bi videli tipkovnico, bi takoj vedeli, da je to nek računalnik, tako pa za tisto kišto niti ni vedel, kaj je. In smo tako čez prišli. Tako sem se prvič srečal s tem računalnikom. Potem je pa on to delal, kasneje, ko se je rodil vnuk, je pa hodil prav na računalniški tečaj. Potem sem pa jaz hodil k vnuku in sem gledal, pa sem se bal pritisnit. Sem rekel: »Madona, če bom kej narobe prijel, bom lahko vse skupi uniču.« To je bil velik problem, ker nismo imel pojma o tem. No, in pri vnuku sem jaz prvič, je rekel: »Kar pritisni, nič se ne boj, saj se ne da nič pokvarit.« Potem sem počas začel to delat, razne, predvsem Word, da sem tipkal, ker meni je šlo najbolj za to, da lahko, internet sploh nisem hotel slišat, ko mi je rekel: »Veš, ampak internet je še bolj pomemben.« Sem rekel, mene to ne zanima, samo, da bi tipkal lahko, ker lahko brišeš in popravljaš in tako naprej, če to pišeš na papir, je lahko velik problem. No, tko sem začel [...] (92-letni moški 2016).

Sčasoma je poskusil tudi kaj drugega in se nato odločil, da se udeleži brezplačnega računalniškega tečaja za upokoјence oz. starejše, ki ga je organizirala Mestna občina Ljubljana. Je za sodelujoče starejše razvoj tehnologije obremenitev?

Ne, ne, pozitivno, sigurno. Jaz recimo sploh, večkrat se prav zavem, te blagodati, bom uporabila staro besedo, ko razmišljam, pa poglej, zdej sem lahko vse te podatke dobila, pa tega sem poklicala, pa nekaj sem nujno rabila, pa evo, in sem dobila zvezo in tako. Dostikrat si mislim, pa kako je zdej to, prej pa sem morala, kaj jaz vem krvavi pot potiti, da sem prišla do enih informacij ali pa do nekoga, ki sem ga rabila nekaj vprašati. (87-letna ženska 2016).

Zaposlena ob zaključku pogovora ugotavlja, da smo že v drugi fazi: »Smo v tisti fazi, ko bi bilo že koristno, da bi se naučili, recimo, kakšno stvar ugasnit ali pa kakšne stvari ne pogledat. Ker dejansko zdaj telefon gledaš in mejl gledaš tudi takrat, ko ne bi bilo treba. In mislim, da bi lahko zdaj rekli, ne ravno WiFi free, ampak da bi omejil čas, ki ga porabiš za to, da tako ali drugače gledaš te stvari na internetu« (57-letna ženska 2016). Odnosi so se korenito spremenili, to lahko ugotavljam tudi sam, saj je bilo včasih več razlogov za osebno komunikacijo, osebne sestanke, podajanje informacij, novic, mnenj. Danes je večina stvari znana že v hipu in podana vsem, ki jih imamo v naših virtualnih krogih. Zaposlena obenem meni, da so se včasih več družili: »Se mi zdi, da smo včasih mogoče celo več telefonirali, pa da smo se več družili, kot zdaj, ko imamo vse to na internetu« (57-letna ženska 2016).

Mogoče smo si res več časa vzeli, da smo se dobili, pa smo kakšno kavo spili, pa se direktno zmenili. Mogoče je to zdaj ratal, tudi če pomislim v službi ... včasih smo morda več hodili iz pisarne do pisarne, pa smo se nekaj zmenili, zdaj smo pa kar ugotovili, da je lažje, da napišeš mejl na 15 ljudi, potem pa 10 jih odgovori, 5 jih ne odgovori, pa kaj pol (57-letna ženska 2016).

Podobno meni tudi 62-letnica: »Pa smo šli včasih v kino, zdaj pa se usedemo pred televizijo ali pa tam pred računalnik, vidim tu včasih moje dva, vsak svoje slušalke v ušesih, eden tipka na tablico, drugi je na računalniku. Ni kontakta tistega« (62-letna ženska 2016).

Predvsem smo se več družili. Več smo se družili, več smo recimo si pisali, zdaj vidim, napišem mogoče deset kartic za novo leto, tisti najožji in če ne dobim odgovora, potem drugo leto potem ne pišem. Po telefonu to ni zame, tudi če z

Avstralije pride, ampak pride pošta. Klasika mi je še vseeno nekaj všeč. Je pa zdaj lažje komunicirat, lažje je spremljat stvari, so takoj ali na spletu ali kjerkoli jih je takoj. Samo je vprašanje, a je to, včasih je to dost neverodostojno. (62-letna ženska 2016).

Zanimivo je vprašanje o potrebnosti druženja in tudi to, ali je potrebno, da svojemu krogu sporočamo vse, kaj se nam dogaja: »*A sploh se rabiš še z nekom dobit ali ne? Ali samo v tistem hipu narediš send, pa v bistvu vsi vejo, kje si, pa kaj si, pa kaj delaš, v bistvu. Pa zakaj? Zakaj bi pa morali vsi vedeti*« (57-letna ženska 2016)?

30-letnega uporabnika aplikacije Tinder sem glede praks medosebnih odnosov v virtualnem svetu povprašal tudi konkretno. A meni, da pri Tinderju v Sloveniji ne gre za nič posebnega in novega, je bolj odgovor glede na potrebe časa. Tudi uporabnikov ne zaznava veliko in meni, da je to bolj primerno za večja mesta kot so London in New York.

Ma ne, nč ni tazga. Prvo, kot prvo, folk je zdej bolj navajen prek teh raznih socialnih omrežij se naconnectat in se dobivat, pa to itd., zaradi tega je postalo bolj popularno. Ta generacija, ki prihaja zdaj, večinoma so na Tinderju 25, 26, recimo do 27 let, so bolj navajeni na spoznavanje prek digitalnih omrežij. Druga stvar je pa, če pogledaš recimo kakšen primer konca daljše zveze, v tem času ne hodiš več tako ven, ta krog se ti je zelo zmanjšal, in se ti praktično zapre, potem postaneš samski in, kaj zdaj? Preplah. Gremo na Tinder, da vidimo, kaj je. Sploh pa, gremo vsaj na kakšen date. (30-letni moški 2017).

Pri praksi komuniciranja pogreša več druženja: »*Ja, več to, da se gre v kakšen lokalček, na pijačo, to je prva stvar, druga stvar je pa pristop do ženske vseeno drugače in boljši v živo, kakor prek Tinderja in teh stvari. Te stvari tega ne morejo nadomestiti, to kar pozabi* (30-letni moški 2017).

Svet postaja vse bolj povezan in digitalni mediji so v presečišču z vprašanji transnacionalne komunikacije. Nove platforme so revolucionirale način, kako družine vzdržujejo komunikacijo na dolge razdalje. To velja tako za način komuniciranja, kakovost prenosa podatkov, večpredstavnost in tudi skoraj nične stroške ob upoštevanju fiksnega stroška internetne povezave oz. priklopa na javno brezplačno točko. »*Ko je bil recimo sin z ženo v Ameriki z otroki, smo se preko Skypa pogovarjali. To je bilo za nas ... to je bila velika stvar. Da smo se videli in se pogovarjali, pa tko. To je bila res velika*

stvar, da smo se lahko pogovorili, ker so bili dalj časa tam. To je bilo prav rešilno, da si lahko kaj povedal in vprašal« (92-letni moški in 87-letna ženska 2016). 92-letnik se je v pogovoru spominjal časov, ko je kot otrok hodil h kmetu po mleko in tam videl večjo družino, z velikim dvoriščem, divjim kostanjem in klopčami. Opisuje jih kot časov, ki so bili glede odnosov bolj topli.

[...] oni so imeli čas, v nedeljo po maši so se usedli pod ta kostanj, se pogovarjali, tudi, ko sem jaz prišel, so me sprejeli v to družbo, smo kakšno rekli in tako, jaz sem šel z njimi v štal, oni so pomolzli, jaz sem kakšno stelo ali kaj za hrano, to je bilo eno življenje, ki si ga danes ne moreš predstavljati, jaz se spomnim, da je bilo to zame, pa mlačev, ko so mlatili žito, to je bilo več ljudi moralo pomagati, med njimi tudi jaz, pa ni bilo prijetno delo, ampak prijetna je bila tista družba, pa potem, ko smo bili pogoščeni, narezali so malo salame, ki mi danes sploh ne pride na pamet, da bi jo jedel. To je bilo tako lepo življenje, danes je pa čisto drugo, bolj hladno, nimamo več takih, bi rekel, kontaktov, kot smo jih imeli. To je telefon, Skype, to je vse mrtvo, ne. (92-letni moški 2016).

Jaz vidim z vnuki, z enim sem bila jaz veliko več, ko so bili tukaj, ker ali sta se igrala z drugo vnukinjo ali sem se pa jaz pogovarjala ali pa sem jima take palačinkice pekla. Medtem, ko drug vnuk in vnukinja, druga generacija, tedva pa samo to tablico, hej, po imenu ju moram poklicat, ko pridem v sobo: ‚A me slišiš?‘ ‚A te lahko zmotim, da te nekaj vprašam?‘ Oni se sam s tablico igrajo, nimajo, mislim, tazga kontakta ni več. Jaz jih moram iz tablice potegniti v realnost, da jih vprašam, kaj bosta jedla, recimo. To je moja skrb za njih, recimo. (88-letna ženska 2016).

Seveda so tudi prednosti v takem načinu komuniciranja, predvsem v hitrosti, v kateri lahko posredujemo informacije in podatke. »Hmm .. več ali manj ... hitreje, to sigurno. Recimo, si nekje, na nekem lepem potovanju, takoj pride slika, prej je prišla v desetih dnevnik kartica. Ne vem, če bi rekla več ali manj, predvsem drugače, hitreje. Tudi slike iz morja pokažeš hitro, prej si jih moral razviti in si povabu čez en mesec« (32-letna ženska 2016). Kako pa na to gleda 12-letnik? Bi se s sošolcem raje dobil v živo in se kaj zmenil, kot da mu pošlje SMS ali mu raje napiše samo sporočilo? »Raje bi videl, da bi se z njim dobil« (12-letni moški 2016). Osnovnošolec, ki ga ni na Facebooku, ker se mu zdi »ful bedn« in je prepričan, da zaradi tega ne zamuja ničesar, glede igranja iger v virtualni resničnosti in podobnemu razvoju v prihodnosti ni navdušen: »Mislim, da bo

slabše. Meni ta očala, pa joysticki pa to meni ni preveč dobr, zato, ker je men na teh stvarah ful težko igrat, pa ni tko ... ko igram igrico, se ne počutim tako, kot da bi jo zares igral. Da ne tipkaš tko, kot da bi tipkal, pa računalnik gledal, je drugač mau tko» (12-letni moški 2016).

Na vprašanje o pozitivni prihodnosti, ob predpostavki, da se še bolj razvijejo tehnologije, ki nadomeščajo človeško bližino in robotsko in virtualno resničnostjo, sem dobil tak odgovor:

To je bilo zanimivo, ko je zadnjič v filmu [Wernerja Herzoga Lo and Behold] rekel, da bomo twittali iz možganov, ne vem, no ... Mislim, da si tudi nihče ne zna predstavljati, tako kot si pred 50 leti, ko je bil problem en fiksni telefon, ne. Ali pa, ko je bil problem dobiti televizor, pa so hodili k sosedu televizorje gledati ali pa v vasi, je imel en televizor, pa so vsi hodili k njemu. Ne vem, pomoje si ne znamo predstavljati, kaj se bo zgodilo čez 20 let. (57-letna ženska 2016).

Se 32-letnica boji napovedi o prihodnosti?

[...] po pameti, če dobro uporabljaš, vse dobro služi. Ti si lahko zaradi enega medija totalno asocialen rataš in živčen in napet. Ne bojim se nobene napovedi. Saj je človek tisti, ki prižge zadevo, saj imam daljinca, imam gumb, ugasnjem. Je pa res, da smo mi generacija, ki smo bili obvarovani tega, ko smo bili majhni. To je lažje. Jaz sem dobila prvi telefon pri 16, 17ih letih, pa še takrat so bili preprosti. Mogoče mi lažje, na odrasel način bolj spremljam medije, ne vem pa, kako je to pri majhnih, ki so pa res rojeni zdaj s tem (32-letna ženska 2016).

Mlajši zaposleni pa izpostavlja asocialnost in pravi, da smo že čez točko preloma. »Tako bom rekel, tok je že folk asocialen ratu, da je bolj že težko« (32-letna ženska 2016). Mlajša upokojenka uporablja klasičen mobilni telefon, brez možnosti nalaganja aplikacij, a ga ne pogreša. »Ne, ne, če bi ga hotela, bi ga imela, itak. Nekako mi ni všeč. Jaz to v torbici nesem, potem se mi pritiska in samo kliče in tako, jaz imam unega navadnega, ga zaprem Samsunga in je. Pa že na pamet tipkam črke, ker vem, na katere številke je katera, včasih lahko že z zaprtimi očmi, hitreje mi gre« (62-letna ženska 2016).

Razlika, ki sem jo opazil že pri analizi njihovih medijskih dnevnikov, je navezanost na klasične tiskane medije, sicer je odvisna od posameznika, a vseeno bolj prisotna pri starejših, pri mlajših generacijah praktično ni več samoiniciativnega branja časopisov,

revij in tiskanih knjig. 30-letnik npr. omeni televizijo, ko ga povprašam, če bi želel kaj odstraniti iz svojega medijskega življenja: *»TV-ja skor ne gledam več, tako da to lahko počasi tudi že odstranimo, ker je nezanimiv«* (30-letni moški 2017). Upokojenka izpostavi, da njen mož vseeno veliko novic prebere tudi že na spletu: *»Oči več na računalnik in na internet, jaz pa več na časopise, jaz imam tisto staro ljubezen do časopisa in brez časopisa mi dan sploh ne gre naprej«* (87-letna ženska 2016). Tudi 32-letnica je ugotovila, da manj bere.

Opazila sem, da manj berem. Berem že, kratke novice, ampak tako, da bereš knjigo dobro, ampak sem to vključila na novem mediju to velik na telefonu, ker imam ravno dober inčni ekran, da se da dobro brati ali na tablici. Zdaj spet veliko berem, pa tudi fizično knjige ali pa tudi elektronske, recimo to. To sem opazila, je izginilo na račun tega. Ostalo, saj ne pogrešam, saj časopisa nisem nikoli neki brala redno, saj nisem bila še toliko velika, televizija je itak ista, telefon ... (32-letna ženska 2016).

Ob omembi nekakšne zgostitve časa, ki smo ji priča danes, v smislu pritiska ogromne količine informacij, ki jih moramo obdelati v izjemno kratkem času, so odgovori različni, nekateri občutijo ta pritisk bolj kot drugi: *»Ko dobiš mejl, bi že moral malo manj, kot odgovoriti, ne. Ali pa, še preden, ga dobro odpreš, že pričakujejo, da si odgovoril nanj«* (57-letna ženska 2016).

Je pa hkrati morda tudi bolj naporno iz vidika, tako, pozornost nam bolj jemlje. Mejl ti zapiska vsak trenutek, ko pride. Prej si, recimo, ko si prišel domov popoldne, šel na računalnik in si pogledu mejl za tisto noč, večer, dan nazaj. Zdaj imaš skos. Hkrati je to tudi plus, ker si bolj odziven, prej kakšno reč vidiš, ampak ja, v bistvu, ogromna transformacija, ja, zelo (32-letna ženska 2016).

Intervjuvanka bi si želela malo počitka od takojšnjega branja in odzivanja na sporočila: *»Mogoče včasih bi se odvadila tega čekiranja, mislim, da imamo tega veliko, hitro čekiraš, a je kej novga, a je nova novica, novo sporočilo, Viber, uno, tretje. Ta check včasih bi pasalo malo počitka, pa lej, bom potem zvečer pogledal, saj niso vse stvari urgentne, da moraš takoj odgovoriti«* (32-letna ženska 2016). Zaveda se tudi, da lahko preveč vsega tega vpliva tudi na naše zdravje: *»Mislim, da te lahko prekuri ta količina, da moraš imeti mero, v tem smislu. Enkrat več, enkrat manj. Če pa stalno veliko, pa ni to dobro za človeka. Čisto za živčni sistem, čisto možgansko, oči, vse skupaj«* (32-letna

ženska 2016). To moti tudi 30-letnika »Ja, mi gre na živce. Pa kakšen Messenger, če mi kdo piše, mi včasih že mori. Kar rečem, da moram kaj delat, pa čeprav se mi nič ne da. Ali pa koga takoj nazaj pokličeš in se zmeniva za cel dan, ker se mi ne da pisat ali pa če mi nekdo piše neke speve in litanije« (30-letni moški 2017).

Oba mlajša zaposlena začuda ne nosita službe tudi domov, kar pripisujem bolj naravi njunega dela, saj je vedno več delodajalcev, ki to pričakuje od zaposlenih in jim to tudi s službenimi napravami omogoča. »Ne, ne, ne, to zavestno. Ko odštempljam službo, ne gledam tega. Ker pač tudi nimam delovnega mesta, ki bi to zahtevalo« (32-letna ženska 2016).

»Ne, službenega telefona nimam. Ko grem jaz iz službe, je dejansko konec, meni nič ne piska. Ni mi treba nič delati, tudi ni nič nujnega, ker bančništvo ni tak biznis« (30-letni moški 2017). Zelo zanimivo je, da so tako pri fokusni skupini kot tudi pri drugem posameznem intervjuju z upokojenko, sami izpostavili tudi podobne novosti, kot jih poimenujemo z novimi paradigmi, recimo »internet stvari«, oboji so izpostavili novosti v kuhinji in gospodinjstvu.

Da ne govorimo ... recimo pečica. Je tudi že vse računalniško programirano. Jaz sem recimo znala deset programov, od čiščenja, temperature, pečenja, kuhanje, vse to nastaviti. Pa celo od doma, recimo te večje bolnišnice, recimo bolnica, smo imeli primer Slovenj Gradec, v Ljubljani Klinični center, šef kuhinje, zvečer so pripravili v pečico, kaj znam, pečenko, on je zjutraj pritisnil gumb na računalnik, svoj doma, in pečica je začela delat, ko so oni drugi prišli, je že bila pečenka pečena, recimo. Pa ne samo gospodinjski, recimo doma, od ne vem kje si lahko klimo prižgeš, mislim tehnike je ogromno. Je to dobro, zaželeno, ampak pride pa tudi do, lahko do kakšnih napak. (62-letna ženska 2016).

Upokojenka pri 87 letih se zelo dobro zaveda prednosti in ji nova tehnologija ne predstavlja obremenitve, a vseeno razmišlja o družbenem vplivu, posledicah na duševnosti in medčloveških odnosih.

Ne, ne, se prav zavedamo tega, čeprav, bom jaz rekla tako, da sodobna tehnologija, pa tudi berem, recimo, v časopisu, kako to napreduje, pa kako bo tudi naš dom urejen čez kratek čas, kako bomo lahko naše gospodinjsko tehnologizirano, kako bo to šlo. Čeprav se mi zdi, da bo ta visoka tehnologija, kako bi rekla, človeka v nekem smislu, tudi razčlovečila. Ker boš potem tudi ti

potem del tiste mehanizacije in stroja. Zdej smo še, bi rekla, individumi, smo ljudje, tudi odnosi so drugačni. To bo šlo pa vse tko, tudi med kontakti z ljudmi opažaš, da je vse, bi rekla, močno tehnologizirano, tudi mrzlo, ne. (87-letna ženska 2016).

Kot sklepno misel pogovora ponudi celovit pogled, tako na našo odvisnost od tehnologije. Zaenkrat imamo še alternativo, seveda pa je vprašanje, če bodo prihodnje generacije še izbirale. Že danes je praktično izginila izbira *online* in *offline*, morda bodo tudi druge.

Ta tehnologija nam je dala ogromno, bi rekla, udobnosti za naše življenje, tudi olajšanje, če govorimo o teh prednostih, kontaktov, recimo prva pomoč pridejo takoj in tako dalje. Po drugi strani pa imam občutek, da nas bo tehnologija močno močno razčlovečila. Vsak človek bo vedno bolj odvisen od teh pripomočkov, če smo recimo prej govorili o sodobni kuhinji, ki bo vse na gumbe, se bo samo pritiskalo in tako naprej, bodo ti človeški kontakti zbledeli. Če govorimo o človeški duševnosti, psihi, človeškem počutju, naših medčloveških odnosih, je vprašanje, koliko tega po še ostalo, ker bo stroj vse to brisal, tako jaz gledam. Sem rekla, kadar berem te reči, pa rečem možu, a veš kaj, jaz si take kuhinji, tako tehnologizirane, sploh ne bi želela, ne bi želala, meni se zdi veliko lepše tako. Seveda, mladi bodo pa to prijeli, samo vprašanje, kakšne bodo posledice na njihovi duševnosti in medčloveškimi odnosi. Tako jaz gledam. To je dvorezen meč. (87-letna ženska 2016).

7 SKLEP

V magistrskem delu sem raziskoval, kako je vseprisotnost medijev spremenila komunikacijo in vsakdanje življenje posameznikov in različnih generacijskih skupin.

Analiza podatkov o razvoju informacijske tehnologije v Sloveniji je pokazala, da so osebe, stare 16–74 let, v prvem četrtletju 2016 do interneta najpogosteje, v 55 %, dostopale prek mobilnega ali pametnega telefona. Odstotek oseb, ki so dostopale do interneta prek mobilnega ali pametnega telefona, je bil najvišji v starostnih skupinah 16–24 let in 25–34 let (91 %). Pregled razvoja v letih od 2013–2016 kaže na rast števila uporabnikov mobilnih naprav, obenem pa tudi na rast dostopanja do internetnih storitev prek mobilnih naprav (Statistični urad Republike Slovenije 2016). Podatki za ZDA kažejo, da mobilna platforma predstavlja dve od treh digitalnih minut, mobilne aplikacije pa se približujejo 60 % deležu celotnega časa, ki ga ljudje porabijo za digitalno. Priročnost mobilnih naprav in tabličnih računalnikov ter inovacije okoli mobilnih aplikacij so popolnoma preusmerile digitalno medijsko krajino, seveda v prid mobilnemu segmentu (comScore 2016). S spletno mobilno raziskavo, v kateri sem preizkušal drugačno metodo zbiranja podatkov, sem analiziral podatke, ki so zbrani v programski opremi mobilnih naprav iPhone in preko katerih lahko spremljamo, koliko energije baterije porabljajo in koliko časa so aktivne različne aplikacije oz. storitve. Ugotovil, da so posamezniki največ časa z mobilno napravo preživeli pred *Domačim in zaklenjenim zaslonom* (12,9 % vsega časa z mobilno napravo), torej pred kratkimi sporočili, potisnimi obvestili in različnimi gradniki, šele na drugem mestu je prva aplikacija, in sicer družbeno omrežje Facebook (11,3 %). Ključen del empiričnega dela je bila etnografska kvalitativna metoda samoopazovanja komunikacijskih oz. medijskih dnevnikov, s katero so udeleženci v vnaprej dano tabelarično strukturo z osnovnimi informacijami beležili podatke, opise in zapise lastnih medijskih situacij. Z analizo medijskih dnevnikov sem ugotovil kar nekaj podobnosti in razlik v medijski uporabi različnih starostnih skupin. Najbolj očitna je vidna pri uporabi tiskanih medijev, saj pri osebah, mlajših od 33 let, ni bilo več zaznane uporabe tiskanih medijev. Uporaba tiskanih medijev je bila po drugi strani ritualizirana in močno prisotna pri upokojencih. Druga pomembna ugotovitev je, da mlajši pogosteje uporabljajo več medijev oz. naprav sočasno, medtem ko starejši običajno uporabljajo le enega izmed medijev, med uporabo različnih medijev pa so pri njih pogosti tudi daljši časovni premori nemedijske rabe. Za starejše so mediji najprej vir informacij, šele potem zabave, nasprotno velja za mlajše.

Delež medijske uporabe glede na tip medija kaže, da mobilni mediji in računalniške naprave predstavljajo od 89 do 100 % delež medijske uporabe pri osebah, starih od 15 do 30 let, pri enem izmed njih predstavlja 11 % delež klasičnih elektronskih medijev le sočasno poslušanje radijske postaje na napravi prek signala FM ob hkratni uporabi mobilne naprave. Pri upokojevcih zavzemajo tiskani mediji še vedno 22–50 % delež njihove medijske uporabe.

Z dodatnimi intervjuji izbranih oseb, ki so predhodno izpolnili medijske dnevnike, sem pridobil poglobljen vpogled v interpretacijo njihovih medijskih aktivnosti. Pogovori z intervjuvanci potrjujejo izsledke empiričnih študij in teoretskih konceptov, ki dokazujejo, da so imeli mediji že pred 30 leti pomembno vlogo, a je bila ta vloga manj pomembna kot danes. Predvsem starejši intervjuvanci so podrobno osvetlili informacijske revolucije v zgodovini razvoja medijskega komuniciranja, vključno z (ne)dosegljivostjo naprav ter izjemno visokimi stroški nakupa ter količino časa, ki je bila nekoč potrebna za realizacijo bodisi nakupa ali montaže tako radia kot npr. telefona. Zanimivo je, kako so postajali različni mediji pomembno nepogrešljivi za vsakdanje življenje, danes se večina počuti celo nelagodno, če se npr. odpravijo od doma brez mobilnega telefona. Stalna povezanost je pomembna tako za starejše, ki so na ta način v stiku s svojci, kot tudi za mlajše, ki so lahko sicer neprestano povezani s svojimi prijatelji in vrstniki, obenem pa tudi s starši oz. skrbniki. Sodobne aplikacije omogočajo, da osebe, ki jim to omogočimo, prek mobilnih naprav na zahtevo spremljajo tudi našo lokacijo, torej tudi klic z vprašanjem »Kje si?« včasih niti ni več potreben. S hitro evolucijo medijev se povečuje število naprav, ki za nas prevzemajo komunikacijske funkcije, kar za nekatere intervjuvance predstavlja izziv, saj je prisoten pritisk in pričakovana hipna reakcija in nenehna dosegljivost. V pogovorih pa so ugotavljali tudi, da so se odnosi korenito spremenili in je bilo včasih več razlogov za osebno komunikacijo, danes pa je dosti manj druženja in je večina stvari znana že v hipu in podana vsem, ki jih imamo v naših virtualnih krogih.

Študije medijitizacije, ki jo običajno razumemo kot proces, preko katerega postanejo ključni elementi družbene in kulturne aktivnosti ne samo pod vplivom in odvisni od medijev, temveč tudi preoblikovani s strani medijev, preusmerjajo fokus zanimanja k strukturnim transformacijam medijev v sodobni kulturi in družbi. Z mikro študijo sem spoznal prakse medijitizacije, kot jih izvajajo in doživljajo posamezni akterji in manjše skupine, ter kako je to transformiralo njihova življenja in delo. Že majhen vzorec je pokazal na zanimive razlike v vsakdanjih življenjih oseb različnih generacij in ponuja

veliko odgovorov na vprašanja o današnjem preoblikovanem vsakdanjem medijskem življenju. V raziskavi sem med drugim ugotovil, da je trenutno največja sprememba na področju medijitizacije prav premik na mobilne naprave. Couldry in Hepp (2017, 2–5) pravita, da je ravno ta premik korenito spremenil vprašanja, ki si jih moramo zastavljati ob raziskovanju družbe in medijev. Mediji so danes veliko več kot le kanali centralizirane vsebine. Razmišljati moramo o implikacijah, ki jih imajo mediji na družbo, saj posamezen medij nima več takega pomena, kot včasih. Pomemben je celoten medijski preplet, saj je današnja vsakodnevna resničnost popolnoma medijitizirana. Razumevanje sprememb in aktualnosti je pomembno iz večih vidikov, najbolj očiten je vidik, ki ga ima tako razumevanje za vsa podjetja in družbe, ki želijo s svojimi izdelki in storitvami naslavljati posameznike oz. z njimi vzpostaviti določene odnose in jih zanima, kje se njihovi ciljni profili dandanes nahajajo in kaj počnejo. Ostali pa so bolj družbeno integrirani. Kako bodo povezani naši domovi in naša mesta? Ne gre zgolj za tehnološke napovedi, kako že danes ali pa jutri z mobilnimi napravami ali z glasovnimi ukazi prižigamo naše luči v bolj ali manj pametnem domu, gre za vprašanja, ki korenito vplivajo na družbo. To so recimo vprašanja transporta, pri katerem si želimo več varnosti in pretočnosti, pa trajnostnega razvoja in številnih stvari, ki si jih danes morda ne moremo niti zamisliti, lahko pa nam olajšajo naše vsakdanje življenje, npr. kako lahko zapestne naprave pripomorejo k hitrejšemu odkrivanju simptomov bolezni in zdravljenju. Razprava o medijitizaciji zaenkrat ponuja več vprašanj kot odgovorov, to pa ravno zato, ker se bodo dolgoročne posledice tega procesa pokazale šele čez leta. Danes lahko predvsem ugibamo, kaj bodo pomenile transformacije za družbo in medosebne odnose današnjih otrok in mladostnikov. Seveda je na prvi pogled vsa medijska prepletenost krasna in za uporabnika, ki deluje v takem ekosistemu, enostavna, privlačna in koristna. A ne pozabimo še na druge implikacije, npr. kako je danes preprost nadzor nad posamezniki, ki imajo shranjeno vso komunikacijo in vse podatke v eni sami napravi ali enem samem »oblaku«. Kako hitro lahko nekdo dostopa ali z zlonamerno programsko kodo vdre v naše naprave? S čim vsem so v medijih soočeni naši otroci in česa mi ne vidimo in ne poznamo? Medijska vzgoja v šolah pa je običajno še vedno le kratek ekskurz od ustaljenega in zastarelega kurikulumu. Kaj pomeni za naše življenje vedno bolj zabrisana meja med javnim in zasebnim, kaj za delo zabrisana meja med delovnim časom in prostim časom? Tu je še vprašanje zagotavljanja varnosti in obenem varovanja pravice do varstva zasebnosti. Kakšne posledice ima dejstvo, da je vedno manj kanalov, preko katerih npr. ljudje

spremljajo novice in da so te agregirane novice posredovane prek (vsaj некоč) kredibilnih omrežij lahko tudi lažne (spomnimo se težav Facebooka)? Umetne novice, predstavljene kot resnične, so lahko idealno politično orodje. Po drugi strani pa so posamezniki, ki se v letu 2017 na družbenih omrežjih resno prepirajo o vprašanju, ali je Zemlja okrogla ali ne, seveda ne le idealni potrošniki, temveč tudi idealni tip človeka za nekatere oblastnike, ki ponekod avtentične vire označujejo za lažne, sami pa prek družbenih medijev distribuirajo neresnična dejstva, »lajanje« psov čuvajev pa je prevečkrat preslišano. Ob zaključku naj še enkrat poudarim odmik od tehnokratskega pogleda in se vrnem h ključnim vprašanjem raziskovanja družbene teorije. Velika napaka bi bila, če bi na digitalno revolucijo gledali le v obsegu digitalizacije in internetizacije, saj ima pomembno sociološko dimenzijo. Aktualni čas zaradi tega še bolj kot poprej zahteva kritičnega posameznika z znanji za razumevanje družbenih, kulturnih in političnih vidikov medijev in komuniciranja. Raziskovanje s kritično analizo medsebojne povezanosti med spremembo v medijih in komuniciranjem na eni strani in spremembo kulture in družbe na drugi strani bo nadvse pomembno tudi v prihodnje.

8 LITERATURA

1. Baudrillard, Jean. 1976. *L'échange Symbolique Et La Mort*. Paris: Gallimard.
2. --- 1994. *Simulacra and Simulation*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
3. Bausinger, Hermann. 1984. Media, technology and daily life. *Media, Culture and Society*, 6: 343–351.
4. Bolter, Jay David in Richard Grusin. 2000. *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
5. Campbell, Richard, Christopher R. Martin in Bettina Fabos. 2014. *Media & Culture: Mass Communication in a Digital Age*. Boston: Bedford/St. Martin's.
6. comScore. 2016. *The 2016 U.S. Mobile App Report*. Dostopno prek: <https://www.comscore.com/Insights/Presentations-and-Whitepapers/2016/The-2016-US-Mobile-App-Report> (7. september 2016)
7. Couldry, Nick in Andreas Hepp. 2017. *The mediated construction of reality*. Cambridge, Združeno kraljestvo: Polity.
8. Couldry, Nick. 2012. *Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice*. Cambridge: Polity.
9. Deuze, Mark. 2007. *Media Work*. Cambridge: Polity Press.
10. --- 2012. *Media Life*. Cambridge: Polity Press.
11. Feenberg, Andrew. 1999. *Questioning Technology*. London: Routledge.
12. Friesen, Norm in Theo Hug. 2009. The Mediatic Turn: Exploring Concepts for Media Pedagogy. V *Mediatization: Concept, Changes, Consequences*, ur. Knut Lundby, 163–83. New York: Peter Lang.
13. *Gigafida*. Dostopno prek: <http://www.gigafida.net> (5. april 2016)
14. Hartmann, Maren. 2014. Home is where the heart is? Ontological security and the mediatization of homelessness. V *Mediatization of Communication*, ur. Knut Lundby, 641–679. Berlin/Boston: De Gruyter Mouton.
15. Hepp, Andreas in Friedrich Krotz, ur. 2014. *Mediatized Worlds: Culture and Society in a Media Age*. Basingstoke, England: Palgrave Macmillan.

16. Hepp, Andreas, Matthias Berg in Cindy Roitsch. 2014. *Mediatisierte Welten der Vergemeinschaftung: Kommunikative Vernetzung und das Gemeinschaftsleben junger Menschen*. Wiesbaden: Springer VS.
17. Hepp, Andreas. 2009. Differentiation: Mediatization and Cultural Change. V *Mediatization: Concept, Changes, Consequences*, ur. Knut Lundby, 139–157. New York: Peter Lang.
18. --- 2012. *Cultures of Mediatization*. Cambridge, Združeno kraljestvo: Polity.
19. --- 2014. Communicative Figurations: Researching Cultures of Mediatization. V *Media Practice and Everyday Agency in Europe*, ur. Kramp, Leif, Nico Carpentier, Andreas Hepp, Ilija Tomanić Trivundža, Hannu Nieminen, Risto Kunelius, Tobias Olsson, Ebba Sundin, Richard Kilborn, 83–99. Bremen: Ed. Lumière.
20. Highmore, Ben. 2002. Introduction: Questioning Everyday Life. V *The Everyday Life Reader*, ur. Ben Highmore, 1–34. London: Routledge.
21. Hjarvard, Stig. 2009. Soft Individualism: Media and the Changing Social Character. V *Mediatization: Concept, Changes, Consequences*, ur. Knut Lundby, 159–177. New York: Peter Lang.
22. --- 2013. *The Mediatization of Culture and Society*. New York: Routledge.
23. Jansson, André. 2014. Indispensable things: on mediatization, materiality, and space. V *Mediatization of Communication*, ur. Knut Lundby, 273–295. Berlin/Boston: De Gruyter Mouton.
24. Jenkins, Henry. 2004. The Cultural Logic of Media Convergence. *International Journal of Cultural Studies* 7(1): 33–43. London: Sage.
25. Kramp, Leif, Nico Carpentier, Andreas Hepp, Ilija Tomanić Trivundža, Hannu Nieminen, Risto Kunelius, Tobias Olsson, Ebba Sundin, Richard Kilborn, ur. 2014. *Media Practice and Everyday Agency in Europe*. Bremen: Ed. Lumière.
26. Krotz, Friedrich in Tanja Thomas. 2007. Domestizierung, Alltag, Mediatisierung. Ein Ansatz zu einer theoriegerichteten Verständigung. V *MedienAlltag: Domestizierungsprozesse alter und neuer Medien*, ur. Jutta Röser, 31–42. Wiesbaden: VS.

27. Krotz, Friedrich. 2009. Mediatization: A Concept With Which to Grap Media and Societal Change. V *Mediatization: Concept, Changes, Consequences*, ur. Knut Lundby, 21–40. New York: Peter Lang.
28. --- 2014. Mediatization as a mover in modernity: social and cultural change in the context of media change. V *Mediatization of Communication*, ur. Knut Lundby, 131–161. Berlin/Boston: De Gruyter Mouton.
29. Lash, Scott. 2005. *Intensive media – modernity and algorithm*. Roundtable. Research Architecture. London: Centre for Research Architecture, Goldsmiths' College, University of London.
30. Lefebvre, Henri. 1991. *Critique of Everyday Life*. London: Verso.
31. Livingstone, Sonia in Peter Lunt. 2014. Mediatization: an emerging paradigm for media and communication research? V *Mediatization of Communication*, ur. Knut Lundby, 703–723. Berlin/Boston: De Gruyter Mouton.
32. Livingstone, Sonia. 2009a. Foreword: Coming to Terms With 'Mediatization'. V *Mediatization: Concept, Changes, Consequences*, ur. Knut Lundby, ix–xi. New York: Peter Lang.
33. --- 2009b. On the mediation of everything: ICA presidential address 2008. *Journal of communication*, 59 (1): 1–18.
34. Lundby, Knut. 2009. Introduction: 'Mediatization' as Key. V *Mediatization: Concept, Changes, Consequences*, ur. Knut Lundby, 2–18. New York: Peter Lang.
35. --- 2014. Mediatization of Communication. V *Mediatization of Communication*, ur. Knut Lundby, 3–35. Berlin/Boston: De Gruyter Mouton.
36. Luthar, Breda in Dejan Jontes, ur. 2012. *Mediji in občinstva*. Ljubljana: FDV.
37. Luthar, Breda in Tanja Oblak Črnič. 2015. Medijski repertoarji in diskurzivne skupnosti. *Teorija in praksa* 52 (1–2): 7–30.
38. Luthar, Breda. 2010. Nove kulturne tehnologije, komodifikacija kulture in študije občinstva. *Teorija in praksa* 47 (1): 59–77.
39. Machin, David in Andrea Mayr. 2012. *How to do critical discourse analysis*. London: Sage.

40. Moores, Shaun. 2000. *Media and Everyday Life in Modern Society*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
41. *Nova beseda*. Dostopno prek: http://bos.zrc-sazu.si/s_beseda3.html (5. april 2016)
42. Oblak Črnič, Tanja in Breda Luthar, ur. 2009. *Mobilni telefon in transformacija vsakdana*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
43. Pew Research Center. 2017. *Social Media Fact Sheet*. Dostopno prek <http://www.pewinternet.org/fact-sheet/social-media/> (7. januar 2017)
44. Poster, Mark. Everyday (Virtual) Life. 2002. *New Literary History*, 33 (4): 743–760.
45. Pušnik, Maruša, Dejan Jontes in Breda Luthar. 2016. Ritual v mediatizirani družbi. V *Ritualno komuniciranje: od vsakdanje konverzacije do medijsko posredovane ceremonije*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
46. Riesman, David, Reuel Denney in Nathan Glazer. 1950. *The Lonely Crowd: A Study of the Changing American Character*. New Haven in London: Yale University Press.
47. Rothenbuhler, Eric W. 2016. *Ritualno komuniciranje: od vsakdanje konverzacije do medijsko posredovane ceremonije*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
48. Schrott, Andrea. 2009. Dimensions: Catch-All Label or Technical Term. V *Mediatization: Concept, Changes, Consequences*, ur. Knut Lundby, 41–61. New York: Peter Lang.
49. Silverstone, Roger. 1994. *Consuming Technologies Media and Information in Domestic Spaces*. London: Routledge.
50. --- 2002. Complicity and Collusion in the Mediation of Everyday Life. *New Literary History* 33.4 (2002): 761–780.
51. --- 2006. *Media and Morality: On the Rise of the Mediapolis*. Cambridge: Polity.
52. *Slovar slovenskega knjižnega jezika: SSKJ 2*. 2014. Ljubljana: Inštitut za slovenski jezik Frana Ramovša ZRC SAZU. Dostopno prek: <http://www.sskj2.si> (5. april 2016)
53. Statistični urad Republike Slovenije. Dostopno prek: <http://www.stat.si/StatWeb/prikazi-novico?id=6263> (7. oktober 2016)
54. Sumiala, Johanna. 2014. Mediatization of public death. V *Mediatization of Communication*, ur. Knut Lundby, 681–699. Berlin/Boston: De Gruyter Mouton.

55. Wellman, Barry in Caroline A. Haythornthwaite. 2002. *The Internet in Everyday Life*.
Malden, MA, USA: Blackwell Pub.

Priloga A: Medijski dnevnik

Medijski dnevnik

Vaši podatki:

kraj bivanja: _____
poklic/status: _____
izobrazba: _____
spol: _____
starost: _____

To je vaš osebni medijski dnevnik, v katerega čim natančneje zapisujete svoja medijska dejanja v obdobju enega poljubnega dneva.

Mediji so tehnologije komuniciranja, prosim, da zapisujete vse dogodke, ki so povezani z mediji (*branje knjig, poslušanje glasbe in radia, telefoniranje, brskanje po spletu, gledanje TV-ja, uporaba aplikacij na mobilnih in drugih napravah, dopisovanje prek WhatsAppa, aktivnosti na aplikacijah kot so Instagram, Skype, pa tudi morebitno pošiljanje navadnih pisem, igranje iger na računalniku, mobilni napravi ali konzolah ipd.*).

Vaš zapis bo dragocen prispevek k raziskavi v okviru izdelave magistrskega dela na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani.

Najlepša hvala za sodelovanje!

Boštjan Novak

V primeru kakršnihkoli vprašanj, se lahko obrnete na avtorja raziskave:

Boštjan Novak

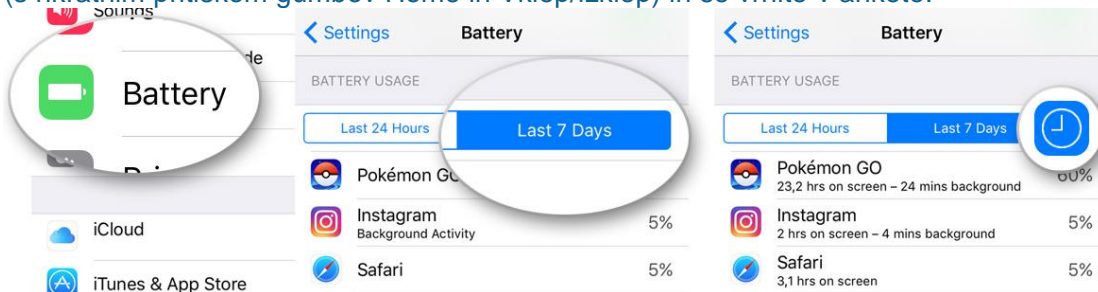
 

Priloga B: Spletna anketa

Izberite **Settings > Battery**

(Last 7 days, tapnite še simbol ure ⌚ za prikaz časa). **Zajemite zaslonsko sliko/screenshot**

(s hkratnim pritiskom gumbov Home in Vklop/izklop) in se vrnite v anketo.



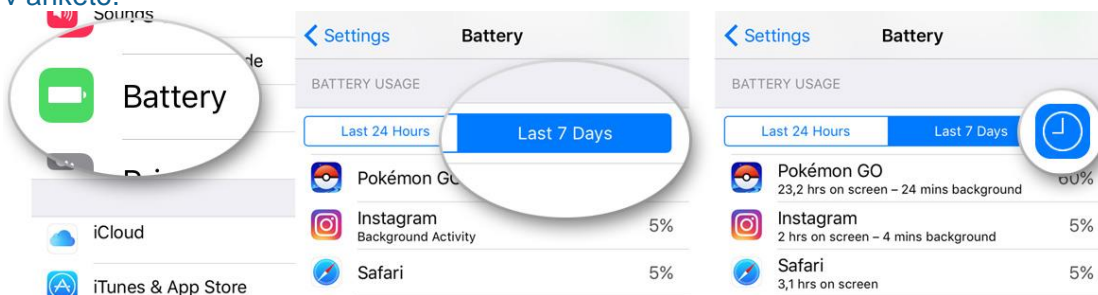
V kolikor v prvem screenshotu niso zajete vse aplikacije, naložite še dodaten screenshot spodnjega dela prikaza uporabe baterije.

Naložite screenshot svoje Battery Usage (Uporabe baterije): *

Izberite datoteko Nobena datoteka ni izbrana

Izberite datoteko Nobena datoteka ni izbrana

Izberite **Settings > Battery**. **Zajemite zaslonsko sliko** podatkov o uporabi aplikacij (s hkratnim pritiskom tipke za vklop naprave in tipke za zmanjšanje glasnosti) in se vrnite v anketo.



Spol: *

- moški
 ženski

Starost *

Kraj bivanja: *

Država bivanja: *

Kakšen je vaš zakonski stan? *

- samski (nikoli poročeni)
- poročeni
- razvezani
- ovdoveli
- drugo, prosim, navedite:

Kakšen je vaš trenutni status? *

- dijaški/študentski
- zaposleni/samozaposleni
- nezaposleni ali brezposelni
- upokojeni
- drugo, prosim, navedite:

Katera je najvišja stopnja izobrazbe, ki ste jo uspešno zaključili? *

- osnovna šola
- srednja šola/gimnazija
- višješolski program
- visokošolska strokovna izobrazba
- visokošolski strokovni (1. bolonjska)
- univerzitetni program (1. bolonjska)
- magisterij (2. bolonjska)
- univerzitetni program
- specializacija
- magisterij znanosti
- doktorat znanosti
- drugo, prosim, navedite:

Kateri iPhone uporabljate? *

- 7
- 7 Plus
- 6s
- 6s Plus
- 6
- 6 Plus
- SE
- 5s
- 5c
- 5
- 4s ali starejši

Pošlji

Priloga C: Intervju s 57-letno žensko

Podatki o osebi 1: 57-letna zaposlena iz Ljubljane

Ljubljana, 20.11.2016

Hvala lepa, ker ste si vzeli čas za izpolnitev medijskega dnevnika.

Prosim, malenkost. Mi je bilo zanimivo.

In seveda tudi čas za najin pogovor. V raziskavi izhajam iz predpostavk o današnjem medijskem življenju, o vseprisotnosti medijev, ki so neizogibni del naših življenj. Priča smo vedno bolj zgoščenemu, kompleksnemu in konvergenčnemu medijskemu okolju. Kakšen vpliv na vaše vsakdanje življenje je imela transformacija medijev? Bi lahko opisali, kako je izgledal vaš vsakdan pred internetom, celo telefonom, radiem, televizijo in kako ste se spoznali z novejšimi tehnologijami?

V bistvu, če se najprej spomnim časa, pri nas dolgo časa nismo imeli ne televizije ne telefona. To se pravi, da je bilo edino, edina aparatura, s katero smo imeli stik z medijem, je bil radio in smo takrat veliko poslušali radio čez dan in veliko smo potem začeli snemati razne kasete in take stvari. Potem se je počasi pojavil telefon, telefon je bil fiksni in si moral sedeti zraven njega, ker ni imel niti prenosne slušalke in si moral potem sedeti v dnevni sobi, ker je bil ponavadi v dnevni sobi in je bil problem, da so te drugi poslušali, kadar si govoril in je bil problem tudi, ker so bili dvojčki. To se pravi, jaz, ker sem imela rada kakšne strašne dolge pogovore, se je zgodilo, da je sosed prišel na vrata butat, da naj neham, ker mora on nekam telefonirat, ker v tistem času on ni mogel telefonirat. Potem je prišla televizija, televizija ni imela toliko programov, kolikor jih ima zdaj, pa smo jo pač kar nekaj gledali, tisto kar je bilo, par programov na izbiro. Potem so bili te fiksni telefoni s prenosno slušalko, kar je bilo že boljše, pa so bili potem že fiksni telefoni, ki niso bili več dvojčki, kar je bilo tudi bolje, v službi pa smo potem že počasi imeli prve računalnike, pa prve enostavne programe, in za urejanje tabel in za urejanje tekstov, ni bilo pa seveda še nobene elektronske pošte. To pomeni, da je vsa pošta potekala na običajen način, da smo vse nekaj napisali in sprintali in dali v eno kuverto ali enemu kurirju, da je nekam nesel ali na pošto ali karkoli, da je šlo vse bolj počasi, da tudi stvari nismo morali toliko veliko producirati, pa dlje časa je trajalo. Potem pa se je začela elektronska pošta, pa programi so bili že bolj kompleksni, da smo tudi več stvari lahko delali z računanim, tudi druge stvari. Potem pa elektronska pošta, ki je v začetku tudi bila, niti ni bila tako splošno sprejeta, kakor da tisto, kar je na elektronski pošti ni isto, ne ravno isto veljavno, da nisi mogel vseh stvari narediti ali karkoli. Potem pa so začeli tisti certifikati, raznorazni, taki in drugačni, da si se lahko identificiral, kdo si, kaj si, kako si. Potem pa že počasi internet, kakšne novice, pa izobraževanja, pa je bilo določene stvari, kaj še pol, tudi počasi YouTube in kakšna glasba, pa tako malo za zabavo, malo za informacijo, malo za resno, malo za privatno, vse je šlo dosti hitreje. Potem seveda mobilni telefoni, pa pametni mobilni telefoni, pa potem, da si bil kar naenkrat cel dan priklopljen na nekaj in da se avtomasko nisi odklopil, tudi, ko si šel iz službe, si kar še zmeri malo gledal, če je kdo kakšen mejl poslal ali ni, pa kaj je kaj novega, pa kaj ni.

Pa se vam zdi, da je to zdaj v zadnjih desetih letih res toliko novosti ali se je to čez daljše obdobje tehnologije nadgrajevale. Je v zadnjih letih res tako drugače, pa je bila za vas zdaj kakšna prelomnica, za katero menite, da je res toliko spremenila ali gre za postopen napredek?

Pa ne vem, če ni šlo postopno. Je pa res, da potem, ko je ta internet bil, mogoče ravno to, internet in telefoni z dostopom do elektronske pošte, kjer se nisi več odklopil, ker prej si moral biti nekje fiksen, mogoče ravno ta prehod na to mobilnost.

Katere naprave pa sicer uporabljate, natančno?

Največ je to računalnik, a je to laptop oz. zdaj že v službi so te PC-ji, so že tam nadomeščali s temi laptopi, pa s temi dockingi in veliki ekrani, to se pravi, da ni niti več klasičen PC, ampak samo laptop. Pameten telefon, pa kolikor je to televizija, pa v avtu radio.

Kakšen mobilni paket pa imate, imate prenos podatkov, kakšen dostop do spleta doma?

Doma optika, pameten telefon z vključenim prenosom podatkov, v bistvu, več ali manj v Sloveniji vedno vklopljen, v tujini pa malo izklapljam, pa potem uporabljam brezplačne aplikacije.

Vam internet predstavlja bolj vir za iskanje informacij ali za zabavo?

Pa skoraj bi rekla pol-pol, v bistvu eno in drugo delam, eno in drugo.

Se vam zdi, da visoka izobrazba in dohodek vplivata na to, da obvladujete tudi najnovejše tehnologije in ste še vedno v koraku s časom?

Mislím, da ja. Odvisno tudi od človeka. Lahko je nekdo, ki ima nižje dohodke, pa mu to veliko pomeni, pa sicer težje pride to tega, ampak si vseeno privošči. Imam pa tudi take ljudi, ki imajo veliko denarja, ampak jim je to brezveze in tega skoraj nočejo uporabljati.

Imate občutek, da se je vaš dom, odnosi z družino, prijatelji, na kakršenkoli način preoblikoval s tako medijsko komunikacijo? Pa morda še podvprašanje: ali ste danes bolj povezani z družino in prijatelji, komunicirate več ali manj zaradi vseh tehnologij?

V bistvu jaz nisem za Facebook, to mi ni všeč in zato, tako kot eni delajo, da so potem res, da, ali pa Instagram, recimo, tudi, da kar naprej objavljaš, kje si, kaj si, kako si, to ne. Mogoče pa da kakšno stvar vseeno malo bolj deliš s prijatelji. Kaj pa vem, kakšno sliko, kakšen občutek, kakšno informacijo, ampak nimam toliko občutka. Se mi zdi, da smo včasih mogoče celo več telefonirali, pa da smo se več družili, kot zdaj, ko imamo vse to na internetu.

Pa je bila kakšna sprememba v domačem prostoru?

Pri nas je bila televizija vedno v dnevnem prostoru, v stanovanju nismo imeli nikoli dveh televizij, imeli smo računalnik, tako da je bila mreža, pa da je imel potem vsak v svoji sobi preko kabla, preden je prišel WiFi, ki smo ga povezali z laptopi, kaj bistvenega pa ne.

Kaj bi si želeli v prihodnje spremeniti glede vašega medijskega življenja? Ali bi želeli česa manj oz. kaj odstraniti iz vašega medijskega življenja?

Jaz mislim, da smo zdaj v tisti fazi, ja. Da smo v tisti fazi, ko bi bilo že koristno, da bi se naučili, recimo, kakšno stvar ugasnit ali pa kakšne stvari ne pogledat. Ker dejansko

zdaj telefon gledaš in mejl gledaš tudi takrat, ko ne bi bilo treba. In mislim, da bi lahko zdaj rekli, ne ravno WiFi free, ampak da bi omejil čas, ki ga porabiš za to, da tako ali drugače gledaš te stvari na internetu.

Navezano na prejšnje vprašanje: bi si želela kakšne medije na novo vključiti v tvoje vsakdanje življenje, katere stvari iz preteklosti morda pogrešaš pri praksi komuniciranja in odnosov?

Mogoče smo si res več časa vzeli, da smo se dobili, pa smo kakšno kavo spili, pa se direktno zmenili. Mogoče je to zdaj ratalo, tudi če pomislim v službi ... včasih smo morda več hodili iz pisarne do pisarne, pa smo se nekaj zmenili, zdaj smo pa kar ugotovili, da je lažje, da napišeš mejl na 15 ljudi, potem pa 10 jih odgovori, 5 jih ne odgovori, pa kaj pol. Malo preveč je ratalo tega, no. Malo preveč je ratalo tega, zlasti ti mejli v CC, ki se tičejo ali pa se te tičejo, kar meji že na spam mejle, potem imaš že problem, kaj je tista informacija, ki jo rabiš, kaj je pa tisto, kar te samo obremenjuje brezveze, no.

V raziskovalnih krogih se govori tudi o občutku nekakšne zgoščitve časa. V smislu pritiska ogromne količine informacij, ki jih moramo obdelati v izjemno kratkem času. Občutite morda to tudi sami? To hipnost in ta, za mnoge, resničen pritisk.

Ja, v bistvu je, ja. Ko dobiš mejl, bi že moral malo manj, kot odgovorit, ne. Ali pa, še preden, ga dobro odpreš, že pričakujejo, da si odgovoril nanj. Ali pa ta informacija, zakaj zvečer sploh še gledaš Dnevnik, če imaš že vse čez dan na novicah. Če je vsaka novica objavljena takoj, ko se zgodi, in potem bi moral non-stop čakirati, v bistvu, kaj je kje na novo objavljen, no. Tako da, to je pristik, sigurno.

Bi želeli še kaj dodati, kar se vam zdi pomembno?

Mislim, da smo malo pretiravali s tole navezanostjo na tehnologije. Da ni tako nujno vse, kar delamo. Da bi lahko bili ... včasih si imel v ozadju prižgan radio, pa si zraven počel še vse živo. Si pač z nekom govoril, pomival posodo, si nekoga klical po telefonu, si ne vem, kaj počel. Zdaj pa buljiš vsak v svoj mobilni telefon.

Zdaj se tudi ne boš več dobil z nekom na kavi, da bi ti povedal, kaj se zgodilo v tistem dnevu, ker že veš in ne bo ti razložil, kje je bil, ker tudi že veš.

Točno to. A sploh se rabiš še z nekom dobit ali ne? Ali samo v tistem hipu narediš send, pa v bistvu vsi vejo, kje si, pa kaj si, pa kaj delaš, v bistvu. Pa zakaj? Zakaj bi pa morali vsi vedeti?

Ali bo prihodnost pozitivna, če se še bolj razvijejo tehnologije, ki nadomeščajo to človeško bližino in robotsko in virtualno resničnostjo?

To je bilo zanimivo, ko je zadnjič v filmu *[Wernerja Herzoga Lo and Behold]* rekel, da bomo twittali iz možganov, ne vem, no ... Mislim, da si tudi nihče ne zna predstavljati, tako kot si pred 50 leti, ko je bil problem en fiksen telefon, ne. Ali pa, ko je bil problem dobit televizor, pa so hodili k sosedu televizorje gledat ali pa v vasi, je imel en televizor, pa so vsi hodili k njemu. Ne vem, pomoje si ne znamo predstavljati, kaj se bo zgodilo čez 20 let.

Je pa še vedno stvar izbire posameznika?

Seveda, vedno imaš možnost ugasnit in iti v naravo in biti nevezan na nič, to je vedno izbira posameznika.

Priloga Č: Intervju z 32-letno žensko

Podatki o osebi 2: 32-letna zaposlena iz Ljubljane

Ljubljana, 20.11.2016

Hvala, ker si izpolnila medijski dnevnik in ker si si vzela čas za ta pogovor.

V svojem magistrskem delu postavljam predpostavke o vseprisotnosti medijev, da so neizogibni del naših življenj. Priča smo vedno bolj zgoščenemu, kompleksnemu in konvergenčnemu medijskemu okolju. Če morda začneva s tvojimi izkušnjami, kakšen vpliv na tvoje vsakdanje življenje je imela ta transformacija medijev? Če se spomniš, kako je izgledal tvoj vsakdan včasih?

Bolj smo se morali potruditi, da smo dobili informacijo. Recimo vreme, si moral tist dan prej po Dnevniku bit pozoren na pet minut vremena. Zdaj, ko se zbudim, prečekeram radarsko sliko padavin, a je za kolo. Skratka, ni mi treba mislit, ker mi je informacija vsako sekundo na voljo, ne. Je pa hkrati morda tudi bolj naporno iz vidika, tako, pozornost nam bolj jemlje. Mejl ti zapiska vsak trenutek, ko pride. Prej si, recimo, ko si prišel domov popoldne, šel na računalnik in si pogledu mejl za tisto noč, večer, dan nazaj. Zdaj imaš skos. Hkrati je to tudi plus, ker si bolj odziven, prej kakšno reč vidiš, ampak ja, v bistvu, ogromna transformacija, ja, zelo.

Opazaš danes nekakšno vseprisotnost medijev? Nekateri avtorji pravijo, da mediji nikoli niso nekaj povsem novega, so le izboljšane različice predhodnih tehnologij in družb, ki jih v življenju v medijih soustvarjamo tudi sami. Si opazila v zadnjih letih veliko pomembnih sprememb na tem področju?

Če recimo gledam svoj medijski dnevnik, kaj sem pogledala, recimo vreme, novice, radio, sej to smo tut delal deset let nazaj, samo, pač, v drugačni obliki. Takrat si prižgal tranzistor zunaj v sobi, zdaj pa prižgem aplikacijo zjutraj, pa poslušam radio. Mislim, so prisotni, bolj smo pa mogoče ... ker so se tehnološko zadeve izpopolnile, recimo mobilni imaš zdaj res pri sebi, ni isto kot recimo televizor, ki je bil stacionaren. Ravno danes smo bili na razstavi Tesle v Cankarju in je bil en citat njegov, pa je rekel, in to je bilo leta 1930: »Enkrat v prihodnosti bodo ljudje imeli v žepu majhne naprave, ki jim bodo vsak trenutek omogočale dostop do oddaljenih informacij.«

Katere naprave sicer še uporabljaš, točno? Telefon, računalnik, tablica, televizija, kako imaš to urejeno?

Se pravi, največ uporabljam telefon Android Huawei, potem uporabljam tudi Samsungovo tablico, isto Android, doma imam stacionarni računalnik, škatlo, ki je povezana na monitor na Android TV, se pravi lahko uporabljam samostojno tudi Android TV, v službi uporabljam pa stacionarni računalnik.

Kakšen imaš pa mobilni paket, koliko prenosa podatkov, imaš zakupljeno?

Ja, imam izimobil, unga tamauga, 1500 vsega. Cruisam, enkrat rabim več klicev, enkrat SMS-ov ...

Internet doma?

Doma imam pa optiko, ta ta hitro T-2.

Se ti zdi, da si danes bolj povezana z družino in prijatelji, da komuniraš več ali manj kot včasih?

Hmm .. več ali manj ... hitreje, to sigurno. Recimo, si nekje, na nekem lepem potovanju, takoj pride slika, prej je prišla v desetih dnevni kartica. Ne vem, če bi rekla več ali manj, predvsem drugače, hitreje. Tudi slike iz morja pokažeš hitro, prej si jih moral razviti in si povabu čez en mesec. Zdaj lahko takoj povabiš na ogled, tako da, kar se tega tiče, pomoje isto.

Se mediji prilagajajo tvojemu vsakdanjemu življenju ali se ti kot uporabnica prilagajaš medijem? Zakaj?

Probam iz vidika, da se medij meni. Prav primer aplikacij, ki jih je zdaj polno, za tele Android sisteme, jaz, ko neko reč rabim, grem iskat, vem, da bo aplikacija že za to mojo potrebo. Ni tko, o, to so lepe aplikacije, dejmo. Ne vem, zdej bi neki rabla, da bi to, uno, tretje, se pravi, da se mediji meni prilagajo v tem smislu. Ne, da bi zdaj inštalirala nekaj, ker je.

Se spomniš, kako se je tvoj domač prostor preoblikoval zaradi medijev?

Nova dnevna soba se je sigurno preoblikovala na ta način, da nimam računalnika posebej, da je to neka pisarniška zadeva, ampak je to v središču v bistvu dnevne sobe, ker je hkrati računalnik televizija, v tem smislu. Kablov je tudi manj oz. jih skoraj ni, so skriti v omari in wifi. Preoblikoval, ja, v kuhinji prižgem tablico in je recept, naprimer, sigurno je sprememba.

Kaj bi si želela v prihodnje spremeniti glede tvojega medijskega življenja? Ali bi želela česa manj oz. kaj odstraniti iz vašega medijskega življenja?

Mogoče včasih bi se odvadila tega čekiranja, mislim, da imamo tega veliko, hitro čekiraš, a je kej novga, a je nova novica, novo sporočilo, Viber, uno, tretje. Ta check včasih bi pasalo malo počitka, pa lej, bom potem zvečer pogledal, saj niso vse stvari urgentne, da moraš takoj odgovoriti. Mogoče to.

Imaš ta pritisk, ker imaš ta potisna obvestila? Imaš ta pritisk, da zdaj v tistem trenutku, ko nekdo pošlje, dobiš potisno obvestilo, da moraš ti zdaj takoj odgovoriti? Ali si rečeš okej, hvala lepa. Pa kar se tiče službenih stvari, ti si zvečer doma, bereš, dobivaš tudi službeno pošto?

Ne, ne, ne, to zavestno. Ko odšttempljam službo, ne gledam tega. Ker pač tudi nimam delovnega mesta, ki bi to zahtevalo.

Ko prideš v službo in prižgeš računalnik, takrat je prvi trenutek, ko pregledaš službeno e-pošto?

Ja, ja, za službo in ko odšttempljam, ja. Tako, da službenih ne, ne. Zdaj domače pa ja, čist odvisno, kak odgovor zahteva, če je to nekaj "ok, zmenjen", če je pa to nek daljši odgovor, pa ja.

Katere tehnologije oz. medije bi želela na novo vključiti v tvoje vsakdanje življenje, pa ali so mogoče kakšne stvari iz preteklosti, ki jih pogrešaš pri praksi komuniciranja in odnosov?

Mogoče en del. Opazila sem, da manj berem. Berem že, kratke novice, ampak tako, da bereš knjigo dobro, ampak sem to vključila na novem mediju to velik na telefonu, ker imam ravno dober inčni ekran, da se da dobro brati ali na tablici. Zdaj spet veliko berem, pa tudi fizično knjige ali pa tudi elektronske, recimo to. To sem opazila, je izginilo na

račun tega. Ostalo, saj ne pogrešam, saj časopisa nisem nikoli neki brala redno, saj nisem bila še toliko velika, televizija je itak ista, telefon ...

Imaš kakšno napoved za prihodnost? Bere in govori se veliko o vseh tehnologijah, ki naj bi nadomestili še to bližino človeka in robotsko in senzorične zaznave in virtualna resničnost, ne samo z očali, ampak da boš z vsemi čuti in tako naprej? Kakšno tvoje mnenje in komentar?

Kaj še bo, v tem smislu?

Ja, a se veseliš teh napovedi?

Mislim tako, jaz tako gledam, po pameti, če dobro uporabljaš, vse dobro služi. Ti si lahko zaradi enega medija totalno asocialen rataš in živčen in napet. Ne bojim se nobene napovedi. Saj je človek tisti, ki prižge zadevo, saj imam daljinca, imam gumb, ugasnjem. Je pa res, da smo mi generacija, ki smo bili obvarovani tega, ko smo bili majhni. To je lažje. Jaz sem dobila prvi telefon pri 16, 17ih letih, pa še takrat so bili preprosti. Mogoče mi lažje, na odrasel način bolj spremljam medije, ne vem pa, kako je to pri majhnih, ki so pa res rojeni zdaj s tem.

A se ti, da če je recimo neka transnacionalna družina, otroci recimo hodijo že v gimnazijo v tujino, pa so starši doma. Se ti zdi, da zdaj ta pogovor prek Skypa ali Facetima, da lahko nadomesti to bližino ali pa ta odnos ali ne?

Sigurno boljše, kot nič. Včasih ni bilo nič. Tako da, to je super. Recimo vidim, ko gre mož na službeno pot, ja, zdaj je to zastoj, klici iz tujine, gre on na Viber, se pogovarja lahko vsak večer. Včasih se ne bi mogla, čakaš, da pride domov. In sigurno takrat bi bil en teden brez komunikacije, zdaj pa je ...

Ali pa bi bilo zelo drago ...

Zelo drago ja ali pa samo za neke nujne zadeve. Tako da, nadomesti sigurno tisti prehodni čas, jaz ne vidim slabega v tem.

V raziskovalnih krogih se govori tudi o občutku nekakšne zgostitve časa. V smislu pritiska ogromne količine informacij, ki jih moramo obdelati v izjemno kratkem času. Občutiš morda to tudi sama? To hipnost in ta, za mnoge, resničen pritisk. Če pogledaš povprečen medijski dan in količino informacij, ki se jih sprejme, obdela, ne samo, koliko se jih vidi na televiziji ali na poti v službo.

Vidim, da paše kdaj odklop tudi od tega. Da ga prav rabimo, čisto človeško. Kakor so zdaj povsod recimo te wifi cone, začenjajo eni zdaj no-wifi cone. Ravno zato, da se spočiješ drugače. Mislim, da te lahko prekuri ta količina, da moraš imeti mero, v tem smislu. Enkrat več, enkrat manj. Če pa stalno veliko, pa ni to dobro za človeka. Čisto za živčni sistem, čisto možgansko, oči, vse skupaj.

Bi želela še kaj dodati? Kakšna opažanja pri tvoji samoevalvaciji?

Ne, super. Opazila sem, da skos gledam telefon, da je tega res veliko. Sej to veš, ampak, ko zapišeš, je drugače.

Ampak je tako, da je prva stvar, ko se zbudiš, pogledaš na telefon?

Ja, dejansko, ker imam budilko in ko jo ugasnem, primem telefon, dejansko preden zaspi, pa ugasnem telefon.

Priloga D: Intervju z 12-letnim moškim

Podatki o osebi 3: 12-letni osnovnošolec iz Ljubljane.

Ljubljana, 20. 11. 2016

Hvala lepa, ker si izpolnil medijski dnevnik. Če pogledava malce tvoj medijski dnevnik, si največ na telefonu in računalniku ...

Ja.

Morda za začetek, če mi poveš, kakšen telefon uporabljaš, kakšen računalnik?

Telefon imam v bistvu Sony Xperia, črn, kar velik.

Kakšen imaš pa paket za internet?

T-2.

Pa na telefonu, lahko dostopaš do interneta samo, ko si doma ali tudi, ko si zunaj?

Tudi, če grem ven. Računalnik imam pa laptop Asus.

Imaš prav svojega ali ...

Prav moj, ja. Ga imam v svoji sobi.

Imajo starši dostop do njega?

Kakor kdaj, me ne kontrolirajo.

Imaš kakšen profil na Facebooku, Instagramu, Twitterju?

Ne, Gmail imam edino.

Si že kaj razmišljal, da bi imel kakšen profil?

Ne, nič se nisem razmišljal o tem.

Malce si o tem že napisal v medijskem dnevniku, ampak te še vprašam: če komuniciraš z družinskimi člani, ali raje pošlješ SMS, pokličeš ...

Večkrat jih pokličem, pa potem se z njimi zmenim.

Tvoje top aplikacije na telefonu?

V bistvu imam bolj igrice in YouTube, čeprav imam pa tudi neki teh v redu aplikacij, neki mi je oči takih aplikacij naložu, bolj pomembnih, neki sem pa tudi sam. Ampak večino imam pa bolj za zabavo.

Kaj pa sošolci, recimo, če si doma in delaš kakšno nalogo, se dogovarjate, imate kakšno skupino, po SMS-ih, se pokličete?

Nimamo nobenih group, bolj si po SMS-ih pišemo tko.

Če bi imel neomejeno denarja, in neomejeno časa, da bi lahko delal kar želiš, kaj bi si še kupil, kaj bi dodal v svojo sobo, kakšen telefon bi imel?

Hm kaj bi dal ... v sobo bi ... ne vem, v sobo bi si dal TV, če bi si lahko, pa potem mogoče bi si še en računalnik kupil, to. Kaj bi še ...

Igraš igrice samo na telefonu ali tudi na računalniku?

Tudi na računalniku. Mogoče bi si še kakšno igrico, ja, to bi si kupil kej.

Sicer si zadovoljen? Telefon imaš tudi dober?

Ja, telefon mi je v redu.

A se ti zdi, če ne bi imel telefona, pa računalnika, pa mejla, pa SMS-ov ... se ti zdi, da smo zdaj bolj povezani ali manj? Bi se s sošolcem raje dobil v živo in se kaj zmenil, kot da mu pošlješ SMS ali mu raje napišeš samo sporočilo?

Raje bi videl, da bi se z njim dobil.

Če greš zjutraj v šolo in na sredi poti opaziš, da si doma pozabil mobilni telefon. Kaj bi naredil?

Če bi bil kdo od tistih doma, potem bi mu rekel, da nej mi ga prinese, pa ga prosu, drugač pa nič, bi šel v šolo, pa ko bi pršu domov, bi poklicu očija pa mami, pa to je bilo to.

Smete v šoli oz. med poukom uporabljati telefon ali ne?

Ovisno, kakšno učiteljica imamo. Imamo več različnih učiteljic, pač tko za vsak predmet svojo, pa potem pri enih je to lažje naredit, ker so bolj starejše, pa to, pri enih pa ne smemo, praviloma ne bi smeli.

Ampak ni pa tako, da če bi te na šolskem hodniku srečala ravnateljica in videla, da uporabljaš mobilni telefon, da bi ti ga vzela, niso tako strogi?

Ne, niso tako strogi.

Če pomisliš na telefon in računalnik in televizijo, na naprave za poslušanje glasbe ... če bi lahko od vseh takih naprav obdržal samo eno stvar ... ali pa če bi šel na samotni otok, pa lahko vzela s sabo samo eno tako stvar, katera stvar je tista, brez katere bi težko živel?

Računalnik.

Kaj pa največ delaš na računalniku?

Največ tko igram igrce, bolj reli, pa te gradilne Minecraft, drugač pa tudi včasih nasilne, ampak mi jih oči ne dovoli zdej igrat, samo med glavnimi počitnicami mi jih dovoli, pa na spletu sem tut zlo velik.

Kaj pa pričakuješ za prihodnost? Govori se veliko, kako bomo igrali igrice, pa očala in rokavice in virtualni prostor in ne vem, kaj še vse. Kakšno imaš napoved, se tega veseliš, misliš, da bo boljše ali da bo slabše?

Mislim, da bo slabše.

Zakaj?

Meni ta očala, pa joysticki pa to meni ni preveč dobr, zato, ker je men na teh stvareh ful težko igrat, pa ni tko ... ko igram igrico, se ne počutim tako, kot da bi jo zares igral. Da ne tipkaš tko, kot da bi tipkal, pa računalnik gledal, je drugač mau tko.

Kaj pa primerjava računalniških iger in recimo konzol kot sta Playstation in Xbox?

V bistvu še nisem nič probal, ne vem.

Bi še kaj dodal?

Ja, to, da tut med tema dvema stvarima računalnikom in telefonom gledam tut velik televizijo. V bistvu bolj zvečer jo gledam tko.

A gledaš tudi na računalniku posnetke, oddaje? Napisal si, da gledaš Alarm za Kobro 11, jo to gledaš na televiziji ali posnete epizode na računalniku?

To gledam v bistvu na televiziji, drugače pa na računalniku pogledam kakšen YouTube ali pa gledam zdej ene, v bistvu so taki možički, pa tko je v bistvu, tak šov imajo, ful smešni so v bistvu.

Še nekaj glede Facebooka, Twitterja in Instagrama ... a te kaj mika, uradna meja je bila včasih 13 let, ampak eni so si seveda že prej kreirali račune. Te kaj mika, misliš, da kaj zamuješ, ker tega nimaš?

Ne, jaz mislim, da nič ne zamujam, ker to meni je to tko ful bedn, mislm.

Nisi pol tak tip, ki bi slikal to, kar boš zdaj nekaj posebnega pojedel in poslal vsem sošolcem?

Nimam potrebe, da bi to pošiljal.

A kakšen od sošolcev že ima, enako starih kot ti? Kaj govorijo o tem?

Imajo že kar skoraj vsi. Razen moji najboljši prijatelji, ki so podobni kot jaz.

Priloga E: Intervju z 62-letno žensko

Podatki o osebi 8: 62-letna upokojenka iz Izole

Izola, 30. 11. 2016

Hvala, ker ste si vzeli čas za pogovor in tudi, ker ste izpolnili medijski dnevnik. Malce sva se že pogovarjala o internetu, medijih, pa mogoče začniva z vašo uporabo interneta.

Internet sem včasih več uporabljala, zdaj ga pa uporabljam tako, ne glih vsak dan. Nekje do 2010 sem ga uporabljala, internet, več za priprave na pouk, razne članke v strokovne revije, Pet zvezdic in Dober tek, potem pa nekoliko manj, zdaj jih uporabljam malo manj.

Zdaj ni več toliko potrebe, predvsem ne več za službene namene.

Ja, večinoma ga uporabljam za iskanje člankov ali pa kar se kulinarike tiče, jedi, potem pošljem kakšen recept, recimo, kolegom in tako.

Kakšna je razlika med včasih in danes?

Velika razlika je od včasih, ker smo seveda včasih to vse delali na roke, pisali, zdaj pa se določene stvari shranijo v računalnik, pa potem, od začetka je malo več dela, potem je pa to lažje, recimo, rabim, kaj znam, teletina, vse o teletini, kako jo delimo in tako, jaz si to vse napišem v računalnik in potem naslednjič ali pa naslednje leto, potem si to samo sprintam. Od začetka je malo več dela, ne.

A se je bilo težko naučiti. Domnevam, da ste se s tem najprej srečali v službi?

Meni je bilo težko se naučiti, ker sem imela nekje 45 let, ko so prišli ti prvi računalniki in to je bilo vse še v ...

Dosu?

Dosu, tako. Jaz se angleščine nisem učila, najprej sem si morala postopke vse v angleščini si zapisat oz. si jih zapomnit in potem šele si moral itak v Windowse to vse skupaj spraviti. Potem tudi, kar se tiče samega tipkanja, mi je bilo tudi težko, sem iskala črke, no, potem je bil preobrat, ko so prišli računalniki v slovenščini, in spet vse drugače, ker se moraš teh slovenskih izrazov učiti in tako naprej. No, potem, malo sem se na faksu navadila in potem sem si ga pa sama kupila, najprej sem ga uporabljala v šoli, ker smo itak imeli v zbornici samo en računalnik, potem pa eden tisti *Schnellkurs* odpiranje oken in zapiranje. No, potem sem si ga pa sama kupila in doma kar navadla.

Torek predvsem samoukinja, z lastno željo in voljo ...

Ja, ja. Malo sprašuješ, malo kašenkrat zafrkneš, se spomnim, ko sem pisala dve, tri ure recepture, na računalnik, pa sem pozabila shraniti. In potem sem rabila tisto na hitro, pa muca papala, pa vse jovo na novo. Tako da je bilo kar veselo. Sem pa bila potem seveda zadovoljna, vedno bolj, vedno bolj, tudi ta banka po spletu, zdaj mi je, bi rekli majka. Si ne morem zamisliti, da bi zdaj spet te položnice nosila tja na pošto ali pa na banko, pa čakala. Tako pa, ko imam čas, malo zberem en kupček, vtipkam notri te datume in to gre naprej. Čeprav se mi še kašenkrat zgodi, da kaj zgubim, ne. Ampak, tako, vedno

boljše je. Pa potem brskanje, za temi, predvsem, to mene zanima, Bolha, tudi sem že kupila na Bolhi, prodajam ne, ker zaenkrat nimam kaj takega prodajat, naročam nekatera mazila in take stvari, Facebook uporabljam tudi, imam svoj profil. Samo jaz na profilu nič ne objavljam, samo komentiram.

No, ampak to je tudi že aktivna udeležba. Koga pa potem spremljate, prijatelje, sorodnike?

Prijatelje, sorodnike, večinoma tudi moje bivše dijake in tako. Pa tudi jaz včasih kaj pokomentiram, kakšno stvar.

Potem je za vas glavna naprava računalnik?

Tako.

Kaj pa mobitel?

Mobitel malo uporabljam, za kakšen SMS, kakšni prijateljici ali pa sestrični pošljem kakšne ...

Slika?

Ne, kakšno lepo misel. Slika ne, nimam, čist navadn model za 1 EUR.

Potem ni nič pameten in ni aplikacij?

Ne, ne, to žal ne. Ima pa to sin in se on bolj s tem ukvarja. Mobitel zelo malo, potem kakšne druge, nimam pametne tablice ali kaj teh, nimam, se s tem ne ukvarjam. Potem pa branje, veliko imam te solate za branje, vsak dan Slovenske novice, pa Primorske novice, pa Nedeljski dnevnik.

To pa še papir?

To so pa papirne aplikacije še, ja.

To pa ne bi zamenjala zdaj, da bi brala Primorske novice samo na računalniku?

Ne, ne, mi je vseč tako. Čeprav, ne vem, nisem niti poskusila.

Čeprav meni se tudi zdi ta občutek, nekaj posebnega, nek ritual.

Tako, ja. Potem tudi nekih filmov ne gledam, včasih si kakšno glasbo naredim na YouTube, no te aplikacije še uporabljam, YouTube, pa Yahoo, ne vem, kaj še vse.

Pa finance obvladate.

Ja, čeprav od začetka so mi govorili, malo me je bilo strah, ampak jaz nimam neke velike vsote, več kot imam, mi ne morejo vzeti. Kakšno glasbo dol z računalnika, ne pobiram, samo poslušam, nekaj časa sem poslušala tale Radio, štajerski. Ponavadi so tam ob osmih začeli s kakšnimi evergreeni taki, po sklopih so imeli.

No, to je tudi, štajerski radio na Primorskem, kjer sicer ni signala.

Je, je, no prek računalnika. Ja, prek navadnega pa ni, ja, ga ne bi mogla poslušati. Potem še televizija, zjutraj takoj Dobro jutro, Poročila najbolj, če je kaj zanimivega, poslušam tudi to, kakšni nasveti, takšni in drugačni, tist igraymo se in te solate ne poslušam, potem je tam okrog 1h spet Poročila, potem popoldne, vmes moraš še kaj drugega delati, ne. Ne moreš sam viseti na teh stvareh. Potem pa zvečer je pa moja od šestih naprej, začne Svet Kanal A, vse dogajanje me zanima, od politike naprej.

To ste od jutra do večera na tekočem z dogajanjem.

Seveda, zjutraj se začnejo kregat tam v parlamentu, pa zvečer končajo ob polnoči ali pa še dlje. No, malo se hecam. Po osmi uri je pa Discovery moj, to me pa zelo zanimajo, razna raziskovanja, potovanja, sinoči sem recimo gledala Castro, Fidel Castro, od začetka pa do konca Kuba, zelo zanimivo. Za njim je bila Antarktika. Pa Aljaska, to je bilo tudi zanimivo, te stvari me zanimajo. Včasih Animal Planet, pa Travel.

Torej bolj dokumentarne.

Tako ja, ne tista solata, nobenih nadaljevanj ne gledam, to me ne zanima. Ne slovenskih ne tujih, ne ničesar. Tako da, če pa, to seveda ni vsak dan, so določeni dnevi, potem je pa še branje knjig. Sicer zdaj malo manj berem, ker me malo oči matrajo, zvečer sem ponavadi že utrujena, ampak berem. Samo tudi takšno literaturo, ki je, lahko so potovanja, zgodovina me zanima, ampak tisto, kar se je resnično, ne ljubezenski romani, sem čitala včasih in ponavadi že vem, kako se bo končalo, tako da ni več zanimivo.

Če narediva samo en skok nazaj in eno predvidevanje naprej. Če primerjate z včasih, ko ni bilo ne telefona ne računalnika ...

Res je.

Pa televizije. Se vam zdi, da kaj pogrešate od takrat?

Ne, predvsem smo se več družili. Več smo se družili, več smo recimo si pisali, zdaj vidim, napišem mogoče deset kartic za novo leto, tistim najozjim, in če ne dobim odgovora, potem drugo leto potem ne pišem. Po telefonu to ni zame, tudi če z Avstralije pride, ampak pride pošta. Klasika mi je še vseeno nekaj všeč. Je pa zdaj lažje komunicirat, lažje je spremljat stvari, so takoj ali na spletu ali kjerkoli jih je takoj. Samo je vprašanje, a je to, včasih je to dost neverodostojno.

V bistvu je zelo veliko informacij v zelo kratkem času.

Za kakšnega preveč tudi. Je pa lažje. Včasih si pisal na roke, pa si potem dal na pošto, recimo, če sem kakšen članek ali karkoli delala, zdaj pa se ob polnoči vsedem za računalnik, napišem in pošljem. In si stvar uredil. Čeprav tudi od začetka se mi je zgodilo, da mi je ob polnoči računalnik crknil, da sem se razjokala, lepo prosim, da mi ni zdaj vse pojedlo. Ampak, ker so ti računalniki zdaj že malo bolj sodobni, pa večino že shranjuje, brez da ti tipkaš petkrat, šestkrat. Če bi povzela to, včasih, je lažje zdaj mnogo stvari, včasih smo to vse, saj pravim, pisali na roke, ustno, več smo imeli kontakta, zdaj pa tega kontakta ni, zdaj pa samo kontakt vizualno, bi rekel. Po eni strani je to dobro, po drugi pa tudi ne. Pa smo šli včasih v kino, zdaj pa se usedemo pred televizijo ali pa tam pred računalnik, vidim tu včasih moje dva, vsak svoje slušalke v ušesih, eden tipka na tablico, drugi je na računalniku. Ni kontakta tistega.

Pa zdaj vi pogrešate, ker nimate takšnega telefona kot recimo vaš sin?

Ne, ne, če bi ga hotela, bi ga imela, itak. Nekako mi ni všeč. Jaz to v torbici nesem, potem se mi pritiska in samo kliče in tako, jaz imam unega navadnega, ga zaprem Samsunga in je. Pa že na pamet tipkam črke, ker vem, na katere številke je katera, včasih lahko že z zaprtimi očmi, hitreje mi gre.

Tako kot smo mi včasih, si lahko pod mizo tipkal, ker si bil navajen gumbov tri krat ti.

Tako, ja. Zdaj pa to, to pa ne bi mogla. Tako, da ne pogrešam nekih teh novejših. So pa dobri za koga. Tudi z računalnikom nimam povezave jaz s svojim. Drugi imajo, recimo

sin s tem pametnim telefonom. Samo tudi ni računalniški tip, se mi zdi, da jaz še bolj obvladam kot on.

Kako je bilo s tehnologijo v vaši službi v šoli?

Včasih je bil za 80 učiteljev en računalnik v zbornici in potem še eden v učilnici, še zdaj je samo eden v učilnici, ne vem, koliko jih je zdaj v zbornici, ampak zdaj večina jih imajo že vsi svoje računalnike. Tablice imajo pa to solato. Je veliko boljše, tudi manj dela je. Prej si si vsako pripravo pisal gor na roke, pa potem se je tisto zgubilo in ko si imel drugič uro, pa spet nimaš priprave, pa spet piši jovo na novo. Zdaj imaš učni načrt, ki je tudi računalniško, prej se je to vse delalo na roke pisalo, tako da septembra smo bili že čisto vsi nori, ker smo te učne načrte pisali. Potem, ko se to uteče, je potem bolje. Najhujše mi je bilo tiste razpredelnice, nikakor nisem štekala, kako tiste po tednih naredit, to že moraš vedeti malo. Pa neke grafe takšne in drugačne, pa še zdaj ne vem, če bi znala kakšen dober graf naredit, ker sem malo ven iz tega, ker mi ne rabi tega.

Kar ste imeli računalniških tečajev, ste jih imeli v šoli?

Smo imeli, ker smo imeli tudi informatiko v šoli, tako da smo bili malo na boljšem, smo imeli najprej tisti *Schnellkurs*, kar sem rekla, potem pa vsake toliko, posamezne sklope.

To je bila za vas že prednost.

Ja, smo imeli izobraževanje že v šoli in smo imeli tudi profesorja informatike. Pa smo pri nas organizirali tudi za druge, predvsem osnovne šole, srednje šole so že imele informatiko. Pa recimo domača naloga "a jo lahko napišem na računalnik?" Ne, sem rekla. "Ja, ampak zakaj ne?" Ja, zato, ker ne vem, a si jo ti pisal ali Pinko Palinko jo napisal. Ja, ampak jaz ne znam pisat na roke, lepše pišem na računalnik. To so te slabosti, kar se osnovne šole tiče.

Ja, kje pa bo pisal, če ne v osnovni šoli?

Ja, pa ne bi, ne piše. Slabo so pismeni, absolutno. To mene zelo moti.

Če ni pismen takrat, kje pa ima potem sploh še možnost, da se bo naučil?

Nikjer več, ne več. No, potem, ko smo govorili še o Skypu, Skype tudi uporabljam, sem komunicirala z Avstralijo, z Ameriko, s Španijo, recimo. Sploh, ko sem imela te sorodnice dol na izobraževanju.

Morda še kakšno vprašanje o šolstvu, ker sva ravno v tej temi in vam je blizu, mi smo se priučili uporabe sodobne tehnologije, vi ste se tudi morali priučiti, zdaj ti otroci, ki so zdaj stari 10 ali 15 let, so se praktično rodili s tem.

So se rodili s tem. Ne znajo pa pisat, to pograšam. Meni je bilo strašno hudo, ko sem začela učiti in smo recimo pisali kontrolke, pisno se sploh ne znajo. Pisava ja, niso pismeni na roke pisat. Potem sem jim recimo narekovala snov, »pa ne morem več, ne morem več«, pa nisem nikamor prišla, ker sem morala kot v prvem razredu, pa počakat, pa nič si ne zapomnijo zraven, pa ponavljati stavke, potem sem jaz včasih zašla, ker jaz sem si stavek že v naprej formirala, oni pa rečejo, »Kaj ste že rekli?«. Daj si vsaj enih pet besedic zapomni, to je tudi, zdaj verjetno tudi na faksu računalnike uporabljajo, mi jih še nismo, jih ni bilo veliko.

Veliko jih že nosi s sabo računalnike in piše samo na računalnik.

Tako, ja. In piše na računalnike in tudi obvladajo.

Samo izpit pa potem pišejo še ...

še na roke, ja. Meni je bilo zelo hudo. Potem so se morali recimo na izpite prijavljat po računalniku, pa je spet bil problem, ker tega nismo znali, obvladali. Najbolj pa mi je bilo hecno, ko smo se na faksu učili o teh računalnikih, drugače jih ni bilo, prvi računalnik na Obali je imel Bernardin, in to je bil računalnik, ko una omara, velik. In oni so takrat že sprejemali rezervacije na računalnik, to je bilo nam fatamorgana. In reče ta profesor, zdaj bomo pa šli na Bernardin, pa boste tam na računalnik napisali neki tekst, pa boste shranili, pa boste sprintali. In takrat je bil še tisti papir na harmoniko ...

Ja, ja, iglični tiskalniki, neskončni papir ..

Tako, tako. In bomo šli pet nadstropij dol v klet tisto, boste počakali, in bo vsak svoj tekst dobil. In sem rekla, kje to, pet nadstropij dol gre, kje to zdaj leze ta papir. Si se moral navaditi, pa potem tudi snov in to se je že nalagalo, torej pri teh aplikacijah zdaj prihraniš veliko časa. Me ne moti, samo sem že zdaj malo v zaostanku. Pa elektronska redovalnica že obstaja, včasih smo vse to pisali v une velke redovalnice, pa v une mehne redovalnice, pa vsake toliko je kdo naredil kakšen puč, pa je sunu redovalnico, pa si jo iskal, sicer pravim, smo imeli še tiste svoje, tak da, tudi če je tisto zginlo, se je točno vedlo, pa tudi vsak učitelj je vedel, kakšne ocene ima kdo, samo, veste, tele elektronske redovalnice. Po eni strani je v redu, ker imajo starši takoj pregled, vidijo vse, ni pa, potem jih pa nič več ne zanima, ni več stika z učiteljem, profesorjem, ni več potem tistega osebnega stika.

Saj potem verjetno tudi z otrokom ni, če si ga včasih vprašal, koliko je pisal, v bistvu pa lahko dobiš zdaj že na telefon oceno, recimo da je pisal 4?

Ja, ja, samo tiste 4-ke, če je kdo pisal, so se že tak radi že v naprej pohvalili staršem, ma ko so pa slabo pisali, pa ne. Takrat pa niso vedeli. Pa so prišli kakšni starši, pa so bili malo v šoku, ko so videli resnico. Pa enkrat, dvakrat niso prišli, ko je tretjič prišel, takrat je že gorelo. Takrat pa, kaj pa zdaj nardit. Čeprav zdaj se tudi po elektronski pošti starše obvešča in tako naprej, tak da je napredek, vsekakor. Malo večji nadzor je, če ne drugo, z drugega stališča pa ni v redu, ker včasih nisem jaz starša videla štiri leta. Samo dobro, tisti ni problematičen.

Dve plati, torej. Po eni strani zelo dobro, po drugi kakšne stvari tudi slabo. Za kakšne stvari pa tudi ne vemo, kako bodo.

Res pa tudi je, da starši vedno manj imajo časa, so po službah in tako, če otrok ni problematičen res, skorajda, bi rekel, ne rabi na uro gledat tam. Pa da mu profesor reče, da z vašim pa ni problema nobenga. Je pa tudi to, da se standard, čeprav pravijo, da ne, da pa se standard izboljšuje in vedno več je elektronike, teh elektronskih naprav, s katerimi se komunicira. Tudi zaradi tega, ker enostavno ni časa niti. Po eni strani dobro, po drugi strani pa je, kar je.

Zdaj imam malo manj tega, ker sem v penziji, pozneje je še čas za čvek kje zunaj. Tudi smo se zunaj dobivali, zdaj pa, kako si ...

A se zdaj bolj, s temi, ko ste se zunaj dobivali na kavi ...

Manj.

Se manj dobivate, se potem namesto tega pokličete po telefonu?

Ja, tako. Ker nekateri še delajo, so po službah, pa tudi nimajo časa. Ampak tudi, me kolegica pokliče, pridi na čvek. Po telefonu, ali pa SMS pošlje. Pa grem, jaz imam čas.

Kar bo pa naprej, bomo pa še videli.

Ja, tehnika gre naprej, bogve, kaj še bo. Kaj sploh še lahko je. Meni se zdi, da so že vse dosegli.

Pa je še vedno vsak dan nekaj novega.

Da ne govorimo ... recimo pečica. Je tudi že vse računalniško programirano. Jaz sem recimo znala deset programov, od čiščenja, temperature, pečenja, kuhanje, vse to nastavit. Pa celo od doma, recimo te večje bolnišnice, recimo bolnica, smo imeli primer Slovenj Gradec, v Ljubljani Klinični center, šef kuhinje, zvečer so pripravili v pečico, kaj znam, pečenko, on je zjutraj pritisnil gumb na računalnik, svoj doma, in pečica je začela delat, ko so oni drugi prišli, je že bila pečenka pečena, recimo. Pa ne samo gospodinjski, recimo doma, od ne vem kje si lahko klimo prižgeš, mislim tehnike je ogromno. Je to dobro, zaželeno, ampak pride pa tudi do, lahko do kakšnih napak.

Kako je pa glede stroškov pri vas?

Ja internet imam trojček, pa niso tako mali stroški, internet, telefon in televizija, je okrog 50 EUR vse skupaj, telefoniram malo, nič, mobilni telefon pa še posebej. Plus 22-25 jaz, 25 mož, to se vse porabi. Sin itak ima, ker ima poslovni 60-70, tudi več, če gre kam. Zdaj pa če to vse sešteješ, je ena cifra. Stacionarca se res malo uporablja, to imam res samo zaradi moje mame, ker jo pokličem. Sicer smo ji kupili tudi telefone, samo pravi, da ne rabi.

Stacionarni telefon pa obvlada?

Ja, stacionarnega pa obvlada.

To je že fino, da ima telefon, da se lahko preveri, če ni kaj narobe.

Seveda, čim se ne oglašša, že paniko delamo okrog, se že kličemo.

Priloga F: Intervju s 30-letnim moškim

Podatki o osebi 9: 30-letni zaposleni iz Ljubljane

Ljubljana, 8. 2. 2017.

Hvala, ker si izpolnil medijski dnevnik in ker si si vzel čas za najin pogovor.

Ob pregledu tvojega medijskega dnevnika sem opazil dve zanimivosti, ki jih pri ostalih ni bilo, o teh bi te rad povprašal za tvoje mnenje.

Prva je seveda Tinder, mimo katerega ne moremo. Po enih izmed ocen naj bi imel 50 milijonov aktivnih uporabnikov in je do zdaj generiral že 9 milijard ujemanj. Je pa res, da se je njegova zgodba začela že pred časom, leta 2012. Se ti zdi, da je Tinder res prinesel neko revolucijo na področju iskanja in spoznavanja partnerjev na spletu? Tak način je vseeno že star vsaj toliko kot splet sam, tudi v Sloveniji poznamo ogromno spletnih mest, ne samo direktno za iskanje partnerjev, tudi Glasujzame.com, to se še zagotovo spomniš in Simpatije.

A gre res za nekaj tako posebnega in novega pri Tinderju ali pa ta aplikacija bolj kot ne zgolj odgovarja za trenutne družbene spremembe pri spolnih navadah?

Ma ne, nič ni tazga. Prvo, kot prvo, folk je zdej bolj navajen prek teh raznih socialnih omrežij se naconnectat in se dobivat, pa to itd., zaradi tega je postalo bolj popularno. Ta generacija, ki prihaja zdaj, večinoma so na Tinderju 25, 26, recimo do 27 let, so bolj navajeni na spoznavanje prek digitalnih omrežij. Druga stvar je pa, če pogledaš recimo kakšen primer konca daljše zveze, v tem času ne hodiš več tako ven, ta krog se ti je zelo zmanjšal, in se ti praktično zapre, potem postaneš samski in, kaj zdaj? Preplah. Gremo na Tinder, da vidimo, kaj je. Sploh pa, gremo vsaj na kakšen date. V Sloveniji to ni ta stvar tako navezana na spolnost, kot jaz vem. Najdeš morda zgolj par takih gor, ampak ne pa tako hipno in tako, kot se povečini o tem govori in piše, daleč od tega. Zgolj kakšni primeri.

Torej gre vseeno bolj za aplikacijo, ki je v prvi vrsti namenjena spoznavanju, je okoli nje, vsaj pri nas, ustvarjena zgolj neka fama?

Ja, ja, to je bolj za ta večja mesta, London, New York, ti določiš na razdalji recimo 1 km, to sem recimo poskusil za foro tudi na Dunaju, pa bi lahko "swipal" levo-desno cel dan. Pri nas ni toliko uporabnikov.

Koliko jih je pa v Sloveniji?

Ja, meni napiše po enih 30, 40, "There's no one new around you.", pa imam range 50 km. Je pa neka stvar, da ne zazna več tistih uporabnikov, ki niso bili aktivni v zadnjih 24 urah ali nekaj takega, pa novi prihajajo, pa nikoli ti vseh ne zazna.

Torej je res predvsem namenjeno tudi generacijam, ki se v bistvu niso niti navajene več spoznavati v realnem svetu, in je potem logična stvar, če se tudi sicer ne družiš več toliko.

In generaciji okrog 30, pri katerih se je daljša zveza ravno končala, ki ne vejo, kaj bi in kako bi. Poznam jih kar nekaj, ki to uporabljajo. Pa gredo recimo tudi na kakšne 3 zmenke na mesec, ampak spet, kakor kdo. V živo je potem vseeno drugače in drugačen

filing, ko spoznaš človeka, so lahko lušne slikce, ampak v živo pa lahko ni več tako simpatična oseba.

Druga stvar so seveda bančne in finančne aplikacije.

Ja, to ti lahko pokažem.

Danes si vsaj jaz skorajda ne morem več predstavljati, kako je ali pa naj bi potekalo poslovanje brez uporabe spletnih tehnologij. A si lahko predstavljaš, kako bi tvoje delo potekalo brez interneta in računalnika in spletnih storitev?

Za mojo službo pa niso neke spletne in napredne digitalne hude znanosti, ampak je to navaden Excel.

Pa trgovanje?

Pri trgovanju pa pridemo do tega, ampak v službi imaš ti tabelce s podatki in vrednosti in ti izračuna določene evalvacije in to je to. Glede na zelene podatke, se izračuna po letih, potem najdeš določene stopnje in take zadeve in prideš do vrednosti podjetja, če opišem ta primer. To je zdaj preprosta razlaga. Če želiš slediti kakšnim finančnim trgov, recimo cena nafte v kakšni odvisnosti, potrebuješ ti recimo podatke iz Boomborg terminala (ki se je v prvi obliki na tegu pojavil že leta 1982 op. a.), potem pa v Stat in samo poženeš.

V bistvu tebi predvsem olajša in pohitri, ker imaš veliko podatkov na enem kupu, sicer bi jih moral izbirati in različnih virov.

Tako, tako, pa tudi ne bi imel dostopa do vseh, ker bi moral plačevati posebej. Tako pa plačaš ti samo mesečno naročnino na terminal in je to.

Koliko dela iz službe neseš domov, si dosegljiv tudi po koncu službe, se odzivaš na klice, e-pošto?

Ne, službenega telefona nimam. Ko grem jaz iz službe, je dejansko konec, meni nič ne piska. Ni mi treba nič delati, tudi ni nič nujnega, ker bančništvo ni tak biznis.

Kakšen vpliv na tvoje vsakdanje življenje je imela transformacija medijev? Je bil tvoj vsakdan pred 15–20 leti precej drugačen kot danes, če seveda ne šteješ razlike med šolo in službo?

To, da lahko trgujem prek mobilnega telefona, kjerkoli sem, itak. To mi ful pomaga.

Torej ne rabiš bit na enem mestu, da opravljaš te stvari?

Ja, ne rabim bit, to je ok. Itak, da je sprememba, vse se je spremenilo.

Ste danes bolj povezani z družino in prijatelji, komunicirate več ali manj? Zakaj?

Manj. Zato, ker ... sicer so vse te aplikacije, pa to, samo se niti s kolegi toliko ne slišiš, prva stvar, pa mau chataš na vsake par dni, vidiš se pa itak lahko ne tudi nekaj časa, dejansko je manj tega fizičnega stika.

Zakaj, ker navidezno v bistvu spremljaš življenje nekoga drugega in veš, kaj se dogaja ...

Ja, navidezno veš in potem ne rabiš več spraševati niti se ne rabiš kaj dosti videti.

Kakšna so tvoja predvidevanja za razvoj medijev in tehnologij v prihodnosti? Bo šlo še bolj v virtualnost?

Pomoje, da ne.

Smo že na točki?

Ja, jaz mislim, da smo že čez točko, zdej je že toliko tega. Tako bom rekel, tok je že folk asocialen ratu, da je bolj že težko.

Ali bi želel česa manj oz. kaj odstraniti iz vašega medijskega življenja?

TV-ja skor ne gledam več, tako da to lahko počasi tudi že odstranimo, ker je nezanimiv.

V raziskovalnih krogih se govori tudi o občutku nekakšne zgojitve časa. V smislu pritiska ogromne količine informacij, ki jih moramo obdelati v izjemno kratkem času. Občutiš morda to tudi sam? To hipnost in ta, za mnoge, resničen pritisk.

Ja, mi gre na živce. Pa kakšen Messenger, če mi kdo piše, mi včasih že mori. Kar rečem, da moram kaj delat, pa čeprav se mi nič ne da. Ali pa koga takoj nazaj pokličeš in se zmeniva za cel dan, ker se mi ne da pisat ali pa če mi nekdo piše neke speve in litanije.

Pogrešaj kakšne stvari iz preteklosti pri tej praksi komuniciranja?

Ja, več to, da se gre v kakšen lokalček, na pijačo, to je prva stvar, druga stvar je pa pristop do ženske vseeno drugače in boljši v živo, kakor prek Tinderja in teh stvari. Te stvari tega ne morejo nadomestiti, to kar pozabi.

Najlepša hvala za tvoj prispevek k raziskavi!

Priloga G: Fokusna skupina (upokojenici)

Podatki o osebi 4: 88-letna upokojenka iz Ljubljane

Podatki o osebi 5: 90-letni upokojenec iz Ljubljane

Podatki o osebi 6: 92-letni upokojenec iz Ljubljane

Podatki o osebi 7: 87-letna upokojenka iz Ljubljane

Ljubljana, 26. 11. 2016

Izhodišče skupinskega razgovora z visoko izobraženima upokojenskima paroma je bila vsebina njihovih medijskih dnevnikov, pred začetkom pogovora smo se na podlagi raziskovalnih vprašanj odločili, da začnemo s krajšim zgodovinskim pregledom razvoja in pogovor sklenemo z refleksijo aktualnih dogajanj.

7: Mi smo imeli 29. leta, jaz se še nisem rodila takrat, radio v hiši. To je bilo v moji rojstni vasi, ohoho, čist ... to so hodili gledat tisto kišto, je rekel ata, sosedje.

6: Jaz se pa spomnim, ker moj ata je hotel Moskvo poslušat in je, to je bilo za njega, in je prav tu, na Miklošičevi cesti, kupil en radio, pravzaprav se je dogovoril, da bo preizkušal radio, ne. Ampak, kaj je bilo. Dva sta ga morala prinesiti. Eden je prinesel zvočnik, tak železni.

7: To ja, to so bile velike ...

6: Drugo je bil pa radio, ne. Oba mokra, prav prepotena, ker je bilo toliko teže tisto, seveda. Pa vse skupaj ni bilo nič. Potem je pa mama pomivala posodo, ko je ata poslušal, pa je neki se prevrnilo, to je bil tak hudir.

4: Da ga je zmotla, ne.

6: Moskva, Moskva!

7: Torej, jaz sem se rodila, ko je bil radio že pri hiši. To je bilo za tiste čase non plus ultra, čist sigurno. Tako da, zame radio je, radio odkar pomnim.

B: Nekaj naravnega.

7: Ja.

6: Televizijo se pa jaz spomnim, več kje so jo imeli. Tu, kjer je zdaj Župančičeva knjižnica, spodaj v pasaži je bila izložba in tam so prvič kazali televizijo. Bilo je pa nekaj gor v Nebotičniku. Se spomniš?

4: Ne.

6: Jaz se pa tega spomnim.

7: Saj radio so imeli 28. leta v Ljubljani, Radio Ljubljana ima letnico 1928.

B: Pred leti so praznovali 85-letnico Radia Slovenija, ja.

7: Televizija je bila pa okrog 50.

6: Zanimivo pa to, mi smo prišli s Primorske 28. leta. Od naše hiše pa do ene hruške na našem vrtu pravzaprav, to je bilo skoraj 100 m daleč od hiše in so napeljeval žico tja,

veš. In iz sredine dol potem drugo žico pa v hišo. Imeli pa so en tak majhen detektor, so rekli. En kristal in ena žička se je na tist kristal lahko premikala in smo poslušali Radio Ljubljana na slušalke. Kasneje pa sem sam naredil tak detektor, sem nekje dobil načrt, v Življenje in tehnika ali kako se je že imenoval tist list. Anede?

7: Ja, jaz sem bila pa takrat noseča s hčerko in sem v šoli našla mumps. Seveda, takrat je ženska bolj dovzetna za te infekcijske. In sem lepo obležala doma s hudim mumpsom. In sem tam ležala, in mož mi je naredil ta detektor. Dolgčas mi je bilo, seveda, ker sem bila sama cele dneve. Zdaj sin je bil pa takrat star, koliko, ene pet let, in njega je to strašno zanimalo. In zdaj sem ga pa stran podila, ker sem se bala, da se bo našel mumpsa od mene. Pri fantkih je to še bolj problematično. Jaz sem ga skozi iz sobe ven podila, on pa, čim sem se odmaknila, da sem šla iz sobe, hiter letel in si tisto ...

4: Na glavo dal in poslušal.

7: In sem rekla, lepo te prosim, ker se boš našel. Je rekel: »Oh veš, mumps, srček, jaz se te pa nič ne bojim.« Pa se res ni nič našel, pa je imel kontakte z menoj.

6: To so bili čisto drugi časi.

B: Torej ta tehnologija za vas ni bila nič novega, če ste se že rodili v hišo, kjer je bil radio, takoj od začetka?

7: Ja, za mene ni bilo to nič ...

6: Pa povej, kako je bilo pa za telefon.

7: Telefon, ja, seveda. Telefona pa seveda ni bilo v celi vasi. Jaz sem iz Savelj doma. Ko sem bila jaz 13 let stara, je bilo treba nekam nujno telefonirati, ne vem, kam je že bilo treba, oče ni mogel in je mene poslal. Iz Savelj na Ježico, kjer je bila pošta in tam je bil javni telefon in mi je vse naroču, kako in kaj naj naredim. Jaz sem se celo pot potila od same treme, telefon, telefon. In potem sem prišla tja, in se spomnim, da sem narobe obrnila tisto slušalko, od same treme. In vsa taka jecljajoča tam notri, da sem tisto povedala, kar mi je oče naroču, ker mi je poštarca že vse aranžirala in tako naprej. Vsa prestrašena in prepotena sem srečno tisto sporočilo oddala. Potem sem prišla domov kot velik zmagovalec, da sem jaz prva v hiši telefonirala. Joj no, kakšno je to bilo. Tudi hvalila sem se, jasno, v šoli. Ja veš, jaz sem pa telefonirala. Tako je bilo.

6: Zdaj je pa telefon, že otroc ...

7: Potem pa reče naš vnuk, ko mu poveš, kakšna je bila hiša, kakšno stranišče zunaj na štrbunk in tako naprej. »Ampak telefon so pa imeli, ane, babi, pa pralni stroj tudi, ane?«

4: Zdaj pa jaz povem o radiu, a prav?

B: Povejte, pa bomo šli potem naprej, po tehnologijah, če začnemo z radiem, pa pridemo do telefona in računalnika.

4: Moj oče je kar naprej hotel imeti radio, to se spomnim, pri naši hiši je moja mama kupovala, oče je bil v trgovini in ji je naročil, kaj naj kupi. In je šla v Ljubljano, mi smo rekli "V Ljubljano" s Trnovga. Zdaj govorim tako, kot je bilo takrat. In mama je prišla brez radia domov. In to, jaz se spomnim, bohve kolikokrat. Mami se je zdelo vse predrago. Oče bi bolj zapravljaj, da tako rečem, mama je bila pa zelo šparovna, ona bi pa na kupček dajala. Tako je bilo pri naši hiši. In tako nismo prišli do radia, da je bilo enga 39. leta, ko je Hitler govoril. Ali pa 38. leta, to se pa jaz spomnim, dobro. V Trnovski ulici je imel edini radio mesar Jagodic, najstarejša hčerka je bila moja sošolka in sva bili vedno skupaj, ona je stanovala na začetku Trnovske ulice, mi pa v sredi in sva tudi skupaj hodili v šolo in domov, ker sva bili v istem razredu. In so začeli govorit,

kako Hitler ureja Nemčijo. To je moralo biti pa tudi že prej, enega 37. ali pa kaj takega. No, in seveda so hotli slišat Hitlerja in za to si rabu radio, in za to je moj oče kar naprej mamu pošiljal, mama pa vedno prišla brez radia. Ampak potem so pogruntal, moj oče je bil rojen na Dunaju in je bil star 16 let, ko je prišel v Slovenijo, tako da čisto orng slovensk nikol ni znal in zdej so seveda prišli po očeta, delegacija Trnovske ulice, da naj gre k Jagodic radio poslušat, da jim bo povedal, kaj Hitler govori. To so moji spomini radio, prav zanimivo. Mi smo bili več kot navdušeni, ker je bilo to vedno zvečer ali proti večeru. Ti govori so morali okrog 8. zvečer.

B: Ko so bili vsi doma, da je čim več ljudi slišal.

4: Ko smo mogli bit mi otroc že doma, zdej so šli pa vsi k Jagodic in mi otroci smo užival, ker smo se podili okrog in vse mogoče. Fino smo se imeli, dost nas je blo in dokler so oni tam poslušali, se noben ni brigal za nas. Potem, oče jim je pa predstavljal, kar je Hitler govoril in takrat, to je bilo še preden je vojska začela, je bila velika večina za Hitlerja, jaz se spomnim, da so rekli "Hitler bo naredil red v Nemčiji." Niso mislili, da bo hodil okrog in vse to. Potem je vojska začela, so vsi mogli, so prišli Italijani, so mogli radie dat, se spomnite?

6: Ja, ja.

4: Je bilo treba oddat radie.

6: Zato, ker nisi smel poslušat poročil, kako je na fronti in tako naprej.

5: Zaplombirali so jih.

6: No, poslušat jih nisi mogu.

5: Samo Ljubljano ste lahko poslušal, če ste ga mel.

7: Kričač pa to, je bil pa ilegalni, ane.

4: Potem na koncu, ne vem kdaj, se je moja mama le odločila, verjetno, da je to moglo bit ali proti koncu vojne, ko so bili Nemci, smo lahko poslušali, ne vem, to se pa ne spomnim, ampak skratka, po vojni vem, da smo imeli že radio. Po vojni je pa moja mama, to je bila pa moja mama, ko je pa hotla, pa smo mogli bit čisto tih, tko kukr se je tvoj oče jezil, se je moja mama jezila, je pa Radio London poslušala. Kar se pa ni smelo. 45., to se pa ni smelo poslušat, ampak moja mama je vsak večer to poslušala in mi smo mogli bit takrat tiho, potem smo vedli, da gremo iz kuhne ven.

7: To je bilo zelo hudo, ko smo mogli bit tih.

4: No, to je spomin na radio.

B: Ampak s temi radii, v primerjavi z zdaj, je bil to verjetno že visok strošek za gospodinjstvo, da so si kupili radio.

6: To sigurno.

4: To je moral biti precej visok strošek, ja. Tudi telefon, jaz sem končala 54. in je takrat od X oče bil pri telefonu, on je napeljeval telefon, si težko prišel do linije sploh. Ampak vem, da je oče rekel, da bi lahko k nam v Trnovo, ker sem bila doma, napeljal telefon, če bi hoteli. Pa je moja mama rekla, da nimamo denarja, da bi telefon plačevali vsak mesec.

7: Sigurno.

6: Sigurno, ja, to je bil strošek.

4: Nismo imeli telefona, potem ga pa sploh ni bilo za dobit, tudi v Litostroju, ko smo že bili, ga nisem dobila, čeprav smo skoz prosili, ampak ga ni imel noben od tistih vrstnih hiš. Noben ni imel telefona. Ko smo se mi selili 69., iz vrstnih hišic nazaj v Trnovo, so pa napeljali nazaj, to je bilo šele 69. A veš, zakaj vem, ker smo mogli pohištvo smo čez tiste jarke, ki so že bili v naši ulici, prenašat.

7: Ja, ja, za kable.

4: Tako da, telefon je bil problem in je še potem, jaz sem bila že na kliniki, pri telefonu X, glavna sestra je bila pa njegova žena in je prišla k meni, tako po enih dveh mesecih, ko sem bila na kliniki in je rekla, da moram pač imeti telefon doma, tukaj, zaradi tega, če se karkoli zgodi, da me lahko pokličejo in da ga bo pač mož uredil. Sem bila več kot vesela in sem rekla, če lahko dvojim dvojčka, da bo še moj brat dobil, pa to je bilo že 69.

6: Ti, ko sva bila midva na Skaručni, sva hotla tut telefon. Kok časa to, več kot leto, dve leti smo čakali, pa potem je bilo treba organizirat se, cela vas, kdo bo telefon imel in potem je bilo drogove posekat nekje, sami postavt, če smo hotl dobit.

7: Ne drogove posekat, drevesa posekat za drogove.

6: Mislim, ja, to. Da smo drogove postavili na določenih mestih. In to je bila cela akcija, to je bil praznik, da smo dobili tist telefon, stacionarni.

7: Se kaj spomniš, katerega leta je bilo to?

6: Čaki, kdaj sva bila midva na Skaručni ... 77.

7: Ja, to je bilo pomoje že okrog 80.

6: Ker to je bilo pa oddaljeno, ti si le tle v mestu.

7: Skaručna je pa že dislocirana, ne.

6: No, js bi rd še tist povedal o radiu, veš. Janez Polda je bil ta veliki skakalec, to, kar je zdaj Prevc. On je bil zelo zelo dober, ne vem, nek Schneider, pa tut drugi so skakal Avstrijci, pa ne vem kdo, v Planici, ampak Polda je bil med boljšimi. Se spomnim, da so takrat, katerega leta je bilo to takrat, ne vem, vem pa to, da so prosili sosedje tam okrog nas, v stari hiši, da smo dal radio na okno in sosedje so prišli na tisto cesto, ki gre mimo naše gor, to ni bilo nobenega prometa, kakšen konj je šel kdaj, pa še to redko, največ pešci. Tako, da so lahko tam stal in poslušal, to je bilo ob nedeljah prenos iz Planice, joj, kakšna reč je to bila. Mi smo slučajno, ata je bil tok, sej mama je rekla, koliko predpasnikov si ti porabil za to, da imamo mi radio. Ker ona pa bolj gospodinjsko gledala, to mi manjka, pa un mi manjka, on je pa rekel: "Se bom pa kajenju odpovedal." Pa je res mogoče ene par dni zdržal, potem je pa že skrivaj hodil ven.

7: Ni bilo nič s tem, ane?

6: Nič ni bilo s tem, ne. Je pa na skrivaj en čas, potem je pa spet začel normalno kadit. Smo imeli v kuhinji, ki je bila majhna, štedilnik je bil notri zidan, drugega ogrevanja itak nismo imeli, potem je bila ene dolga klop, tam so sedeli ti, ki so hodili k očetu, takole gor se je vse glave poznal na zidu.

7: So se naslanjali.

6: Teli, ki so tam sedeli in moj oče, to so bili kadilci, vse je bilo zamegljeno notri, jaz sem težko živel tam notri, ker je bilo težko dihat.

4: Pa še verjetno so Drava kadil.

6: Aja, Drava, ja, sej js sm hodu tja v bližnjo trafiko zmerom, pa so zavili, kar v tak časopis, po 20 ali 10 cigaret, ni bilo tako pakirano, kot zdaj. No, ampak na steni so pa imeli kletko in kanarčka. Ker mi smo imeli enkrat, vem, več kot 30 tistih kanarčkov, pravih.

7: Ampak, oči, to za njegove informacije ni pomembno.

6: Je, je, je, boš vidla. Tist kanarček je kar naenkrat padel dol. In potem smo ga hitro ven nesli.

B: Na zrak?

6: Na zrak! In je oživel.

7: Boga žival je omedlela od dima.

B: To je medicinska raziskava o škodljivosti kajenja na živalih.

7: Takrat, ko sem se jaz rodila, sem rekla, da je bil radio že v hiši, ane. Jaz tega ne vem, ampak oče je pripovedoval, da je bil za veliko noč prenos maše. In to je je bila moja stara mama presrečna, da je po radiu poslušala mašo, ni šla v cerkev, ker ni mogla, ker je imela odprte rane na nogah, ampak je poslušala v postelji. To so vsi Saveljčani hodil, tist radio gledat. Ja, tko da je mama rekla, ja pa kaj, ne morem jst zdej, soba je bila odprta, da so vsi zijal tisto kišto, pa maša, maša. Recimo, ženske, so bile čist, ne vem, iz sebe, da zdej pa lahko poslušáš mašo. Aveš. To je bilo ... je rekel ata, da to je bila tavelka reč. Medtem, ko zame je bil pa radio tko, pa ni blo nč posebnega, ko sem se jaz začela zavedat.

4: A pa se spomnite, potem, ko so pa radii bili, so bili pa tukaj, nasproti Kozolca so radie prodajal, nasproti Kozolca.

6: Tam je bila neka zelenjava, to je zdaj tam, kjer je Kora bar.

7: Prva prodajalna je bila sigurno na Miklošičevi.

4: Tam, kjer je Kora bar, ja. Tam je bila trgovina. In tam smo videli na tipke radio, a se spomnite, si pritistnu pet tipk je bilo, pa zamenjal postajo.

7: Ja, ja, pa res, ja.

4: In tist radio je moj mož prinesel iz Nemčije 54. leta, vse, kar je prišparal, no dobro, saj je bil tri mesece tam, je bil tist radio. In se spomnim, tak lep glas je imel. Sem ga imela potem še dolgo pod streho.

7: Kako je šlo to počasi, recimo, če se vzame, 28. se je pojavil radio, no zdaj pa smo že pri 54., pa še zmeri tipke, pa še zmeri ves prihranek, ne vem kok časa, da je tist radio prinesel domov. To je šlo tako počasi. Kako pa zdaj? Drvi.

B: A je za vas, vi ste z radiem že "gor zrastli", potem telefon je pa predstavljal neko večjo spremembo?

7: Ja, telefon, to je bila tudi ena velka, velka stvar. Jaz se sploh ne spomnim, kdaj smo pa mi potem prišli do telefona doma?

6: Saj pravim, ko se je sin rodil, sem jaz tekkel na milico telefonirat v porodnišnico. To se pravi takrat še ni bilo telefona. Preden smo šli v novo hišo, smo ga pa imeli. Ampak to je bilo bolj zaradi ata, tako kot pri tebi (M), ker si bila zdravnica, pa si morala biti povezana z bolnico, tako so tudi nam pripeljali telefon, ker je bil oče direktor Tehnometal in je tudi moral biti povezan. In to so tudi nekako tako delili, to ni mogu vsak imet telefona.

7: Tist, ki je imel neko upravičenost.

6: Nek razlog.

B: Potem tudi niste imeli telefona, da se boste dogovarjali, kdaj boste šli na kavo ...

7: Ne, ne, to je bilo samo za potrebo, ane.

4: Seveda ne, ker cel kup mojih prijateljev ni imel telefona, ker niso bili na takih položajih, da so službeno, takorekoč imeli telefon. Ampak, to da si ti tekel na milico ... to smo mi vsi delali na vikendu, da smo tekli na pošto, koliko let, dokler nismo dobili mobijev.

6: Jaz sploh nisem dol imel telefona.

4: Dokler nismo imeli mobijev, smo mi vsi mogli it v Umag ali v Buje na pošto telefonirat in tam v vrsti stat. To je bilo, pa ni še dolgo nazaj, da tako rečem.

7: In tam je bila zmerej vrsta pri telefonu.

4: Zmerem vrsta.

B: To je bil javni telefon, kot govorilnica.

7: Ja, javni telefon, jaja. To je bilo na pošti in tam je bila zmerej vrsta, zmerej vrsta. Nikoli nisi mogel računati, da boš ti tja prišel in tako.

5: Ko so napeljali, tudi v kraju vikenda telefon.

4: Ampak to je bilo zdaj ...

5: Počakat, ja, so pa se vračunal, ker oni so lepo napeljali za vsako stavbo Hrvati, samo, medtem so pa že prišli mobilni telefoni in ni nihče tistga rabil.

7: So imeli izgubo potem.

5: Tako je, prej je pa bila telefonija taka, da je morala žica, da je moral po žici priti, to je razlika, sedaj pa pride.

4: Po zraku.

7: Valovi, zdaj so pa valovi.

B: Kaj se vam pa zdi, če vsakega vprašam, v vsej tej zgodovini razvoja, katera stvar je bila po vašem mnenju oz. katera stvar je pomenila največjo prelomnico?

7: Za mene recimo mobilni telefon, absolutno. Ker nekako, pravzaprav to te je povezalo čisto z vsako osebo, recimo, ki je ..

6: Pa kjerkoli, ane.

7: Kjerkoli, ja. Mi smo potovali po Jugoslaviji. In smo šli z dvema avtomobiloma po Jugoslaviji. Mi smo želeli biti povezani med seboj. A se spomniš?

6: Ja, walkie-talkie bi radi meli, pa ga nismo mogli dobit. Ker to je pa kot radio-povezava in to vem, oče bi rad, da se med vožnjo, da bi se pogovarjali in dogovarjali.

6: To je bil veliki avto ... fičo.

B: Kako ste se pa spoznali z računalnikom, prinesla sta mi zelo lepo natipkana medijska dnevnikar. Za današnje otroke je enostavno, so praktično rojeni in vzgojeni v to znanje. Kako je bilo pa pri vama?

7: Ja, to boš pa ti povedal.

6: Js sm se začel zanimat ... pravzaprav je bilo tako, sin je hodil na fakulteto in je nekako nakazoval, da bi imel rad tale Texas telefon, ki je imel tudi računalniške operacije notri. In to sem mu jaz kupil. Sčasoma je bilo že to premalo, on je potem hotel imeti računalnik, kakšnega 69 ali 70. In sva šla v Avstrijo kupit, tam sva kupila računalnik, potem je bil pa problem, kako ga pripeljat čez, carina in to. Pa sem dal prijatelju, da jo je nesel čez in spravil v neko grmovje. Ja, ker če bi videli tipkovnico, bi takoj vedeli, da je to nek računalnik, tako pa za tisto kišto niti ni vedel, kaj je. In smo tako čez prišli. Tako sem se prvič srečal s tem računalnikom. Potem je pa on to delal, kasneje, ko se je rodil vnuk, je pa hodil prav na računalniški tečaj. Potem sem pa jaz hodil k vnuku in sem gledal, pa sem se bal pritisnit. Sem rekel: "Madona, če bom kej narobe prijel, bom lahko vse skupi uniču." To je bil velik problem, ker nismo imel pojma o tem. Čeprav moram to rečt, v Litostroju pa smo imeli računalnik, ki je bil v enem takem kletnem prostoru, ki je bil za ene dve taki dolžini kot je tale hiša, klimatsko urejeno in tako naprej in zgoraj so bile pa luknjačice, posebni stroji, ki so tipkale in delale tiste kartice luknjaste, veste, kaj je to?

B: Ja, ja, poznam.

6: To je bila velika reč, to je bil računalnik v Litostroju, jaz nisem imel s tem opravka, ampak malo sem vseeno spremljal. Samo to je bilo nekaj čisto drugega kot ti osebni računalniki. No, in pri vnuku sem jaz prvič, je rekel: »Kar pritisni, nič se ne boj, saj se ne da nič pokvarit.« Potem sem počas začel to delat, razne, predvsem Word, da sem tipkal, ker meni je šlo najbolj za to, da lahko, internet sploh nisem hotel slišat, ko mi je rekel: »Veš, ampak internet je še bolj pomemben.« Sem rekel, mene to ne zanima, samo, da bi tipkal lahko, ker lahko brišeš in popravljaš in tako naprej, če to pišeš na papir, je lahko velik problem. No, tko sem začel ...

7: Se srečal s tem, ne ..

6: Sčasoma sem tudi še kej drugega poskusu in tako sem se potem odločil, da sem šel na tečaj. Tečaj je pa organizirala MOL za upokoence oz. za starejše, brezplačno.

B: Na tega ste tudi vi šli, gospa 1, ane?

4: Tako je, ja.

6: No, in tako sem se nekako priučil.

B: Posodobil svoje znanje. V bistvu ni bilo neki novega za vaju, sta bila v bistvu kar vedno v koraku s časom, če tako pogledamo.

6: Ja, tako smo se nekako vključili v to. Danes lahko rečem, internet neki znam ... mene pa edino to zelo moti, ker kar naprej spreminjajo te Windowse, pa ..

B: Pa programe, ki se jih ravno navadiš ...

6: Ja, skratka, pravzaprav, če en program obvladaš ... preveč smo zakrčeni, ne upamo. Otrok poskuša, če ne bo, bom pa še enkrat.

7: Oni rastejo s temi spremembami.

6: Medtem ko jaz pa, vem, da se to tako naredi, po tistem starem, potem pa spremenijo ...

7: Ker sploh naš način življenja je bil bolj šablona, ne. To in, ko si recimo nekaj obvladal, neki delal, si se potem tistega držal. Medtem, ko današnji čas je pa čisto drugačen. Sprememba na spremembo in tako naprej ...

B: In to zelo hitro, ane?

7: Zelo hitro, ja. Ali pa recimo potem moj sin, ti je kupil nov računalnik, ja, kaj hujšega, ne. To je bilo potem toliko teh sprememb.

B: Katere stvari pa trenutno še uporabljate poleg računalnika? Vsak ima verjetno mobilni telefon?

6: Ja, mobitel, pametni telefon.

B: Kako ste pa zdaj v stiku z družino in ostalimi? Vi se recimo pokličete, ko se dogovorite za kavo ...

6: Ko je bil recimo sin z ženo v Ameriki z otroki, smo se preko Skypa pogovarjali. To je bilo za nas.

7: To je bila velika stvar.

6: Da smo se videli in se pogovarjali, pa tko.

7: To je bila res velika stvar, da smo se lahko pogovorili, ker so bili dalj časa tam. To je bilo prav rešilno, da si lahko kaj povedal in vprašal.

6: Ni bilo problema se vključit, če si se dogovoru takrat in takrat se bomo dobil ... no, danes je to še lažje.

B: Ker že vidiš, kdo je na voljo na Skypu.

6: Vidiš, kdo je na računalniku, koga lahko pokličeš in tako. Tisto Picaso tudi nekako urejam slike ...

B: A se vam zdi, zdaj vi ste nekako en cvet intelektualnih upokoencev, da vaša visoka izobrazba in družbeni status, da je to pomagalo, da ste tako aktivni in povezani?

7: Sigurno je ta, lejte, so intelektualci, ki recimo potem, ko gredo v pokoj, bi rekla, se čisto.

6: Pasivizirajo.

7: Pasivizirajo. Veliko je potem tudi primerov bolezni in hitrih smrti in tako naprej, ker so se ljudje pač, so tako spremenili način življenja, ni več življenje imelo smisla in to jasno vpliva. So pa ljudje, ki pa nekako so ostali v nekem smislu aktivni. Recimo, tu imamo [osebo 4]., ona še s svojo stroko, kar naprej v stiku. Brska, pa jaz nekaj telefoniram, pa ona že študira in vse.

4: Ne razumem, zakaj me zdej ne bi zanimal, tako kot me je ...

7: Ja, ampak so razlike. Moraš vedet, to, kar je vprašal Boštjan, so ljudje, ki potem čisto nehajo. Zdej, jaz s svojo stroko drugače, ker te prilike nimam, ampak mene še zmerej vlečejo članki o šoli in pedagoški in nove metode, če kje kaj zasledim. V glavnem v javnih občilih. Medtem, ko mož, ki je strojni inženir, je pa tudi veliko prilike. Tak človek, ki je recimo obdržal to intelektualno aktivnost, tak človek se je potem z vsemi temi stvarmi lahko srečal, tisti, ki pa se ni zanimal, je šlo pa mimo.

6: Potem pa hitro zaostaneš.

B: Je pa verjetno res, da, tudi če bi vidva rekla nekakšen ne tehnologiji, potem bi se pa sin preselil v drugo državo, to pomeni, da ne bi mogli več komunicirati prek Skypa ...

7: Zelo prikrajšani bi bili.

6: Tako. Ker so možnosti, samo izkoristiti jih je treba.

4: Pa jih ne izrabiš, ja.

7: Jaz navežem zdej na to njegovo misel. Je pa najbrž nekaj tudi to. Mi imamo tudi take otroke, da so tudi oni šli ravno v ta intelektualni svet, da so s tem aktivni, a veste, in to jasno, potegne za sabo. Imate pa tudi take, kjer tega ni. In tam se potem nekje ustavi.

B: Včasih je bil večji problem tudi pomanjkanje denarja za take stvar. Ampak danes načeloma to ni več tak strošek.

7: Ni, ja. Sigurno. Pa tudi otroci gledajo, da bodo dali očeti najbolj sodoben računalnik. Koliko si jih že zamenjal?

6: Imam že ta tretjega.

4: A., tablico lahko dobiš zastoj! Preko X podjetja, sem dobila po pošti.

B: Kaj pa piše v drobnem tisku?

4: Nekaj malega moraš kupit, pa ne vem, kaj, bom pogledala.

7: Midva sva itak člana, bova pogledala. Čudim se, da nas oni niso nič kej, alpa da je bilo v kakšnem prospektu.

6: Ja, saj je toliko reklam (oglasov, op. a.), da ne moreš, sploh ne moreš spremljat. To je zdej prenasičeno.

B: Ravno sem hotel postaviti zaključno vprašanje: v primerjavi z včasih in zdaj, a se vam zdi, da je danes toliko veliko informacij, ki jih moramo obdelati v tako kratkem času, da je to že kot en pritisk ali še lahko obvladujete. Če se recimo nekaj zgodi, sta verjetno še naročena na časopis?

7: Ja, ja, seveda.

B: Lahko še vedno v miru prebereta ali vama že vse prej piska?

7: Oči več na računalnik in na internet, jaz pa več na časopise, jaz imam tisto staro ljubezen do časopisa in brez časopisa mi dan sploh ne gre naprej.

B: Zdaj sta šla od doma, a če bi na sredi poti ugotovila, da pri sebi nimata mobitela, a se počutita, kot da vama nekaj manjka?

7: O, ja, seveda. Nelagodno se počutiš, ker potem recimo. Pa stalno smo povezani s svojci, recimo s sorodniki, čisto sigurno. In potem smo tudi okregani, če pozabimo telefon, ker so nas hoteli poklicat ...

B: Ker jih potem skrbi?

7: Ja, ja, to je zelo huda reč, evo ga, poglejte. Zdaj, ko sva bila večkrat okregana: "Kako vidva morta hodit brez telefona okrog?" Ja, pozabila sva ga. Ni opravičila, ni opravičila. In potem dostikrat on mene spomni ali jaz njega, da mam to s seboj, da si nekje stalno povezan. Stalno povezan.

B: To potem za vas ni obremenitev?

7: Ne, ne, pozitivno, sigurno. Jaz recimo sploh, večkrat se prav zavem, te blagodati, bom uporabila staro besedo, ko razmišljam, pa poglej, zdej sem lahko vse te podatke dobila, pa tega sem poklicala, pa nekaj sem nujno rabila, pa evo, in sem dobila zvezo in tako. Dostikrat si mislim, pa kako je zdej to, prej pa sem morala, kaj jaz vem krvavi pot potiti, da sem prišla do enih informacij ali pa do nekoga, ki sem ga rabila nekaj vprašat.

4: Ponavadi kar peš.

7: Ne, ne, se prav zavedamo tega, čeprav, bom jaz rekla tako, da sodobna tehnologija, pa tudi berem, recimo, v časopisu, kako to napreduje, pa kako bo tudi naš dom urejen čez kratek čas, kako bomo lahko naše gospodinjsko tehnologizirano, kako bo to šlo. Čeprav se mi zdi, da bo ta visoka tehnologija, kako bi rekla, človeka v nekem smislu, tudi razčlovečila. Ker boš potem tudi ti potem del tiste mehanizacije in stroja. Zdej smo še, bi rekla, individumi, smo ljudje, tudi odnosi so drugačni. To bo šlo pa vse tko, tudi med kontakti z ljudmi opažaš, da je vse, bi rekla, močno tehnologizirano, tudi mrzlo, ne.

4: Se strinjam.

B: Vedno manj potrebe po tem osebnem odnosu?

7: A veste, jaz se spominjam, ko sem kot otrok hodil po mleko h kmetu. To smo imeli eno kanglico, smo nosili mleko domov.

4: Tudi jaz.

6: Ampak, kaj smo videli pri tistem kmetu. Tam je bila večja družina, imeli so veliko dvorišče, tak kostanj divji, spodaj klopce, dvorišče so v soboto pometli, je bilo neasfaltirano, pesek in malo zemlje.

7: Z brezovo metlo.

6: Ja, težko, tako. Ampak oni so imeli čas, v nedeljo po maši so se usedli pod ta kostanj, se pogovarjali, tudi, ko sem jaz prišel, so me sprejeli v to družbo, smo kakšno rekli in tako, jaz sem šel z njimi v štal, oni so pomolzli, jaz sem kakšno stelo ali kaj za hrano, to je bilo eno življenje, ki si ga danes ne moreš predstavljati, jaz se spomnim, da je bilo to zame, pa mlačev, ko so mlatili žito, to je bilo več ljudi moralo pomagati, med njimi tudi jaz, pa ni bilo prijetno delo, ampak prijetna je bila tista družba, pa potem, ko smo bili pogoščeni, narezali so malo salame, ki mi danes sploh ne pride na pamet, da bi jo jedel. To je bilo tako lepo življenje, danes je pa čisto drugo, bolj hladno, nimamo več takih, bi rekel, kontaktov, kot smo jih imeli. To je telefon, Skype, to je vse mrtvo, ne.

4: Jaz vidim z vnuki, z enim sem bila jaz veliko več, ko so bili tukaj, ker ali sta se igrala z drugo vnukinjo ali sem se pa jaz pogovarjala ali pa sem jima take palačinkice pekla. Medtem, ko drug vnuk in vnukinja, druga generacija, tedva pa samo to tablico, hej, po imenu ju moram poklicat, ko pridem v sobo: "A me slišiš?" "A te lahko zmotim, da te nekaj vprašam?" Oni se sam s tablico igrajo, nimajo, mislim, tazga kontakta ni več. Jaz jih moram iz tablice potegniti v realnost, da jih vprašam, kaj bosta jedla, recimo. To je moja skrb za njih, recimo.

7: Če bi imela eno sklepno misel, bi rekla tako. Ta tehnologija nam je dala ogromno, bi rekla, udobnosti za naše življenje, tudi olajšanje, če govorimo o teh prednostih, kontaktov, recimo prva pomoč pridejo takoj in tako dalje. Po drugi strani pa imam občutek, da nas bo tehnologija močno močno razčlovečila. Vsak človek bo vedno bolj odvisen od teh pripomočkov, če smo recimo prej govorili o sodobni kuhinji, ki bo vse na gumbe, se bo samo pritiskalo in tako naprej, bodo ti človeški kontakti zbledeli. Če govorimo o človeški duševnosti, psihi, človeškem počutju, naših medčloveških odnosih, je vprašanje, koliko tega po še ostalo, ker bo stroj vse to brisal, tako jaz gledam. Sem rekla, kadar berem te reči, pa rečem možu, a veš kaj, jaz si take kuhinji, tako tehnologizirane, sploh ne bi želela, ne bi želela, meni se zdi veliko lepše tako. Seveda, mladi bodo pa to prijeli, samo vprašanje, kakšne bodo posledice na njihovi duševnosti in medčloveškimi odnosi. Tako jaz gledam. To je dvorezen meč.

B: Dober zaključek.

7: Ne vem, tako je moje razmišljanje, tako jaz čutim.

B: Težko je predvideti, če bo svet ... mi imamo zaenkrat še alternativo, se lahko odločiš, a boš luč prižigal sam ali jo bo moj telefon, ko mu bom rekel. Če pa potem čez nekaj časa v bistvu ne bo več alternative in bo vse ... vprašanje.

4: Samo nekaj je. Tisti bodoči pa niso poznali našega načina življenja in si se zaradi tega mogoče ne bi želeli ...

6: Ne bodo pogrešali ...

7: Sej se bodo, ampak jaz sem rekla, medčloveški odnosi, to. Sej ljudje se bodo tega naredili, ti, ki rastejo s tem gor, za njih to ne bo problem, ampak, če mi govorimo o tem, da človek ni samo en stroj, človek ni samo en robot, ampak človek ima tudi dušo, srce.

4: Odvisno od tega, kako bodo znali tisti prosti čas, ki ga bodo verjetno imeli več, porabit. Če bodo znal.

6: Poslušaj, kako bo recimo to, kar si povedala, da moraš jo recimo pravzaprav priklicat v realnost, zato, da jo vprašaš, kaj bi jedla. A boš na gumb pritisnila, pa jo boš?

4: Ne, ampak mogoče jih bodo psihologi prepričali, da ni to vse ta tablica in da ta tablica en določen čas dneva, ostalo pa, da se družijo, da gredo v hribe. Po drugi strani pa je ta zavest, da se moraš gibat in it v naravo, se pa zdaj jača, se pa zdaj bolj zavedajo. Če bodo to gojili, potem se bodo tudi zavedali, da morajo tudi to delat. Mogoče. Mogoče bo to šlo v to smer.

7: Če dovoliš, veš, ta zavest se krepi spet pri tistih ljudeh, ki so spet na enem, bi rekla, nivoju. Ti moraš vedeti, da imaš pa tu veliko ljudi, ki na ta nivo ne pride, ampak tist bo pa kar naprej tam tipkal, a razumeš. Ta pa je vprašanje, če bo prišel do tega spoznanja.

4: Tukaj pa je, kaj bi rekla, dolžnost države, da vzgaja v šolah to zavest.

7: Seveda je dolžnost, seveda bi se to moralo. Samo ...

4: Vse dvignit intelektualno, to je dolžnost države.

7: Seveda, to bi čisto sigurno se moralo, samo, kako pa bo. Torej, jaz, ne vem, mogoče sem krivična, te šole, bomo rekli, na nekih nivojih, prav gotovo gredo naprej, na nekaterih gredo pa nazaj. Zdaj je vprašanje, koliko bodo te družbene sile, ki bi morale to uravnavati močne, da bi to realizirale.

B: Zdaj je tudi vprašanje, a je državi v interesu, da vzgoji takega kritičnega in intelektualnega posameznika ali bi raje ...

7: Pa kako so močni ti ljudje, ti ministri, recimo, za šolstvo in za kulturo, pa to jih menjajo na štiri leta ...

4: Kakšna štiri leta, na dve.

7: Pa vmes še dva zamenjajo, kako mora en tak, pa kakšen je ta človek, koliko ima on tu srca, duše in razuma zraven, da bo to naredil, da bo to šolo res naredil tako, kot ti praviš. To je, tu so pa veliki vprašaji. Tele stvari imajo velike pluse in minuse, bomo videli.