

Tanja Oblak Črnič

## Družinska (ne)harmonija ob računalniških zaslونih

*POVZETEK:* Značilnost sodobnih komunikacijskih tehnologij je njihova naraščajoča prisotnost v naših domovih. Zato so pomemben dejavnik konstituiranja zasebnosti, po drugi strani pa se vse bolj domestificirajo. Proces domačenja zahteva analizo vzrokov, motivov in vzorcev prisvajanja komunikacijskih tehnologij. Namen prispevka je poiskati tipične družinske odzive na vstop in uporabo računalnika v slovenskih domovih ter ujeti morebitne generacijske razlike. S pomočjo osebnih intervjujev s starši in mladoletniki v slovenskih družinah ugotavljamo, da je ključni dejavnik, ki je računalniku kot sodobnemu družinskemu aparatu dodal mnoge pomene, njegova internetna razsežnost, ki je razširila komunikacijski in družbeni značaj računalniške tehnologije. Računalniku, sprva le službeni ali igralni škatli, se danes pripisujejo novi pomeni: ni le »naložba v prihodnost« in »podaljšek starševskega dela«, pač pa ima več, tudi izključevalnih vlog: lahko je »vsiljivec« in »škodljivec« ali »tolažnik« in »orodje za vse«. V ozadju teh razlik so generacijski razkoraki: mladim računalnik v sferi doma pomeni most, ki različne strukture vsakdanjega sveta tesno povezuje, medtem ko ga starši razumejo kot novo dezintegrativno točko v družinskem življenju.

*KLJUČNE BESEDE:* domestifikacija komunikacijskih tehnologij, družinska tehnokultura, zasebna sfera, osebni računalnik in internet, generacijske razlike

### 1 Uvod

Značilnost modernih komunikacijskih tehnologij je njihova naraščajoča prisotnost v naših domovih. Po podatkih Statističnega urada Republike Slovenije je imelo v letu 2007 kar dve tretjini (66 %) slovenskih gospodinjstev osebni računalnik, 55 % jih je bilo priklopljenih na internet. Deset let pred tem je osebni računalnik imela le tretjina slovenskih domov (Oblak 2008: 163–164). Zato je dandanes poleg drugih že krepko usidranih medijev računalnik pomemben dejavnik konstituiranja zasebnosti, po drugi strani pa je tudi tehnologija, ki se vse bolj domestificira. V intimne prostore družin vnaša novosti, ki vplivajo na spreminjanje domačega okolja, hkrati pa je odziv nanj določen z obstoječimi odnosi v družini in zunaj nje. Proces »domačenja« se tako nanaša na sposobnost družbene skupine – v našem primeru družine oz. gospodinjstva – da sprejme tehnološke artefakte in posredniške tehnosisteme v svojo lastno kulturo do te mere, da postanejo znotraj vsakdanjih rutin tako rekoč nevidni (Silverstone in Hirsch 1992).

Vprašanje dostopa, načina uporabe in razumevanja pomenov, ki jih nove tehnologije dodajajo v vsakdanji svet družin, pesti strokovnjake s področja sociologije, antropologije, marketinga in komunikologije že dalj časa. Na tem mestu uporabljamo pristop, ki izhaja iz kulturnih in medijskih študij ter je namenjen razumevanju prisvajanja novih tehnologij in njihove adaptacije na prostore in ritme, ki vladajo v vsakdanjih okoljih, predvsem v domovih in gospodinjskih (Bakardijeva 2005: 24). Gre za t. i. model *domestifikacije tehnologij*, ki so ga v zgodnjih 90. letih zasnovali člani odmevne angleške raziskovalne skupine v Birminghamu, ki je pri medijski recepciji poudarjala aktivno vlogo in pomen konteksta med različnimi skupinami občinstev. Ne le medijski teksti, temveč tudi tehnologije, ki nudijo »tehnično platformo« vsebinam – torej radio, videorekorder, televizija ali računalnik – so polisemični teksti, vkodirani s strani oblikovalcev, razvijalcev in oglaševalcev, njihovi pomeni pa aktivno dekodirani na strani uporabnikov. Polisemični značaj komunikacijskih tehnologij vnaša pomemben preobrat v dojetje njihovih »funkcij« in »rab«: tako dojete tehnologije in programska periferija niso preprosto privzete, temveč je njihova vloga v življenju uporabnika rezultat nenehnih pogajanj, osebnih preverjanj in transformacij. Še več, kot so v 90. ugotovili na posameznih primerih potrošnje radia (Moore 1988), televizije (Silverstone 1994), satelitske televizije (Moore 1996) in domačega računalnika (Haddon 1992), uporabniki proizvajajo mnogotere interpretacije v odnosu do tehnoloških artefaktov in vkodirane pomene tudi redefinirajo.

Izhajajoč iz domneve, da so odnosi, ki jih posamezniki vzpostavljajo znotraj zasebne sfere, pomensko različno obteženi, se članek usmerja na prikaz v slovenskem prostoru ene redkih študij s področja etnografije komunikacijskih tehnologij.<sup>1</sup> Proces domačenja zahteva analizo vzrokov, motivov in vzorcev prisvajanja komunikacijskih tehnologij, pri čemer se usmerja na identifikacijo generacijskih, spolnih ali statusnih razlik med člani danega gospodinjstva. Glede na to, da se je v slovenske domove v poznih 90. letih pričela intenzivno širiti tudi »računalniška tehnokultura«, ki si je morala mesto v prostorih, zaznamovanih s starimi mediji, šele izboriti, razkrivamo na primeru slovenskih družin različne vzorce domačenja osebnih računalnikov. V ta namen smo izvedli ločene intervjuje s starši, ki so običajno najpogostejši pobudniki za nakup računalnikov, in srednjeolci, ki so postali njihovi glavni potrošniki. Analiza je usmerjena na identifikacijo *generacijskih razlik v družinskih odzivih* na udomačeni računalnik, medtem ko statusnih razlik ali razlik po spolu zaradi prostorskih omejitev ne vključuje.

Kot kažejo primerljive raziskave iz tujine (Bakardijeva 2005; Facer in dr. 2003; Holloway in Valentine 2000; Lalley 2002), vstop računalnika v zasebne prostore domov ni naključen niti samoumeven. Pogosto je rezultat definiranja računalniške tehnologije skozi dominantno racionalnost o produktivnosti in učinkovitosti (Bakardijeva 2005: 93),

---

1. Skromen delež kvalitativnega raziskovanja rabe medijev v kontekstu slovenskih družin dopolnjuje sveža študija, vezana na proces udomačenja televizije (Pušnik 2008). Razumevanje računalniške tehnologije, predvsem interneta, je v slovenskem empiričnem raziskovanju v večji meri obravnavano s pomočjo statističnih trendov in je redko usmerjeno v družinski kontekst.

kar ni osamljen diskurz, prisoten v družinskih interpretacijah. Nasprotno, omenjene študije potrjujejo, da je družbena difuzija komunikacijskih tehnologij kompleksen proces, podprt z različnimi motivacijami in nepričakovanimi preobrati, ki pomembno prestrukturirajo obstoječe družinske ritme, načine preživljanja časa in celo vzorce bivanja v domačih prostorih. Še več, govor o osebnem računalniku kot novem »družinskem članu« pogosto spremlja govor o učinkih na družinske medosebne odnose, o novih oblikah medsebojne (ne)pomoči in težavah, ki jih imajo družinski člani pri medsebojnem razumevanju.

Računalniški tehnologiji, sprva zgolj računski ali igralni škatli, ki bodisi lajša službene obveznosti ali širi prostočasne aktivnosti, se dandanes pripisujejo nove lastnosti: računalnik ni zgolj »dobra naložba v prihodnost«, namenjena izobraževanju otrok, pač pa je tudi »škodljivec« v medosebnih odnosih in celo »tolažnik« ob družinskih nesporazumih. S pomočjo osebnih intervjujev s člani družin ugotavljamo, da je ključna intervenirajoča sprememba, ki je računalniku dodala mnoge pomene, njegova internetna razsežnost, ki je pomembno razširila njegovo komunikacijsko in družbeno dimenzijo. Po drugi strani so razumevanja, ki izrazito ločujejo govorico staršev in govorico njihovih otrok, pogojena s predružačeno predstavo o tem, kaj računalnik danes sploh je: medtem ko ga starši v tukaj predstavljeni študiji ocenjujejo skozi lastno perspektivo ločevanja doma in službe, se srednješolci z domačimi in šolskimi obveznostmi spopadajo kar *skozi* računalniški ekran. Četudi jih računalniki na področju doma ne spremljajo že od malih nog, je bil računalnik prepleten z njihovim občutljivim časom odraščanja. Mladim torej prisotnost računalniške tehnologije v sferi doma pomeni most, ki različne strukture vsakdanjega sveta povezuje med seboj, medtem ko imajo starši v odnosu do računalnika bolj ločevalen odnos. Življenje v njihovih očeh ne poteka skozi računalniški ekran, temveč raje *mimo* njega. Vprašanje domačenja računalniških tehnologij se torej ne nanaša le na posameznikovo prisvojitve objektov, temveč govori tudi o tem, kako se prek teh objektov počutimo doma v svojih vsakodnevnih okoljih, kako jih naredimo udomačene in udobne ter kako uporabljamo te objekte pri soočanju z družbenim svetom (Lalley 2002: 2).

## 2 Materialne kulture domov in prisvojitveni modeli tehnologij

V današnji družbi je materialna kultura domov vedno bolj dovršena, kar se kaže v razporeditvi prostorov, naraščajoči prisotnosti tehnologij ter tudi v redefiniciji standardov in hierarhije vrednot (Putnam 1992: 195). Aktivnosti članov gospodinjstva niso odvisne zgolj od družinske strukture, temveč tudi od vključenosti članov v družbene vezi zunaj doma. Nove tehnologije, še posebej tiste, ki člane povezujejo z zunanjim svetom (televizija, internet, mobilni telefon), prinesejo v zasebne prostore domov lastnosti in pomene, ki jim sledijo *diferencirani načini rab in medsebojnih (dez)integracij*.

Pomembna značilnost novih tehnologij je povezana z njihovo vpetostjo v mrežo odnosov med zasebnimi in javnimi sferami družbenega življenja. Naraščajoče možnosti medsebojne integracije različnih tehnologij (televizije z internetom, mobilne telefonije

in interneta itd.) omogočajo povezovanje gospodinjstev z zunanjim svetom in prehajanje značilnosti karakteristik zunanjega sveta v svet notranjosti. Uporabnik se znajde v spletu raznovrstnih determinant, ki izvirajo iz globalne mreže institucionalnih in kulturnih sistemov: po eni strani sistemov, ki narekujejo razvoj sofisticirane tehnološke podpore ter tistih struktur, ki kontrolirajo produkcijo in distribucijo programske opreme in vsebin; po drugi strani sistemov, kjer se uporabnik sooča s procesom potrošnje tehnoloških artefaktov – torej prvenstveno na področju svojega službenega okolja in doma.<sup>2</sup>

V nadaljevanju prikazujemo tri uveljavljene pristope v sociologiji potrošnje in medijskih študijah, ki vsak s specifičnega zornega kota nakazujejo soodvisnost med procesom *proizvodnje* tehnoloških artefaktov in praksami, ki se izražajo skozi njihovo *potrošnjo* v zasebni sferi doma. Kot prvo prikazujemo teorijo difuzije in prisvojitve, ki ji ob bok postavljamo model udomačenja tehnologij, na koncu pa omenjamo še metodo družbene biografije tehnologij, ki postaja v medijskih študijah uveljavljen način raziskovanja potrošnje.

## 2.1 Teorije difuzije in prisvojitve

V potrošni družbi pride večina tehnologij na trg z namenom ustvarjanja profita za razvijalce tehnologij in njihove posrednike, v očeh kupcev pa so pogosto sprejete kot nekaj, kar pripomore k »izboljšanju« njihovega življenja. Različni koraki, v katerih se inovacije širijo po populaciji potrošnikov, sestavljajo *proces difuzije*, medtem ko zadevajo razlogi in postopne odločitve za nakup proizvoda *proces prisvojitve*.<sup>3</sup> Obstaja »klasična« oz. Bellova krivulja, ki nakazuje stopnjo difuzije tehnologije skozi čas. Začetno obdobje označuje relativno počasno naraščanje, ki mu sledi obdobje hitre prisvojitve, tej faza upočasnjene rasti, dokler ni dosežena točka tržne saturacije (Green 2000). Odločitve za nabavo visoke tehnologije so običajno odločitve »visoke vključenosti«. <sup>4</sup> Teza o vključenosti je v tem smislu relacijsko pogojena: več ko je vpletenih v nabavo in premislek o nakupu, višja je vključenost v odločanje, s tem pa je večja tudi »emocionalna investicija« pri prisvojitvi.

Rogersova teorija prisvojitvenega procesa (1995) govori o tem, da se potrošnik v procesu nabave sprehodi skozi različne faze, preden se odloči za nakup novega proizvoda: po (1) zavedanju o novem produktu se oblikuje (2) zanimanje za produkt, ki mu sledi (3) evalvacija informacij o proizvodu, nato (4) pogajanje o uporabi in končno (5)

- 
2. Spoznanja o povezanosti med šolskim sistemom in družbeno vlogo tehnologij ponuja članek, usmerjen v proučevanje računalniške pismenosti skozi učiteljski diskurz (Volčič in Erjavec 2008), pri čemer vpliva družinskih vzorcev ali medgeneracijskih razlik ne obravnava.
  3. Pristop temelji na marketinški teoriji o posvojitvi in difuziji Rogersa in Larsena (1984), ki sta proučevala razširjenost računalnikov v ameriški Silicijevi dolini.
  4. Ta pristop predpostavlja, da so ljudje posebej pozorni na to, kakšne rezultate jim bodo prinesli nakup, investirani čas in denar, namenjen tehnologiji. V takšno visoko vključenost v nakup so običajno vključene tudi druge posledice: nakup mogoče pomeni odpoved družinskemu dopustu, želja družinskih članov po posebnem modelu, zahtevani zmogljivosti in dizajnu pa zahteva večji strošek.

prisvojitvev – sprejem ali zavrnitev produkta.<sup>5</sup> »Prisvojitelje« tehnoloških objektov se tako deli na več kategorij: a) *inovatorji* (2,5 %): zlahka tvegajo in so običajno mnenjski voditelji; so mlajši, izobraženi, imajo večji ekonomski kapital, družbeno so bolj mobilni in aktivni posamezniki; b) *zgodnji prisvojitelji* (13,5 %): v večji meri percipirajo tveganje kot inherentno lastnost tehnološke prisvojitve, zato jih skrbi možnost, da gre kaj narobe; ostale lastnosti si delijo z inovatorji – so dobri iskalci informacij in kot dobri poznavalci tehnologij pogosto mnenjski voditelji; c) *zgodnja večina* (34 %): potrebujejo »dokaze« o koristnosti in uporabnosti tehnologij, zanašajo se bolj na osebne izkušnje kot na informacije iz medijev, so starejši kot prvi dve skupini, družbeno so manj mobilni in v povprečju manj izobraženi; d) *pozna večina* (34 %): so bolj skeptični kot druga skupina in bolj odzivni na družbene pritiske; kot potrošniki imajo manj alternativ, običajno so starejši, z nižjim statusom in s še nižjo mobilnostjo, bolj percipirajo tveganje ob nakupu; tveganje je lahko funkcijsko (produkt ne bo deloval skladno s pričakovanji), fizično (artefakt je nevaren), psihološko (vključuje skrb, strah pred uporabo) ali povezano s časom (objekt prinese izgubo časa); e) *zamudniki* (13,5 %): imajo malo družbenih interakcij, inovacije običajno sprejmejo z obžalovanjem in občutkom "vdanosti" v tehnološki napredek; f) *neprisvojitelji*: se upirajo spremembam, običajno so starejši in manj premožni.

»Marketinška perspektiva« tehnokulture ima svoje pomanjkljivosti, ker ne odkriva družbenih, kulturnih ali političnih razsežnosti tehnologij, čeprav velja, da je v družbi potrošnje marketinški diskurz v ospredju in pomembno določa družbeni odnos do inovacij. Toda pomeni tehnologij se kažejo skozi prakse in diskurze proizvodnje, marketinga in tudi potrošnje. Ravno medsebojna pogojenost teh dimenzij pomeni večrazsežnost samega procesa *konstrukcije kulturnih tehnologij*. Moderne tehnologije so skupaj z lastnostmi, ki jih iz sveta javnega prinesejo v svet intime, nedvomno različno razpršene – glede na spol, starost, izobrazbo.<sup>6</sup> Model, ki kaže, kako to poteka, prikazujemo v nadaljevanju.

## 2.2 Domestifikacija kot potrošnja tehnologij v sferi doma

Avtorji, ki na področju kulturnih in medijskih študij analizirajo načine in vzorce domačenja komunikacijskih tehnologij (Silverstone in Hirsch 1992; Miller in Slater 2001; Facer in dr. 2003; Bakardijeva 2005), pojem gospodinjstva razumejo kot sistem »moralne ekonomije«. Gre za model gospodinjstva kot dela transakcijskega sistema v odnosu do formalne ekonomije javne sfere. V tem smislu je gospodinjstvo aktivno povezano s produkti in pomeni, ki jih formalna ekonomija proizvaja. Znotraj gospodinjstva se

5. Popravljeni model odločanja pri nakupih predlaga Schiffman s sodelavci (1997): potrošnik najprej oblikuje določeno (1) vedenje ali znanje o proizvodu; sledi (2) prepričanje, ko oblikuje stališča do proizvoda in njegove uporabnosti, nato (3) odločanje, kar vključuje aktivnosti, ki vodijo v nakup, (4) implementacija, ko potrošnik uporablja proizvod in ga ocenjuje/vrednoti, ter končno (5) iskanje potrditve za sprejeto odločitev.
6. V slovenskem prostoru je dostop do interneta še danes bolj razširjen v gospodinjstvih z višje izobraženimi in mlajšimi člani, medtem ko se razlike med spoloma od 2002 zmanjšujejo (glej Oblak 2008: S164–S165).

pomeni vključijo in redefiniirajo glede na vrednote in interese njegovih članov, tehnologija pa skozi svoje attribute in pomene, ki ji jih pripiše marketing v »prisvojitvenem krogotoku« (glej Oblak 2007), posreduje družbena znanja in kulturna pričakovanja. Razumevanje gospodinjstva kot moralne ekonomije pomeni, da ga obravnavamo kot del transakcijskega sistema, dinamično vključenega v javni svet proizvodnje in izmenjave izdelkov. Predmeti in pomene, tehnologije in mediji s tem, ko prehajajo mejo med javno sfero, kjer so proizvedeni in distribuirani, in zasebno sfero, kjer so vključeni v osebno pomensko ekonomijo, označujejo pomembno prakso družbene reprodukcije znotraj moralne ekonomije gospodinjstva (Silverstone in dr. 1992: 18–19). Komunikacijske tehnologije so bistvene za ta proces – ne zgolj kot proizvodi in posvojeni predmeti, temveč tudi kot *posredovalci družbenega znanja in kulturnih užtkov*.

Pomemben prispevek k razumevanju razmerij med zasebnim svetom doma, javno sfero zunaj njega in pojavom komunikacijskih tehnologij ponuja v zgodnjih 90. letih zastavljeni projekt angleških predstavnikov medijskih študij (glej Silverstone in Hirsch 1992), ki se je osredotočal na vzorce in kontekste »potrošnje tehnologij« kot materialnih artefaktov. Pristop predpostavlja, da se proizvodnja tehnologij, ki je rezultat mnogih kontekstov, odločitev in interesov znotraj različnih institucij, ne konča s tem, ko se tehnologija »porazgubi« v okolju doma, temveč se nadaljuje v potrošnji: »Potrošnja obsega vključitev predmeta v posebno in družbeno identiteto potrošnika« (Gell v Hirsch 1992: 209), kar posledično pomeni, da so predmeti »neuničljivi, saj živijo skozi družbene odnose, ki jih ustvarjajo« (prav tam). Nove tehnologije postajajo del vsakodnevnih rutin, obenem pa jih spreminjajo. Tako so »vsakdanje rutine konstruirane okrog naprav, ki postanejo s procesom domačenja nevidne« (Bausinger 1984: 346). Nekega predmeta torej ne pogrešamo zgolj zaradi njegove funkcionalnosti, pač pa tudi zato, ker nam njegova odsotnost poruši utrjeno strukturo vsakdanjika. Relacije med udeleženi potrošniki se znotraj procesa udomačenja zaokrožujejo v fazah prisvojitve, objektivizacije, vključitve in pretvorbe.

*Prisvojitve objekta* označuje točko, ko postane objekt lastnina posameznika ali celotnega gospodinjstva, s tem ko zapusti svet proizvodnje in ekonomske menjave ter prestopi prag med formalno in moralno ekonomijo. Prisvojitve se ne nanaša le na materialne objekte, temveč tudi na njihove simbolne forme (posredovane vsebine, programje, tehnološke vmesnike itd). Pomeni, ki so tem storitvam dodeljeni v javni sferi, pa se ne skladajo nujno s pomeni, ki jim jih pripisujejo člani gospodinjstva; že v fazi prisvajanja ima namreč gospodinjstvo različne strategije – lahko jih preoblikuje, ponotranji ali pa se od zunanjih pomenov celo odtuji.

Če se prisvojitve kaže v lastništvu, pa *objektivizacija* vključuje načine razmišljanja o tem, kako se bo predmet prilegal življenju doma in se z njim stapljal, zato se prvenstveno izraža s fizično razporeditvijo objektov v prostorskem okolju doma. Tehnologije na tej točki pridobijo možnost, da so prisvojene znotraj dane estetike okolja. Objekte zato člani gospodinjstva nujno postavljajo v že vnaprej oblikovano in nenehno rekonstruirano okolje, pri čemer se principi razporejenosti lahko kažejo v razlikah glede na spol in starost.



*Vključitev* pomeni osredotočenost na način uporabe tehnologije in ravno ta raven postavlja v ospredje vprašanje spolne in generacijske strukture gospodinjstva, skupaj z objektivizacijo pa zagotavlja osnovo procesoma diferenciacije med člani in identifikacije znotraj gospodinjstva ter posledično razkriva tudi razlike med gospodinjstvi. Na ta način se namreč ustvarjajo časovne in prostorske meje med člani v gospodinjstvu. Ravno ta korak opozarja, da pomen simbolnih form ni vnaprej fiksiran v proizvodnji, temveč so pomeni v moralno ekonomijo vključeni skozi trajno strukturo gospodinjstva, vsebine pa pogosto »objektivizirane« v pogovorih (ali z odsotnostjo pogovora) med člani gospodinjstva. Če se torej objektivizacija osredotoča na prostorske vidike moralne ekonomije, se vključitev nanaša na prilagoditev tehnoloških predmetov na časovne strukture gospodinjstva in njegove rutine. Kje stoji naprava, kdo, kdaj in kako jo bo uporabljal, postanejo bistveni elementi moralne ekonomije kot celote. Zadnja faza, faza *pretvorbe*, tako kot prva označuje odnos med gospodinjstvom in zunanjim svetom, pri čemer označuje vključevanje individualnega razumevanja tehnoloških objektov v širši okvir potrošnje. Posameznik se na tej točki poskuša zavedati tudi družbenih učinkov predmeta, ki ga je kupil in pričel uporabljati.

### 2.3 Družbena biografija tehnologij

Pri proučevanju vprašanj o tem, kdo je potrošnik stvari, kaj kupuje, pod katerimi pogoji in v kakšnih okoliščinah, se je uveljavila teza, da ima sleherni tehnologija svojo »družbeno biografijo« (Kopytoff 1986). Kopytoff med drugim razlaga,<sup>7</sup> da imajo predmeti prav takšne biografije kot ljudje; njihova življenja niso zgolj stvar sprememb, temveč se skozi razkrivajo tudi kvalitete okolij, skozi katera prehajajo (glej tudi Silverstone in dr. 1992: 17). Družbena biografija tehnologij tako dopušča, da obstaja več možnih realitet, več možnih interpretacij, in ne prisega na načelo gotovosti. Nasprotno, s pomočjo diskurzivne analize omogoča, da konstruiramo in primerjamo različne kulturne kontekste, v katerih se odvija raba tehnoloških artefaktov. Celostna slika je zato subjektivna konstrukcija na osnovi fragmentov informacij, interpretacije spoznanj pa presegajo ocene o bolj »ustreznih« ali bolj »veljavnih« odzivih neke skupnosti na dano tehnologijo.

Pri tem družbena biografija tehnologij predpostavlja, da potrošnja tehnologij poteka znotraj diskurza, v katerem je bila tehnologija sama oblikovana – gre za zgodbe, ki jih pripovedujemo o objektih ter skozi katere sporočamo pomene in ponujamo vrednote o objektih.<sup>8</sup> Tehnologija je v tem smislu postavljena v širši družbeni kontekst tistih, ki jo uporabljajo, in onih, ki so z njeno uporabo povezani. Pristop k družbeni biografiji

7. Gre za dekonstruktivistični pristop k raziskovanju, ki je usmerjen v pogled onstran pomena, ki je konstruiran, da bi razbrali in interpretirali predpostavke in vrednote, ki so vpisane v pomeno stvari.

8. Pojem »konstrukcija« se nanaša na to, da je učinek nekega diskurza uokvirjenje, oblikovanje pomenov, ki nastajajo v družbenih procesih. Recimo, migrant bo svoj pomen v odnosu do telefona skonstruiral na osnovi svoje življenjske poti in zelo verjetno je, da bo zanj telefon orodje ali način za ohranjanje stikov z izvorno oz. primarno skupnostjo, ki jo je zapustil; za Amiša, pripadnika radikalne verske ločine, pa je telefon »motnja« iz zunanjega sveta.

tehnologij pomeni, da tehnologijo razumemo kot družbeni artefakt, ki je tesno povezan z vsakdanjim življenjem posameznikov v danem družbenem okolju, času in zgodovinskem kontekstu. Tehnologija je torej bistveno *več kot nevtralni skupek funkcionalnosti in rab*. Tehnološki objekti in lastništvo nad njimi predstavljajo tudi pričakovanja in strahove, projekcije iz preteklih izkušenj in osebna pričakovanja v odnosu do zaželenih veščin. Zato se strinjamo z Lutharjevo, ko ugotavlja, da »stvari niso le pasivne refleksije družbenih odnosov, temveč so ti odnosi ustvarjani skozi postopke in procese, v katerih te oblike same nastajajo« (Luthar 2007: 9).

### 3 Sodobne družinske računalniške kulture

Z vse večjo razširjenostjo komunikacijskih tehnologij, od računalnikov, priklopljenih na internet, do mobilnih telefonov in ipodov, ki od konca 90. let množično preplavljajo vsakdan razvitega zahodnega sveta, se množijo tudi družboslovne študije njihovih rab. Te postajajo vse bolj fokusirane na morebitne generacijske (Holloway in Valentine 2003), spolne (Haddon in Silverstone 2000), starostne (Facer in dr. 2003), medvrstniške ali statusno določene razlike (Livingstone 2008), pri čemer se zaradi kompleksne narave samih tehnologij pogosto izolirano usmerjajo na specifičen tehnološki objekt: bodisi na osebni računalnik kot novo »domačo tehnologijo«, na mobilni telefon kot nov »statusni objekt«, na socialna omrežja na spletu kot nov »intimni prostor samoizražanja« in podobno.

Osebni računalnik kot primer udomačene tehnologije ni postal atraktiven šele z nastopom interneta, temveč so njegovo mesto in predvsem specifike v odnosu do drugih komunikacijskih medijev znotraj zasebne sfere raziskovalci iskali že od 90. let dalje. Pri tem mnogi avtorji (Silverstone 1992; Holloway in Valentine 2003; Facer in dr. 2003; Lalley 2002) še danes izhajajo iz teze, da »domače medijske tehnologije, kot so računalniki, delujejo kot medij, skozi katerega kaže družina lastne vrednote sebi in širši skupnosti: vzpostavitev mej z zunanjim svetom skozi pogajanja o različnem dostopu do medijev med različnimi člani družine in skozi ohranjanje ali preizpraševanje vzpostavljenih rutin v družinskem času in praksah« (Facer in dr. 2003: 46). Naraščajočo pozornost do računalnika je ob prelomu v novo tisočletje pospešil prihod interneta, ki je temeljito preobrazil vzorce, motive in razumevanja predhodnih rab. Četudi je dostop do interneta mogoč tudi zunaj doma in prek mobilnih naprav, obravnavamo sodobno računalniško kulturo v kontekstu družin le prek njegove vloge kot »fiksne objekta«, ki se različno domestificira.

Kot smo ugotavljali že drugje (Oblak 2008: 163), se je v slovenskem prostoru po podatkih raziskave Slovensko javno mnenje (SJM) naraščanje števila osebnih računalnikov v zasebni sferi pričelo leta 1994 in je od takrat v samo sedmih letih skočilo s približno 15 % (april 1994) na 50 % gospodinjstev (november 2001). Tabela 1 kaže naraščanje deleža gospodinjstev z osebnim računalnikom glede na starostno strukturo, kjer je očitna tekma med najmlajšo in srednjo generacijo, v kateri starejši del populacije vidno zaostaja. Po podatkih Statističnih letopisov je še leta 1996 dostop do interneta imelo le 3 % gospodinjstev, leta 1999 15 %, leta 2007 pa kar 58 % gospodinjstev. Istega leta je bil osebni računalnik prisoten že v dveh tretjinah slovenskih domov (66 %).



**Tabela 1: Gospodinjstva z računalnikom glede na starostno strukturo 1991–2001 v odstotkih (vir: SJM)**

	jan. 91	nov. 93	apr. 94	nov. 95	jun. 96	dec. 97	nov. 98	nov. 99	dec. 00	nov. 01
manj kot 30 let	16 %	16 %	17 %	28 %	30 %	41 %	44 %	57 %	62 %	69 %
30–46	15 %	18 %	19 %	26 %	32 %	39 %	39 %	57 %	55 %	64 %
46–60	9 %	8 %	17 %	22 %	23 %	29 %	37 %	39 %	46 %	50 %
več kot 60 let	3 %	5 %	5 %	5 %	7 %	9 %	12 %	16 %	16 %	14 %
SKUPAJ	12 %	13 %	15 %	21 %	24 %	32 %	34 %	45 %	46 %	49 %

Pri tem velja poudariti, da računalnik vstopa v *že obstoječe družinske prakse* in da tehnologije, ne glede na to, kako inovativne so, delujejo na osnovi tega, kar že oblikuje življenja ljudi (Strathern 1992). Zato se skozi fazo objektivizacije, torej skozi prakse, ki določajo, kam in kje se bo nek objekt fizično usidral, izrazijo vnaprejšnje omejitve (ali osvoboditve) na ravni konkretnih rab. Osebni računalnik, ki dobi svoje mesto v dnevni sobi, namenjeni skupnim aktivnostim in preživljanju prostega časa, pridobi svojo »družinsko identiteto« na čisto drugačen način kot pa računalnik, ki je že ob prihodu umaknjen v delovni kabinet ali mladinsko sobo. Kot pravi Lalley, je domači računalnik prenesen v domači kontekst, ki je že organiziran okrog starostnih, spolnih struktur, hierarhij in drugih vlog, ki jih določajo predobstoječi vzorci interakcij, in ki že vsebuje številne objekte ter druge tehnologije (Lalley 2002: 8).

Po drugi strani velja upoštevati *tehnološko determiniran kontekst* družinske potrošnje. Računalnik namreč ne vstopa v »prazen prostor tehnološke nedolžnosti« (Strathern 1992: 34). Računalniška tehnokultura v sferi doma se praviloma razvija v relaciji do že prisotnih »starih medijev«, ki imajo znotraj družinskih vsakodnevnih rutin utrjene vloge. Zato se morajo novi prišleki dvojno artikulirati – najprej skozi umestitev v omenjene ritme in prakse družinskih članov, ki so povezani z vzorci uporabe drugih medijev, nato pa še skozi novosti, ki jih vpeljujejo kot novi »udomačeni« objekti.

Kot tretje je glede vzorcev računalniških rab pomembno izpostaviti še njihovo *transformativno naravo*, ki je rezultat naglega razvoja programske opreme in pripadajoče računalniške periferije. Zaradi pospešenega razvoja ob koncu 80. in v sredini 90. let se je računalnik simbolno preoblikoval v komunikacijski medij, ki so mu od 80. let dalje kulturne in družbene prakse, pogojene z njegovo tehnično podstatjo, pridale raznovrstne pomene. Kot v tem kontekstu ugotavlja Lalley (2002), je bilo domače računalništvo v 80. letih primarno zaznamovano kot hobi, medtem ko je v poznih 80. letih po mnenju Haddona računalnik postal neke vrste softverska igra za dom (Haddon 1988). Skozi 90. leta se je zgodila pomembna transformacija v reprezentaciji, diskurzih in javnem razumevanju domačega računalništva: osebni računalnik kot nova vrsta »informacijskega pripomočka« za dom in internet kot »informacijsko orodje« sta postala pomembna medija za razvijanje večšin ter novih oblik zabave in kreativnih vzorcev preživljanja časa (Lalley 2002: 3).

Zaključimo lahko, da računalnik s seboj prinaša niz pomenov in vrednot, ki so povezane tako s prostim časom in zabavo kot tudi z »resnimi« rabami na področju dela in izobraževanja (Lalley 2002: 101). Da bi razumeli, na kakšne načine družinski člani razvijejo personaliziran odnos do teh tehnologij, v nadaljevanju prikazujemo nekatere *tipične vloge računalnikov* znotraj gospodinjstev. S pomočjo primerljivih študij se osredotočamo na identifikacijo različnih tipov »udomačenih družinskih računalniških kultur«, ki jih pogojuje s tehnološkimi objekti vse bolj prežet vsakdanjik. Pri tem se opiramo na več konkretnih raziskav.

Prva se nanaša na raziskovalni projekt »Screenplay« (Facer in dr. 2003), ki je potekal med letoma 1998 in 2000 v Veliki Britaniji, kjer so avtorji analizirali uporabo računalniških tehnologij med mladimi tako v sferi njihovih domov kot tudi v šolah.<sup>9</sup> Primerljivo študijo je nekaj let kasneje izvedla Bakardijeva (2005), ki se je osredotočila na rabe računalniške tehnologije in interneta znotraj kanadskih družin.<sup>10</sup> V interpretacije umeščamo tudi rezultate samostojne študije, ki je osredotočena na povezovanje starševske govorice o načinu domačenja računalniških tehnologij z interpretacijami, ki jih v odnosu do teh tehnologij privzemajo mlajši družinski člani.<sup>11</sup> Vsem omenjenim raziskavam je skupno to, da izhajajo iz modela domestifikacije sodobnih tehnologij, izbrana raziskovalna vprašanja pa proučujejo na kvalitativen način prek intervjujev in opazovanja z udeležbo.

### 3.1 Udomačenost računalnikov skozi starševsko govorico

Več študij (Facer in dr. 2003; Holloway in Valentine 2003; Lalley 2002) je pokazalo, da predhodne izkušnje staršev z računalniki, recimo na njihovem delovnem mestu, vplivajo na oblikovanje različnih metafor o vlogi računalnika v družinskem življenju. Ni pa delovno mesto edini kontekstualni dejavnik, ki strukturira pomen

---

9. Na tem mestu uporabljamo rezultate, ki so jih sodelavci projekta oblikovali s študijo primerov rab računalnikov doma med 18 mladimi, s pomočjo izvedenih intervjujev z otroki in starši ter z opazovanjem rabe računalnikov. Podrobnosti glej v Facer in dr. (2003).

10. Bakardijevo (2005) je v študiji zanimalo, na kakšen način se vzpostavi "domači" internetni uporabnik, kako oblikuje "prostor za internet" v okviru svojega doma, kako se spreminjajo interakcije med člani družine in družinske vrednote ter kako uporabnik upravlja "virtualno združevanje". V ta namen je izvedla poglobljene intervjuje s 23 prostovoljci obeh spolov, različne starosti in različne izobrazbene strukture. Podrobneje glej v Bakardijeva (2005: 76–91).

11. Vzorec 9 družin, v katerih smo intervjuvali po enega od staršev in po enega srednješolskega člana, obsega skupaj 18 intervjuvancev ter vključuje primestno in mestno populacijo obeh spolov. V vzorec so bile vključene družine, ki so tehnološko dobro opremljene, posedujejo osebni računalnik vsaj 5–8 let in katerih najmlajši člani so že v srednji šoli. Strukturirani intervjuji, ki so jih delno izvedli študenti pri predmetu Komuniciranje in nove tehnologije, so bili izvedeni po vnaprej pripravljenem načrtu novembra in decembra 2006. Identiteta intervjuvancev v članku ni razkrita. Intervjuji so se nanašali na vprašanja o začetkih vstopa računalniške tehnologije v prostor domov in razlogih zanje, o načinu objektivizacije teh objektov, o konkretnih oblikah rab in o zaznavi sprememb, do katerih naj bi pripeljala vse bolj tehnološko sofisticirana domača okolja.

računalnika v sferi doma. Zato v nadaljevanju prikazujemo tipične kategorije vlog skozi primerjavo med »harmonično govorico«, ki pridobitev računalnika interpretira kot nekaj dobrodošlega, koristnega ali celo nujnega, in bolj »konfliktno govorico«, ki prihod računalnika v prostor doma označuje kot vzrok za slabše medosebne odnose, interna nerazumevanja in potencialne konflikte.

### 3.1.1 Funkcionalne, samoumevne in neizogibne vloge računalnika

Kako se torej na računalnik kot nov tehnološki objekt odzivajo starši? Kdaj in v kakšne namene ga kupijo? Kako (pre)oblikujejo njegov pomen znotraj družinskega življenja? Ena od ključnih ugotovitev glede razmerja med računalnikom in gospodinjstvom kot področjem zasebnega je, da računalnik ni preprosto »ekskluziven domači artefakt«, temveč prihaja v sfero doma kot »tehnologija, povezana z delovnim mestom staršev« (Facer in dr. 2003: 32). Zato so avtorji projekta »Screenplay« naleteli na primere, ko je bil računalnik kupljen predvsem za pridobitev ustreznih kvalifikacij staršev obeh spolov (2003: 34). Za ta tip družin je značilno, da računalnik interpretirajo v luči »**podaljška službe staršev**«. Takšne izkušnje zasledimo tudi pri slovenskih družinah, s tem da je med zajetimi primeri »službene« razloge za prihod računalniške tehnologije v sfero doma omenjalo več očetov kot mater.

Poglejmo primer mame, ki pojasnjuje vzroke za nakup: »/.../ Ko je mož začel s samostojno potjo, kot obrtnik. In potem smo morali kupit računalnik, pač da je imel kam shranjevat podatke, pa za vnašanje in tiskanje« (mama dveh otrok, 37 let). Ali drug primer očetovske službene nuje: »Ja, jst sm ga rabil predvsem zaradi službe, ker sem s. p. in to zahteva velik dela doma. Tko da mislem, da je bil to glavni razlog« (oče dveh otrok, 52 let). Po drugi strani pa najdemo tudi osebno zgodbo mame, ki je motiv za nabavo računalnika povezala s svojo profesionalno potjo:

»Glavni namen je bil, da bi se poleg dela v službi delalo tudi doma na računalniku. Takrat sem bila še mlajša in veliko bolj ambiciozna in sem se hotela z delom dokazat v službi. Ravno takrat sem zamenjala službo in se mi je zdel velik plus, če sem lahko še kaj dodatno naredila za službo in se s tem še bolj dokazala« (mama dveh sinov, 44 let).

Posledično se v fazi objektivizacije družine tega tipa pogosto odločijo, da računalnik umestijo v posebno delovno sobo ali kabinet, kar omogoča bolj izolirano, predvsem pa bolj načrtovano rabo tehnologije, do katere dostop ni samoumeven. Za ta tip družin je tudi značilno, da je odločitev o tem, kje bo računalnik fizično situiran, povsem v rokah staršev: »Točno se spomnim, kdaj smo ga prnesli in da smo ga postavili v delovni kabinet. Zakaj tja? Zato, da sva imela z možem mir pri delu. Se pravi, da je zadeva odmaknjena od radovednih otrok« (mama dveh otrok, 45 let).

Kot kažejo druge raziskave, je večina družin računalnik opisala kot nujnega sopotnika v življenju otrok, bodisi za njihovo pritočasnno aktivnost ali službeno prihodnost. Računalnik je tu dojet tudi kot simbolna reprezentacija starševskih aspiracij in njihovih pričakovanj o prihodnosti otrok (Facer in dr. 2003: 34). Tovrstne družine, ki računalnik dojemajo predvsem kot »**priložnost za otroke**«, računalnik običajno postavijo v otroške sobe. Da je računalnik »koristno« pomagalo ali nuja, namenjena predvsem izobraževanju otrok, pričajo tudi intervjuji s slovenskimi starši, vendar v

manjši meri, kot je bilo zabeleženo v tujih raziskavah: »Prvi 'pravi' računalnik smo kupili zaradi začetka šolanja starejše hčerke na gimnaziji. Prvotni namen je bil kot učni pripomoček« (oče dveh otrok, 51 let). Ali drug primer: »Ja, kupili smo ga predvsem zaradi otrok, zaradi šole, ker so ga rabili ... Mislim, da si ga je še najbolj izmed nas želel moj sin« (oče treh otrok, 50 let).

Povezava med prvima dvema tipoma družinskih podob o vlogi računalnika v sferi doma se kristalizira denimo v neke vrste podtipu, ko je računalnik razumljen predvsem kot **»neizogibna naložba v prihodnost«**. Takšen diskurz se je v slovenskih intervjujih s starši največkrat pojavil. Recimo v primeru očeta, ki ponosno razlaga, kako je z nabavo računalnika družino »rešil« pred morebitnim razvojnim zaostankom: »/.../ sem ga jaz prinesel v našo hišo, predvsem zato, ker je bilo to nekaj novega in ker sem želel, da naša družina ne bi bila za novosti prikrajšana. Otroka, predvsem starejši sin, sta stalno igrala igrice, sam pa sem ga nekoliko kasneje začel uporabljati v službene namene« (oče dveh otrok, 53 let). Podoben, a na ravni izjav bolj omiljen opis naložbe v prihodnost, ki delno meji že na percepcijo računalnika kot nuje, ponuja drug primerljiv primer: »Kupili smo ga predvsem zato, ker smo ga rabili, ker je bil zelo dobrodošel pripomoček in ker se je ponudila priložnost za nakup. Sprva sva ga uporabljala samo midva z možem, postopoma pa je postal uporaben in vse bolj potreben tudi otrokoma« (mama dveh otrok, 37 let). Najbolj »obremenjen« pogled z neizogibnostjo nakupa pa ponuja tale oče:

»Vzrok za nakup je bil čisto preprost: smo ga potrebovali. Postal je popularen, veliko ljudi ga je že imelo, govorilo se je o prednostih, ki jih bo računalnik prinesel, tako da smo ga kupili. Kot je bila nujna TV, tako je bil nujen računalnik« (oče treh otrok, 45 let).

Zadnji primer kaže na od zunaj narekovano strukturno nujnost, kot jo določajo pritiski »popularnosti« ali bojazen, da je tehnologija drugje že prisotna, posledično pa govori o nerefektirani pozni večini prisvojiteljev, ki so ujeti v trende koristne prisile. Naložba v prihodnost je tako pogojena z diskurzom o funkcionalni, napredni in nujno potrebni tehnologiji.

Tretji tip družin, ki nov pripomoček zlahka vključujejo znotraj danih družinskih pričakovanj in ritmov, pa računalnik dojema kot **»srce doma«**. V tem primeru računalnik ni obtežen s predhodno določenimi pomeni, niti v smislu izobraževalnega orodja niti kot nuja za primerno pot v prihodnost. Namesto tega so računalniku dodani raznoteri pomeni hkrati – lahko je stroj za igro, pripomoček za delo ali sodelovanje (Facer in dr. 2003: 42). V slovenskem vzorcu družin smo naleteli le na en primer, ki bi ga pogojno lahko označili kot takšnega: »Razlogi za nakup ... Iti s časom naprej, uvid v koristnost domačega računalnika, uporaba za šolske in študijske namene, širi razgledanost in daje možnosti za samoizobraževanje« (mama treh otrok, 48 let).

### **3.1.2 Konfliktne obrazi računalnika: vsiljivec, škodljivec ali tolažnik?**

Poleg zgoraj navedenih »harmoničnih podob«, ki izpričujejo relativno neproblematične posege računalnika v prostor doma, pa so pogovori s starši razkrili tudi manj prijetne, mestoma celo težavne plati domače računalniške kulture. Enega od tovrstnih tipov družin lahko opišemo kot računalniško ne povsem udomačen prostor, saj je zanj

značilno, da računalnika celostno sploh ne vključi v lastne okvire. Tak izostanek udomačenja je običajno reduciran zgolj na enega člana družine, zato je podoba računalnika kot »**vsiljivca**« precej individualizirana. Računalnik tu ostane kot nujno »življenjsko dejstvo« (Facer in dr. 2003: 39), ki se mu ni moč upreti, saj bi njegova odsotnost pomenila pomembno oviro za otroke, ki brez računalnika ne morejo tekmovali z drugimi. Poglejmo primer: »Otrokom je računalnik pomenil strašno zabavo in adrenalin ter željo po spoznavanju novih stvari. Tudi mojemu možu je prinesel obilico užitek, predvsem pa mu je olajšal delo v službi. Meni osebno pa je bil že ob samem začetku vsiljivec in tudi danes se še nisem navdušila nad njim« (mati dveh otrok, 50 let).

Če zgoraj navedeni diskurz namiguje na nek neracionalen, abstrahiran in odklonilen odnos do novega zabavljača, ki izvira iz strahu pred tehniko ali iz pomanjkljivega poznavanja tehnologije, se je v slovenski študiji med starši izrisal še drug tip konfliktna interpretacije: gre za prenos krivde za manj uspešne osebne odnose v družini na računalnik. Kot »**škodljivca**« starši računalnik ocenjujejo, ko ga označijo kot krivca za družinske konflikte, kar pojasnjujejo z vse manjšo prisotnostjo članov v skupnih prostorih doma. To pa naj bi posledično vodilo v zmanjšane komunikacijske poti med člani:

»Že večkrat sem znorela, ker se ne morem z nikomer več pogovarjat. Vsi so po cele dneve za svojo 'kišto' in srfajo po internetu itd. Včasih se mi zdi, kot da smo si tujci. Če se skregamo, se dostikrat ne pogovorimo več, ampak se vsak umakne v svoj kotiček in se dela, da je zaposlen ter da nima časa za pogovor. Joj, kako sem včasih besna, da je prišlo do takšnega tehnološkega napredka!« (mati dveh hčera, stara 47 let).

Da je računalnik nekaj »slabega«, kaže tudi drug primer: »Za otroke se mi zdi, da je potuha. Postali so leni. Tudi osebni stiki ... ni to več to. Gibanje se je omejilo. Enostavno nasprotujem temu, da bi računalnik kdajkoli bil srce doma, mislim, da je prej sovražnik dobrim in zdravim odnosom« (mati dveh otrok, 37 let).

Tretji tip konfliktna starševske govorice v odnosu do računalnika pa je posrednega značaja. Gre namreč za primere, ko otroci iščejo uteho na računalniškem zaslonu, a je to v očeh staršev moteče oz. neprimerno. Poglejmo primer očeta, ki računalniku dodaja vlogo »**neprimernega tolažnika**«: »/.../ sem že večkrat opazil, da otroci po prepiru tolažbo najdejo v računalniških igricah, kar pa se mi ne zdi primerno. Raje bi videl, da se zjokajo na postelji, kot da se sesedejo pred računalnik, ker to ni rešitev« (oče treh otrok, 45 let). Enako izpoveduje član družine, ki računalnika sicer ne dojema kot vzrok za osiromašene medsebojne odnose niti ga ne krivi za slabšo komunikacijo. A v isti sapi izjavlja, da »se po vsakem prepiru otroka umakneta v svoje sobe in tolažbo iščeta v računalniku« (oče dveh otrok, 53 let).

### 3.2 Tranzicijske in ambivalentne vloge računalnikov med mladimi

Starševske podobe, ki se izražajo skozi spomine na »družinsko biografijo« domačega računalnika in razlago učinkov sedanjih rab, so mnogotere in medsebojno izključujoče. Pomembne so zato, ker delujejo kot modeli, prek katerih starši predstavijo »primerno« rabo računalnikov svojim otrokom. Ti pa lahko vkodirane pomene staršev sprejmejo ali pa jih skozi lastne rabe postavijo pod vprašaj.

Eden od priročnih načinov za razumevanje, kaj računalnik pomeni v življenju otrok, je, da na računalnik pogledamo kot na obliko potrošnje. Potrošno blago, kamor uvrščamo tudi računalnike, je »prepojeno s pomeni« (Facer in dr. 2003); računalniki lahko delujejo kot totemi v modernem svetu, ki posredujejo različne družbene identitete in simbolizirajo participacijo v različnih družbenih skupinah. Mnogi avtorji tako ugotavljajo, da mladim računalnik pomeni različne stvari: »Za nekatere ima središčno mesto, za druge je povsem nepomemben; nekaterim lahko pomaga pri oblikovanju določene oblike ženskosti, medtem ko drugim ponuja izključno moške pomene« (Facer in dr. 2003: 113).

Toda pojasnjevanje rabe računalnika v prostoru domov obenem predvideva, da mladi prinesejo s seboj vrsto različnih pogledov na to, kaj računalnik sploh je; ti so pogojeni z njihovimi šolskimi izkušnjami, vrstniško kulturo, obšolskimi dejavnostmi in ustaljeno medijsko potrošnjo.

Zato je v primerjavi s starševsko ena pogostejše prisotnih, lahko bi rekli kar dominantnih podob računalnika med mladimi »*tranzicijske narave*«: zaradi diapazona raznoterih izkušenj, ki jih imajo današnji srednješolci, se v njihovih izjavah kaže prehod od »**računalnika kot igrač(k)**« k »**računalniku kot orodju za vse**«. Dva nazorna primera govornika o tem: »Na začetku je bil računalnik zame ena sama igra. Iz dneva v dan sem se preizkušal v isti igrici in primerjal, za koliko sem napredoval iz prejšnjih dni. Ja dops je pa računalnik itak vse. Nikol mi ne zmanjka idej, kaj počet na njem ...« (najmlajši sin, star 17 let). In podobno:

»Ja, pač na začetku je bila zame to igračka. Dops pa je ta igračka dobila nov pomen, in sicer je ratala to stvar, ki jo uporabljam za vse. Za iskanje plonkcev in seminarskih nalog, za zabavo, za pogovor s prijatelji, tud punce sem že prek klepetalnic osvajal, za iskanje muske in filmov, pa tud za gledanje in poslušanje teh ... U glavnem, vse je možno počet, če maš računalnik« (srednji sin, 16 let).

Ta tranzicija je seveda pogojena z razliko med tem, kar je računalnik omogočal v svoji *predinternetni in kaj v internetni dobi*. Sodeč po pogovorih, bi lahko rekli, da je internet čisto na novo osmisлил vlogo računalnika, sploh v luči mladih, ki na različne načine poudarjajo, da jim internet pomeni tako rekoč vse. Integriranost računalniške tehnologije prek interneta v vsakdanji ritem srednješolcev je intenzivna do te mere, da je njihov vsakdan dobesedno »voden« skozi računalniški zaslon in v tem smislu absolutno udomačen: »Na spletu najdem vse, kar rabim. Od zapiskov do povzetkov knjig in še in še. Največ uporabljam kar iskalnike, drgač pa veliko časa prečvekam na MSN-ju ... in s sošolkami na tak način debatiramo o fantih, pa o šoli, pa o žuru itd.« (hčerka, 17 let). Računalnik torej ni več zgolj učni pripomoček, koristen za izpopolnjevanje šolskih obveznosti, temveč je tudi *družbeni in komunikacijski prostor*, skozi katerega se utrjujejo prijateljske vezi, iščejo novi partnerji, sklepajo dogovori in sooblikujejo pristočasne aktivnosti.

To pa je v očeh staršev mnogokrat težko razumljivo, kot kaže naslednji primer: »Opazila sem, da se mlajši sin zelo veliko pogovarja prek interneta s svojimi prijatelji. Ne vem, kako se pravi tem rečem, prek katerih se pogovarjajo. Hočem rečt, da mi ni jasno, kako je taka komunikacija sploh možna. Meni se zdi brezosebna, neprimerna«



(mama dveh sinov, 50 let). Da lahko internet kot »dodana informacijska vrednost« starše in otroke tudi poveže, pa govori naslednji primer: »Danes pride dostikrat mami do mene v mojo sobo, kjer je računalnik, in me prosi, če ji lahko kaj pogledam na spletu ... Zanimivo je, da ga danes tudi starša veliko uporabljata, čeprav sta bila še nekaj let nazaj njegova glavna nasprotnika« (mlajši sin, 17 let).

Ni pa nujno, da je ta prehod od igranje k orodju za vse vedno dojet kot pozitivna sprememba. Izjava srednješolke, ki kaže na »omejitve« računalnika danes, pravi naslednje: »K je pršu, mi je pomenu eno novo igrako, k ga takr't še nism kej dost rabla in sm sam igrce igrala. Zd'j mi pa pomen nadlogo, ker morm pisat razne seminarske. Igrce mi pa niso več zanimive« (mlajša hčerka, 18 let).

Druga izrazita skupina mladostniških pogledov na računalnik deluje precej zaščitniško v odnosu do tega osebnega pripomočka, saj ga, v nasprotju s podobo nekaterih staršev, ne povezuje s »slabšimi« razmerami v družini. Celo več: nekateri mladi jasno trdijo, da *računalnik za slabše medosebne odnose preprosto »ni kriv«*, kar kaže na željo po nevtralizaciji vsakdanjih pojavov, povezanih s tehnologijo. Poglejmo primer: »Mogoče se ne pogovarjamo več toliko, ker je vsak v svojem kotu in dela stvari za službo ali šolo. /.../ Nekako smo vsi toliko zaposleni sami s seboj, da nimamo več časa za globlje pogovore, ampak mislem, da ni razlog v računalniku. Tako je pač danes, ljudje ves čas nekam hitimo in nimamo več časa drug za drugega« (najmlajša hčerka, 17 let). Ali drug primer, ki kaže na »nekrivdno« pozicijo računalnika: »Prav veliko ni blo med nami nikoli komunikacije in zato ni treba, da krivimo računalnike. Res pa je, da naša mami to bolj težko razume, ker je edina v družini, ki je računalnik ne zanima in ga zelo redko uporablja« (najmlajši sin, 17 let).

Četudi mladi reflektirano priznavajo, da je z odraščanjem nastopilo obdobje, ko je komunikacije znotraj družine manj, te posledice ne prepisujejo nujno tehnologiji, kot to počnejo nekateri starši. Razloge iščejo *zunaj doma*, pogosto pa učinke računalniške tehnologije na preživljanje prostega časa povezujejo s časom televizije, ki je ravno tako »atomizirala« družinske člane. Kot denimo v primeru, ki navaja, da sprememb na ravni medosebnega komuniciranja ni:

»Isto je! Odnosi se niso spremenili, čeprav marsikdo bo rekel, da so se ... Ponavadi starši, sam oni itak vedno mislijo, da premalo časa preživijo z nami ... Kar ni res. Sicer smo mladi več pred računalnikom kot pred TV-jem, tko malo bolj razbiješ čas in se res manj pogovarjaš. Sam sej prej, ko nismo imeli računalnika al pa interneta, smo imeli pa televizor, a ne?« (sin, 18 let).

#### 4 Zaključek

Model domestifikacije tehnologij je priročen za iskanje odgovorov na vprašanje, kako družine utemljujejo lastno porabo novih produktov in storitev ter kakšne so posledice diferenciranega dodeljevanja pomenov tem tehnologijam. Usmerja se ne zgolj na vzpostavljene vzorce, temveč tudi na vprašanja o tem, kdo tehnologijo kupuje, za koga, s kakšnim interesom in predvsem s kakšnimi pričakovanji.

Potrošnja novih tehnologij, tako pri nakupu kot končni uporabi, pa – sodeč po tukajšnjih ugotovitvah – ustvarja tudi pritisk časa in veščin, ki je lahko celo večji kot izhodiščna motivacija za nakup.<sup>12</sup> Pojasnjevanje udomačenja računalniške tehnologije, čeprav omejeno zgolj na prikazovanje družinskih vzorcev delovanja, je tako pogojeno s strukturnimi dejavniki, ki segajo zunaj družinskega okolja in onkraj marketinškega diskurza. Statusna, izobrazbena in razredna pozicija gospodinjstva gotovo narekuje razlike v starševskih aspiracijah, tako glede njihove lastne službene kariere kot tudi glede pričakovanj do prihodnosti njihovih otrok. Širši družbeni pritiski k produktivnosti, učinkovitosti in fleksibilnosti, ki predvsem v tranzicijskih družbah povzročajo nemalo negotovosti in zmede pri strukturiranju »ustreznega« vsakdanjega sveta, pa lahko po drugi strani povzročajo celo popačeno zaznavo subjektivnih motivov in vzorcev rab. Potrošniki, ujeti v kulturni in družbeni kontekst, ki pomembno narekuje potrebe, aspiracije in užitke, prilagajajo lastne družinske vzorce prisvajanja novih tehnologij zunanjim determinantom in jih posledično racionalizirajo, nevtralizirajo ali celo demonizirajo. Računalnik ima, sodeč po tukajšnjih ugotovitvah, v prostoru doma tako več obrazov, ki so pogojeni z različnimi pričakovanji staršev in njihovimi aspiracijami, kot tudi s strahovi in bojznimi, kaj se »za« računalniškim ekranom dogaja.

Mladi, po pogovorih sodeč, dobro reflektirajo generacijske razlike, saj spremenjenih ritmov preživljanja časa in načinov upravljanja s potencialnimi družinskimi konflikti ne prenašajo kar na samo tehnologijo. Nasprotno, nekateri kot razlog za spremenjene načine komuniciranja celo eksplicitno navajajo drugačno strukturo porabe časa, ki je vse bolj obremenjena s šolskimi ali službenimi obveznostmi. Mladi skušajo ovire za pomanjkljivo druženje v družini ali za bolj poglobljene pogovore utemeljiti zunaj računalniškega zaslona, čeprav se obenem zdi, da je njihov vsakdan vse bolj voden in prepleten z dogajanjem na njem. S pomočjo interneta, ki je v svoji sodobni spletni platformi temeljito razširil oblike družbenih delovanj in s tem osebnemu računalniku dodelil novo »komunikacijsko identiteto«, se življenje mladih intenzivno odvija tudi prek spleta – tu iščejo informacije, pridobivajo šolsko gradivo, oblikujejo šolske obveznosti, med seboj komunicirajo, iščejo nova poznanstva, poslušajo glasbo, gledajo filme. Spletna okolja postajajo tako zrcalna podoba njihovega vsakdanjega življenja. Pri tem ostaja vprašanje, v kolikšni meri se ravno zaradi te udomačene tehnologije mladi v svojih sobah sploh še počutijo doma oz. na kakšen način se soočajo z vse bolj mobilno logiko svojega vsakdanjega sveta. Njihovi starši, po drugi strani, domači računalnik dojemajo kot relativno ločen del svojih življenj, čeprav si tudi sami vse večji del vsakdanjega življenja urejajo s pomočjo spleta. A vendarle, njihova zgodovina in način, kako so računalnik »pripeljali« v svoje domove, ostajata dominantni kazalnik njihovih trenutnih nerazumevanj tega, kar se dogaja v mladinskih sobah, in tam potekajočih vzorcev internetne uporabe.

---

12. Prve izkušnje z domestifikacijo računalniške tehnologije so denimo pokazale, da se je veliko računalnikov nabiralo v kletih in na podstrešjih domov, ker se je uporabnikom njihova raba zdela preveč zapletena (Green 2000).

Za bolj poglobljene interpretacije razlogov teh generacijskih konfliktov in iskanje splošnejših vzorcev računalniških »družinskih vlog« bi potrebovali obsežnejšo študijo, ki bi omogočila boljše pojasnitve in posploševanja. Na osnovi tu predstavljene študije in primerljivih raziskav iz tujine lahko vseeno nakažemo nekaj korakov nadaljnjega raziskovanja. Z vidika vpetosti obstoječih družinskih vlog, ki jih starši in mladi pripisujejo računalniški tehnologiji, bi veljalo raziskovanje usmeriti v analizo javnega diskurza, ki v slovenskem in tudi širšem kontekstu upoveduje sodobne telekomunikacije, da bi lahko razbrali, na kakšne načine današnji oglaševalski, oblikovalski in proizvodni sistemi govorijo o udomačeni tehnologiji. Po drugi strani bi pod drobnogled veljalo vzeti tudi zgodbe in oglase v različnih medijih, ki nagovarjajo mladino, in te javne pomene primerjati s pomeni, ki jih mladi oblikujejo v okolju doma. Nenazadnje, interpretacije o spremenjenih družinskih tehnokulturah bi veljalo umestiti v širši medijski kontekst in spremljati družinske rabe vse bolj integriranih in personaliziranih medijev. Zagotovo lahko trdimo, da se na področju domače potrošnje komunikacijskih tehnologij izražajo mnogi družbeni procesi, ki bi jih veljalo z dodatnimi študijami v prihodnje še bolj poglobljeno in kritično osvetliti.

## Literatura

- Bakardijeva, Maria (2005): *Internet Society: The Internet in Everyday Life*. London: Sage.
- Bausinger, Hermann (1984): *Media, Technology and Daily life*. *Media, Culture and Society*, (10) 6: 343–351.
- Facer, Keri, in dr. (2003): *ScreenPlay: Children and Computing in the Home*. London: RoutledgeFalmer.
- Green, Leila (2000): *Communication, Technology and Society*. London: Sage.
- Haddon, Leslie (1992): *Explaining ICT Consumption: The Case of Home Computer*. V R. Silverstone in E. Hirsch (ur.): *Consuming Technologies: Media and Information in Domestic Space*: 82–96. London: Routledge.
- Haddon, Leslie, in Silverstone, Roger (2000): *Information and Communication Technologies and Everyday Life: Individual and Social Dimensions*. V K. Ducatel, J. Webster in W. Herrmann (ur.): *The Information Society in Europe*: 233–258. New York: Rowman&Littlefield.
- Hirsch, Eric (1992): *The Long Term and Short Term of Domestic Consumption: An Ethnographic Case Study*. V R. Silverstone in E. Hirsch (ur.): *Consuming Technologies: Media and Information in Domestic space*: 208–226. London: Routledge.
- Holloway, Sarah L., in Valentine, Gill (2003): *Cyberkids: Children in the Information Age*. London: RoutledgeFalmer.
- Kopytoff, I. (1986): *The Cultural Biography of Things: Commoditisation as Process*. V A. Appadurai (ur.): *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*: 64–91. Cambridge: Cambridge University press.
- Lalley, Elaine (2002): *At Home with Computers*. Oxford: Berg.
- Livingstone, Sonia (2008): *Taking Risky Opportunities in Youthful Content Creation: Teenagers' Use of Social Networking Sites for Intimacy, Privacy and Self-Expression*. *New Media&Society*, 10 (3): 393–411.

- Luthar, Breda (2007): Mobilni telefon in pospešena kultura. V *Javnost/The Public*, suplement, vol XIV: 5–18.
- Miller, Daniel, in Slater, Don (2000): *The Internet: An Ethnographic Approach*. Oxford: Berg.
- Moore, Shaun (1988): »The Box of the Dresse«: Memories of Early Radio and Everyday Life. *Media, Culture & Society*, 10 (1): 23–40.
- Moore, Shaun (1996): *Interpreting Audience: The Ethnography of Media Consumption*. London: Sage.
- Oblak Črnič, Tanja (2007): Med simbolnimi pomeni in realnimi praksami mobilnega vsakdanjika. V V. Vehovar (ur.): *Mobilne refleksije*: 87–114. Ljubljana: FDV
- Oblak Črnič, Tanja (2008): O začetkih interneta na slovenskem. V M. Pušnik (ur.): *Prispevki k zgodovini medijev na slovenskem*, *Javnost/The public*, suplement: S151–S172.
- Putnam, Tim (1992): Regimes of Closure: The Representation of Cultural Process in Domestic Consumption. V R. Silverstone in E. Hirsch (ur.): *Consuming Technologies: Media and Information in Domestic Space*: 195–207. London: Routledge.
- Pušnik, Maruša (2008): Udomačenje televizije na Slovenskem: Javne in zasebne rabe televizije v zgodovinski perspektivi. V M. Pušnik (ur.): *Prispevki k zgodovini medijev na slovenskem*, *Javnost/The public*, suplement: S113–132.
- Rogers, E., in Larsen, J. (1984): *Silicon Valley Fever: Growth of High Technology Culture*. New York: Basic books.
- Schiffman, L., in dr. (1997): *Consumer Behaviours*. Sydney: Prentice Hall.
- Silverstone, Roger (1994): *Television and Everyday Life*. London: Routledge.
- Silverstone, Roger, in Hirsch, Eric (1992): *Consuming Technologies: Media and Information in Domestic Space*. London: Routledge.
- Strathern, Marilyn (1992): The Mirror of Technology. V R. Silverstone in E. Hirsch (ur.): *Consuming Technologies: Media and Information in Domestic Space*: vii–xii. London: Routledge.
- Volčič, Zala, in Erjavec, Karmen (2008): Technological Developments in Central-Eastern Europe: A Case Study of Computer Literacy Project in Slovenia. *Information, Communication & Society*, 11 (3): 326–347.

**Naslov avtorice:**

**Tanja Oblak Črnič, izredna profesorica**

Katedra za medijske in komunikacijske študije

Fakulteta za družbene vede

Kardeljeva pl. 5, 1000 Ljubljana

e-mail: [tanja.oblak@fdv.uni-lj.si](mailto:tanja.oblak@fdv.uni-lj.si)