

6. Politični repertoarji in »prvi volivci« med mladimi

Tanja Oblak Črnič, Barbara N. Brečko

Uvod

V razpravi raziskujemo politične stile mladostnikov skozi prizmo komunikacijskih in informativnih praks, ki so mladim dandanes vsakdanje. Številne informacijske platforme, kot so Instagram, TikTok ali YouTube, in interaktivni komunikacijski kanali, kot sta Discord ali Snapchat, niso le socializacijski prostori druženja, temveč tudi viri informiranja in kolektivnega (so) delovanja. Prek njih prihajajo v stik s politično relevantnimi temami, spodbujajo pa jih tudi k potencialni politični angažiranosti. Mladostniki se tako medijsko formirajo prek mobilnih digitalnih naprav, lastne vzorce informiranja, angažiranja in prakticiranja politike pa vzpostavljajo skozi omrežne digitalne platforme. V komunikacijsko hipnem in omrež(e)nem medijskem okolju pa delujejo tudi kot »prvi volivci«.

V tem kontekstu so še pred desetletjem razprave opozarjale na manj spodbudne relacije med digitalnimi mediji in družbenim ter političnim angažmajem mladostnikov (Prior, 2007; Schlozman et al., 2010). Toda Rekker (2022) poudarja, da so se tovrstne raziskave pretirano fokusirale na vlogo mladih pri t. i. »generacijski nadomestitvi« volilnega telesa (van der Brug in Franklin, 2018) ali na spremenjene okoliščine pri formiranju političnih preferenc (npr. Dinas, 2014), premalo pa so proučevale dejanske specifične političnih praks, ki jih mladi ustvarjajo. Mladi naj bi – podobno kot na področju glasbe (Smith, 1994/2008), mode (Behling, 1985) ali medijev – tudi v politiki narekovali trende, sploh na področju volilnih preobratov, meni Rekker (2022) in to navkljub temu, da trajne navezanosti na izbrano politično stranko sploh še ne občutijo (Dinas, 2014).

Ograjenost mladih z digitalnimi okolji namreč v mnogočem spreminja načine, »kako početi stvari« (Ohme, 2019): iskanje informacij, preverjanje družbenih dogajanj na osebnih profilih, povezovanje in reagiranje na objave drugih, samo-predstavljanje in sledenje spletnim novicam so specifične

skupnostne prakse, ki z zanašanjem na digitalno, omreženo medijsko logiko algoritmичne distribucije objav determinirajo tudi druge družbene prakse. Dostop do političnih vsebin se tako pretaka znotraj personaliziranih omrežij, ki kreirajo mehanizme vidnosti in podpore: ogenjčki, všečki, ključniki, sistemi deljenja in označevanja so komunikacijski odzivi na videno in nakazujejo angažirano prisotnost znotraj izbranih skupin prijateljev oz. vrstnikov. Tem se prilagajajo ne le politične elite in politični akterji, temveč tudi t. i. »nastajajoči« (Mihailidis, 2014) ali »mirujoči« državljani (Ekman in Amnå, 2012).

Temu pritrjuje tudi porast konceptualnih premislekov o načinih, kako drugače se v času »mediatizacije mladosti« manifestira politična identiteta mladostnikov (Moeller et al., 2018; Ohme, 2019; Boulianne in Theocharis, 2020; Weiss, 2020). Svoje politične orientacije raje izražajo v nepolitičnih okoljih – primarno med vrstniki in prijatelji –, njihove vzorce odzivanja pa determinirajo tehnološke komunikacijske infrastrukture in vgrajeni algoritemski režimi. Pospешen vzpon digitalnih platform in algoritmizacija pa pritrjujeta tezam o ključnih transformacijah v novomedijskih okoljih. Te niso trajne, pač pa fleksibilne strukture med seboj povezanih akterjev (van Dijck, 2013), ki oblikujejo vse bolj navzkrižna (Oblak Črnič et al., 2022) oz. polimedijska okolja (Luthar et al., 2022). Odgovori na vprašanja, kako digitalni mediji določajo angažmaje mladostnikov v obdobju, ko družbena, politična stališča in vedenja šele formirajo, pa so morda ključni tudi za razumevanje tega, kako bodo lastne participatorne navade formirali v prihodnje (Boulianne in Theocharis, 2020: 112).

S pomočjo kvantitativne raziskave v okviru temeljnega znanstvenega projekta *Medijski repertoarji mladih*¹ med populacijo, ki se šele vzpostavlja kot politični subjekt, preverjamo, kdo so prvi volivci in kako se družbeno aktivirajo v obdobju »zgodnje politične socializacije«. Gre namreč za obdobje, ko mladi že imajo dostop do vrste civilnodružbenih iniciativ in prostorov političnega delovanja, obenem pa lahko kot državljani z volilno pravico izkoriščajo tudi konvencionalne prakse političnega (so)odločanja. Analizirani vzorec zajema 1060 dijakov srednjih šol iz različnih slovenskih regij, kar omogoča eksplanatoren vpogled v državljanske prakse mladih in iskanje potencialnih distinkcij v načinih informiranja, angažiranja in političnega delovanja znotraj relativno homogene generacije. Raziskovalna pozornost

1 Temeljni raziskovalni projekt *Medijski repertoarji mladih* J5-2564 se je izvajal v obdobju od 2020 do 2024 v okviru raziskovalnega programa programske skupine Politiološke raziskave P5-0136 in ga je sofinanciral ARIS.

je torej usmerjena v identifikacijo internih distinkcij med dijaki: v analizi medijskih rab smo namreč že zaznali določene generacijske specifične politične participacije glede na spol, starost in status njihove izobrazbe (glej Oblak Črnič, 2022), preverjamo pa tudi, kako je volilna udeležba dijakov povezana z družinsko politično angažiranostjo, kakšno vlogo imajo pri tem digitalni mediji in kakšne povezanosti se nakazujejo med njihovim političnim angažmajem in načini informiranja o političnih temah.

Državljski stili mladih v dobi družbenih platform

Sodobno premišljanje o državljanskih stilih mladostnikov implicira poznavanje imperativov digitalnih tehnologij in medijskih platform, na kar opozarja vse več študij (Bauerlein, 2008; Martin, 2014; Jenkins et al., 2016). Družbena doživljanja mladostnikov so namreč sestavni del digitalnih okolij (Boyd, 2014; Buckingham et al., 2014; Livingstone, 2014; Jenkins et al., 2016), njihovi stili političnega delovanja pa so vse bolj formirani skozi logiko omreženega medijskega ekosistema. Mobilne naprave posedujejo že zgodaj, na njih preživijo velik del svojega časa in z njimi počnejo raznolike stvari. Za mlade je vloga družbenih medijev kot posrednikov ključna, saj so konstitutivna okolja za doživljanje medosebnih odnosov, nastopajo pa tudi kot vrata v civilno družbo (Clark in Marchi, 2017). Po Martinu (2014) imajo politične rabe mobilnih medijev ključne implikacije tudi za teorije mobilnega komuniciranja: bodisi kot novi informacijski kanali, ki predvsem stimulirajo participacijo v politiki, bodisi kot nove arene za politično participacijo in širjenje interaktivnih političnih vsebin. Nenazadnje številne medijske organizacije, politični kandidati, politične stranke in nevladne organizacije vzorce delovanj prilagajajo zahtevam digitalnih okolij. Digitalni mediji imajo pri tem le posreden učinek na oblike politične participacije, saj nastopajo kot ojačevalci ali moderatorji določenih državljanskih stilov, čeprav empirična evidenca teh razmerij ne potrjuje v celoti (Ohme, 2019).

Študije vendarle potrjujejo popularnost družbenih platform za dostopanje do informacij in sodelovanje v političnih zadevah, tudi med mladimi (Moeller et al., 2018; Ohme, 2019; Weiss, 2020). Nedavna študija na vzorcu avstrijske populacije (Prandner in Glatz, 2021) je tako pokazala, da so ravno mladostniki tisti, ki za lastno informiranje uporabljajo izključno spletna okolja (Prandner in Glatz, 2021: 61). Mladi se danes o političnih temah srečujejo praviloma prek algoritmične logike Instagrama, TikToka, YouTubea in podobnih digitalnih omrežij, novice o javno-političnih dogodkih

pa večinoma spremljajo nenačrtovano. Danska študija (Peters et al., 2022) je denimo identificirala pet novičarskih repertoarjev med mladimi odraslimi, ki se zanašajo na več digitalnih platform sočasno, a na specifičen način: eni so denimo spletni tradicionalisti, drugi poglobljeni avdiofili, tretji le iskalci digitalnih novic, četrti medosebno omreženi in peti spet iskalci, a ne novičarskih informacij. To po eni strani spodkopava pomen tradicionalnih novičarskih akterjev, po drugi strani pa kaže, da so poleg Facebooka pomemben vir informacij tudi drugi družbeni mediji, kot so YouTube, Instagram in Twitter/X. Izpostavljenost družbenim medijem je v tesni korelaciji s porabo novic: ta naj bi se na klasičnih in spletnih medijih zniževala (Park in Kaye, 2020), negativne učinke pa naj bi imela celo na digitalno politično participacijo (Heiss in Matthes, 2019).

Konsekvence, ki jih digitalne platforme prinašajo za razumevanje državljanstva, pa še zdaleč niso enoznačne. Zgodnje razprave so vztrajale pri primerjavi med t. i. dolžnostnim in samo-aktualizirajočim stilom državljanstva in med tradicionalno, offline rabo medijev in digitalno rabo. Medtem ko naj bi dolžnostni državljanski stil ostajal bolj naklonjen klasičnim medijskim kanalom, je aktualizirajoči državljan bolj povezan z rabo digitalnih medijev. Toda Ohme (2019: 5) opozarja, da so digitalna okolja preveč raznolika, saj presegajo tovrstne binarne delitve, zato predlaga razlikovanje med dolžnostnim, opcijskim, individualnim in kolektivnim državljanstvom: če dolžnostni državljan občuti zavezo in dolžnost, da ostaja politično informiran in politične organizacije sprejema kot ključne, udeležbo na volitvah pa kot najpomembnejšo politično aktivnost, je opcijski državljanski stil zaznamovan z večjo individualizacijo in visoko izbiro raznolikih medijskih okolij, ki spodbujajo bolj personalizirano in k posamezniku prilagojeno »digitalno medijsko dieto« (Thorson in Wells, 2015).

Empirične raziskave o političnih aktivnostih mladih državljanov kažejo na nasprotujoče si ugotovitve: nekatere ugotavljajo, da digitalni mediji spodbujajo dolžnostno naravnane norme vedenja mladih državljanov (kot Ekström, 2015), druge pa poročajo o nižji stopnji politične participacije, kjer se informirajo prvenstveno prek digitalnih medijev in so bližje opcijskemu stilu državljanstva (Thorson, 2011). Nadalje študije napovedujejo večjo politično angažiranost mladih zunaj klasičnih medijskih platform (Boulianne, 2015; 2020; Skoric et al., 2016), pri čemer raba Facebooka ni povezana s tradicionalno politično participacijo (Theocharis in Lowe, 2016). Cohen in drugi (2012) so v kvantitativni raziskavi mlade od 15 do 25 let spraševali o njihovem političnem angažmaju: kako pogosto posredujejo smešne video posnetke o političnem kandidatu, kampanji ali politični zadevi (20 % mladih to počne),

kako pogosto posredujejo ali objavijo politični komentar nekoga drugega (17 % jih to počne) ali komentirajo novico ali blog o političnem kandidatu, kampanji ali politični temi (16 % jih to počne). Z naslonitvijo na digitalno inkluzivno definicijo političnega delovanja so ugotovili, da je približno 41 % mladih že sodelovalo pri vsaj eni aktivnosti in da velika večina sodeluje na volitvah (90 %) ali v institucionalni politiki. Študija je tudi pokazala, da 45 % mladih vsaj enkrat na teden prejme novice od družinskega člana ali prijatelja prek družbenih medijev, kot sta Facebook ali Twitter.

Boulianne in Theocharis (2020) v obširni metaanalizi več kot 100 raziskav opozorita na omejitve tistih študij, ki se nanašajo na generične merske instrumente digitalnih rab, ker zanemarijajo njihovo raznolikost. Po njunem mnenju lahko tudi *nepolitične rabe* spodbujajo »offline« politično vključenost, sploh ko digitalni mediji delujejo kot most med »online« aktivnostmi in »offline« participacijo, online aktivnosti pa povečujejo izpostavljenost političnim informacijam in spodbujajo k delovanju (Boulianne, 2015). Spletno iskanje informacij in politična delovanja prakticirajo namreč politično bolj angažirani posamezniki, kar prej potrjuje tezo o krepitvi razkoraka kot zmanjševanju obstoječih neenakosti. »Kar manjka, je širša slika – sistematičen pregled vključenosti in ne vključenosti – tako na spletu kot tudi zunaj njega in s tem prepoznavanje celostnega diapazona digitalnih medijskih rab« (Boulianne in Theocharis, 2020: 113).

K odmiku od binarnega razumevanja politične participacije nenazadnje poziva tudi več nacionalnih študij s področja mladine (Mencin in Perger, 2022; Živoder, 2022), politologije (Pušnik in Banjac, 2022; Vodovnik, 2022) in sociologije (Tepež, 2022; Vezovnik et al., 2022). Bolj inkluzivno razumevanje političnega udejstvovanja omogoča namreč identifikacijo inovacij na področju političnega vedenja in javne participacije med mladimi. Gre za vzorce komuniciranja, participacije in odzivanja na politične teme, ki jih mladostniki razvijajo »na novo«: kot trendseterji namreč inicirajo nove prakse in vedenja, jih raziskujejo in prelijejo v novosti, ki jih potencialno ponotranjijo tudi starejši (glej Rekker, 2022).

Politični repertoarji in volilni angažma dijakov: empirična raziskava

Pričujoča analiza je usmerjena v preverjanje, kakšne so politične prakse mladih in kakšno vlogo pri tem imajo digitalni mediji. Skladno s sorodnimi študijami predpostavljamo, da politični repertoarji mladih nihajo od konvencionalnih do bolj alternativnih oblik političnega delovanja, sprašujemo pa se, na kakšen način svoja politična zanimanja izražajo, kje se o političnih temah informirajo in kako se njihove politične prakse sploh razlikujejo. Splošneje gledano se torej sprašujemo, na kakšne načine digitalne politične prakse sploh vstopajo v volilno bazo dijakov in kakšne distinkcije med njimi se nakazujejo glede na raznolike vzorce političnega angažmaja, ki jih digitalna okolja spodbujajo.

Na drugi strani se sprašujemo, kdo sploh so mladi kot »prvi volivci«. Analiza je na tej ravni usmerjena v identifikacijo podskupine mladostnikov, ki so se odločili za konvencionalno politično participacijo, pri čemer nas zanimajo njihove socio-ekonomske značilnosti in medijske navade, da bi bolje spoznali politične repertoarje prvih volivcev. Predpostavljamo, da se med prve volivce uvršča le manjši del dijaške populacije, ki je tudi sicer politično angažiran, vprašanje pa ostaja, kakšno vlogo imajo pri tem digitalna okolja – ali delujejo kot zaviralni ali spodbujevalni dejavnik pri prvi udeležbi na volitvah? Na ravni podatkov nas zanima tudi, kdo so prvi volivci glede na spol, tip šolanja, izobrazbo staršev in družinske volilne navade ter kje prvi volivci sploh dostopajo do novic?

Metodologija

Omenjena vprašanja preverjamo na večjem vzorcu dijakov iz različnih slovenskih srednjih šol. Empirični del študije smo namreč izvedli na podatkih kvantitativne raziskave v okviru temeljnega raziskovalnega projekta »*Medijski repertoarji mladih*«.² Med aprilom in junijem 2022 je med slovenskimi srednješolci potekala anketna raziskava o apropiacijah digitalnih tehnologij in medijskih navadah v vsakdanjem življenju mladostnikov, katere fokus je bil na identifikaciji medijskih repertoarjev med mladimi. Vprašalnik je zato vključeval več sklopov vprašanj, za namen tukajšnjega prispevka pa se ome-

2 Več o projektu je dostopno na: <https://medijimladih.si/>.

jujemo le na tiste dele, ki omogočajo identifikacijo podatkov o političnem angažmaju mladih: med njimi denimo lahko razberemo, kako pogosto dijaki sploh uporabljajo družbene medije za politične namene in kako se različne oblike političnih aktivnosti manifestirajo skozi digitalne platforme. Nadalje smo v anketi preverjali, ali so se dijaki sploh udeležili volitev v državni zbor aprila 2022 in kdo med njimi so t. i. prvi volivci. Ker se je v manjši meri anketa osredotočila tudi na medijske informativne navade in preferenčne informacijske vire o politično aktualnih temah, lahko vsaj v grobem preverjamo tudi morebitno povezanost med političnimi preferencami in medijskimi navadami mladih. V anketni poizvedbi smo namreč skušali zajeti različne vzorce družbenopolitičnih aktivnosti, v katerih mladi prisostvujejo prek družbenih medijev, pozorni pa smo bili predvsem na njihovo pogostost znotraj vzorca dijakov.

Vzorčni okvir je zajemal 57 šol in šolskih centrov v različnih slovenskih regijah, ki izvajajo srednješolske izobraževalne programe, šole pa so bile vzorčene glede na velikost in izobraževalni program.³ Na vabilo k sodelovanju se je odzvalo 17 srednjih šol, kar predstavlja 30-odstotno stopnjo odzivnosti. Šole so tako izbrale po en razred na letnik in izvedle anketo med poukom, kot jim je to časovno najbolj ustrezalo. Anketiranje je bilo izvedeno prek spleta pod nadzorom izbranega koordinatorja oz. učitelja, ki je poskrbel za rekrutacijo učencev, izvedbo anketiranja in pridobivanje soglasij staršev med mladoletno populacijo.

Opis vzorca in analiza podatkov

Obsežni spletni vprašalnik je bila narejen v sistemu lka, vsaka šola pa je prejela edinstveno povezavo na anketo, ki je v povprečju trajala nekaj manj kot 20 minut.⁴ Ker je bila anketa precej dolga, nobeno od vprašanj ni bilo obvezno; če respondenti na vprašanje niso želeli odgovoriti, so ga izpustili. Na spletni vprašalnik je odgovarjalo 1060 dijakov, v celoti pa jih je na anketo odgovorilo 909. Glede na tip šole smo v vzorec zajeli 33 dijakov poklicno-tehničnih šol

3 Pri tem je treba omeniti, da smo raziskavo izvajali v spomladi 2022, med delnim zaprtjem šol zaradi epidemije s covid-19 in proti koncu šolskega leta, ko so dijaki in učitelji bolj obremenjeni z zaključevanjem ocen, dijaki zaključnih letnikov pa še dodatno z maturo.

4 Več o zasnovi, vzorčenju, poteku in izvedbi celotne raziskave glej poročilo (Oblak Črnič et al., 2023).

(3 % vseh), 52 dijakov srednjih poklicnih šol (5 % vseh), sledi 349 dijakov gimnazij (33 % vseh) in 619 dijakov srednjih strokovnih šol (59 % vseh).

Tematsko so nas zanimala družbenopolitične prakse mladih na treh ločenih ravneh. Najprej analiziramo *različne oblike družbene angažiranosti* prek digitalnih platform, predvsem v smislu njihove intenzivnosti, kjer ločujemo a) civilnodružbeno, b) politično in c) mnenjsko opredeljevanje.⁵ V odnosu do omenjenih praks preverjamo, koliko so posamezne vrste družbenopolitičnega angažmaja med dijaki sploh navzoče in v kolikšni meri so povezane s spolom in programom šolanja. Zato se v analizi podatkov najprej osredotočamo na analizo povezanosti med digitalno politično aktivnostjo in socio-demografskimi lastnostmi vzorca. Te vrste povezanosti preverjamo s testom Hi-kvadrat in statistično povezanostjo med spremenljivkami. V drugem koraku analiziramo *prevladujoče kanale informiranja*,⁶ kjer podobno kot zgoraj preverjamo, kako so posamezne izbire povezane s socio-demografijo, kar analiziramo s testom Hi-kvadrat in statistično značilnostjo med spremenljivkami. V zadnjem koraku identificiramo še morebitne volilne profile med dijaško populacijo: tu najprej preverimo, kdo sploh so prvi volivci,⁷ nato pa z razvrščanjem v skupine identificiramo njihove posebnosti glede na predhodno analizirane spremenljivke.

Podatkov onstran samega vzorca ne moremo posploševati, čeprav je delež respondentov relativno velik. Lahko pa nakažemo specifične politične angažiranosti dijakov tako v smislu njihove interne heterogenosti kot tudi širše.

Družbenopolitične prakse, informacijske izbire in kategorizacija prvih volivcev

Razpravo lahko odpremo z ugotovitvijo, da so mladostniki v zadnji triadi osnovnih šol in med dijaki srednjih šol zagotovo *redni uporabniki družbenih omrežij*. Kot kaže raziskava, je v starosti med 12 in 16 let le 4 % osnov-

5 Vprašanje v anketi se je glasilo: *Ali na družbenih omrežjih počneš morda tudi naslednje: (a) sledim objavam kakšne nevladne organizacije, društva, gibanja, civilne družbe; (b) sledim objavam kakšnega politika, politične stranke ali politične institucije; (c) izražam podporo ali nasprotovanje kakšni politični ideji, stranki, gibanju.*

6 Postavljeno vprašanje v anketi je bilo: *Kako pogosto spremljaš novice o pomembnih dogodkih doma in po svetu preko ...*

7 Dijaki so odgovorili na vprašanje: *Ali si se tudi sam/a udeležil/a volitev v državni zbor?*

nošolcev, ki družbenih medijev ali mobilnih aplikacij sploh ne uporablja; med dijaki, starimi od 14 pa do 22 let, pa je takih le še 2 %.⁸ Vprašanje pa ostaja, kakšno vlogo imajo digitalne platforme pri njihovem političnem informiranju, kako dijaki v digitalnem okolju politično delujejo in kakšne so potencialne socio-demografske specifičnosti politično in družbeno bolj angažirane dijaške skupnosti.

Diferencirani politični angažmaji in kanali novic v digitalnem okolju

Družbene platforme v splošnem niso prostori za precej angažirano politično delovanje mladih, saj praviloma večina dijakov v tukajšnji raziskavi ne sledi niti objavam civilnodružbenih organizacij niti političnih akterjev (Tabela 6.1). Izkaže se, da le dobra tretjina manifestira svoje civilnodružbene aktivnosti s sledenjem objavam nevladnih organizacij, društev ipd., medtem ko objavam političnih strank ali kakšnega politika sledi le dobra petina. Še redkeje se prek družbenih platform dijaki mnenjsko opredeljujejo: skoraj tri četrtine jih namreč nikoli ne izraža podpore ali nasprotovanja kakšni politični ideji, stranki, gibanju, le slaba petina pa jih to počne mesečno ali pogostejše.

Obstajajo pa na ravni omenjenih družbeno-političnih aktivnosti nekatere specifičnosti znotraj dijaške skupnosti glede na spol⁹ in tip srednješolskega programa. Pri vseh omenjenih aktivnostih so fantje izražali pogostejšo vključenost v primerjavi z dekleti (Tabela 6.2), a najbolj angažirani se zdijo respondenti, ki so se opredelili kot drugo (nebinarni). Dijakinje se sicer najbolj od vseh izogibajo mnenjske vključenosti, medtem ko so razlike po spolu v odnosu do civilnodružbene vključenosti zanemarljive. Statistično značilne razlike med spoloma je tako zaznali pri politični aktivnosti v obliki sledenja *objavam kakšnega politika*, kar letno počne 10 % več dijakov ($X^2 = 11,500$; sig = 0,02). Podobno velja pri mnenjski vključenosti, kjer je med dijaki dobra tretjina aktivna vsaj nekajkrat na leto, med dijakinjami pa je takšna le dobra petina (22 %). Razlika med spoloma je statistično značilna ($X^2 = 17,472$; sig = 0,00). Glede na *izobraževalni*

8 Podrobnejši rezultati o okoliščinah, razlogih in praksah uporabe digitalnih platform so dostopni v dveh nedavnih poročilih kvantitativne raziskave (Oblak Črnič et al., 2023a in Oblak Črnič et al., 2023b).

9 Odgovore respondentov, ki so se opredelili kot nebinarni, sicer predstavljamo, vendar jih obravnavamo s previdnostjo, saj je vzorec veliko manjši od teh, ki so se opredelili na binarni lestevici in ne moremo z zanesljivostjo sklepati na dijaško populacijo nebinarno opredeljenih.

program ugotavljamo, da so dijaki programov nižje zahtevnosti – predvsem srednjega poklicnega in poklicno tehničnega izobraževanja - digitalno bolj aktivni kot dijaki srednjega strokovnega in gimnazijskega izobraževanja, vendar je tudi tu treba opozoriti, da je vzorec prvih dveh izobraževalnih programov precej manjši od drugih dveh (glej Tabelo 6.3). Vse izobraževalne skupine so pričakovano najbolj aktivne v civilno-družbenih digitalnih okoljih, najmanj v izražanju podpore ali nasprotovanju kakšni politični ideji, stranki, gibanju. V vseh aktivnostih so glede na tip izobraževanja najbolj aktivni dijaki srednjega poklicnega izobraževanja in najmanj dijaki srednjega strokovnega izobraževanja.

Tabela 6.1: Družbenopolitična vključenost dijakov v digitalnih okoljih

Družbenopolitična vključenost	Indikator	Odgovori	n	%
Civilnodružbena	Sledim objavam kakšne nevladne organizacije, društva, gibanja, civilne družbe	Nikoli	446	50,7 %
		Letno	129	14,7 %
		Mesečno ali pogosteje	304	34,6 %
Politična	Sledim objavam kakšnega politika, politične stranke ali politične institucije	Nikoli	537	61,4 %
		Letno	134	15,3 %
		Mesečno ali pogosteje	203	23,2 %
Mnenjska	Izražam podporo ali nasprotovanje kakšni politični ideji, stranki, gibanju	Nikoli	640	73,1 %
		Letno	82	9,4 %
		Mesečno ali pogosteje	153	17,5 %

Vir: Avtorski prikaz.

Tabela 6.2: Družbenopolitična vključenost glede na spol

		Dijaki		Dijakinje		Nebinarni	
		n	%	n	%	n	%
Civilnodružbena	Nikoli	190	48,5 %	244	53,6 %	12	38,7 %
	Letno	55	14,0 %	67	14,7 %	6	19,4 %
	Mesečno ali pogosteje	147	37,5 %	144	31,6 %	13	41,9 %
Politična	Nikoli	220	56,7 %	300	65,9 %	17	56,7 %
	Letno	62	16,0 %	69	15,2 %	3	10,0 %
	Mesečno ali pogosteje	106	27,3 %	86	18,9 %	10	33,3 %
Mnenjska	Nikoli	267	68,8 %	355	78,0 %	17	54,8 %
	Letno	36	9,3 %	41	9,0 %	5	16,1 %
	Mesečno ali pogosteje	85	21,9 %	59	13,0 %	9	29,0 %

Vir: Avtorski prikaz.

Tabela 6.3: Družbenopolitična vključenost glede na srednješolski program

		Srednji poklicni in poklicno-tehnični (3 + 2)		Srednji strokovni (4-letni)		Gimnazijski (4-letni)	
		N	%	n	%	N	%
Civilnodružbena	Nikoli	28	42,20 %	289	54,90 %	128	44,90 %
	Letno	8	12,10 %	78	14,80 %	43	15,10 %
	Mesečno ali pogosteje	30	45,50 %	159	30,20 %	114	40,00 %
Politična	Nikoli	38	53,00 %	343	65,50 %	158	56,00 %
	Letno	8	12,10 %	76	14,50 %	50	17,70 %
	Mesečno ali pogosteje	23	34,80 %	105	20,00 %	74	26,20 %
Mnenjska	Nikoli	38	57,60 %	399	76,10 %	202	70,90 %
	Letno	4	6,30 %	42	8,00 %	36	12,60 %
	Mesečno ali pogosteje	22	34,40 %	83	15,80 %	47	16,50 %

Vir: Avtorski prikaz.

Kar se vzorcev informiranosti tiče, dijaki novice najpogosteje spremljajo prek družbenih medijev in vrstnikov, najredkeje pa prek učiteljev in mentorjev (glej Tabela 6.4). *Vrstniki in družbena omrežja so najpomembnejši viri aktualnih novic med mladimi.* Podobno vlogo posrednika do aktualnih dogodkov imajo tudi družine – predvsem starši in sorojenci. Bistveno redkeje pa se dijaki informirajo prek televizije, iz časopisov in z radia: tedensko ali pogosteje tam vendarle spremlja novice več kot tretjina vprašanih (37 %).

Tabela 6.4: Prevladujoči kanali novic in informiranja

Spremljanje novic prek:	Nikoli		Letno		Mesečno		Tedensko		Dnevno	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
televizije, radia, časopisov (tudi online)	189	21,50 %	136	15,50%	231	26,30%	214	24,30%	110	12,50%
družbenih omrežij, aplikacij	96	10,90 %	61	6,90%	155	17,70%	269	30,60%	297	33,80%
vrstnikov, prijateljev, sošolcev	92	10,60 %	54	6,20%	153	17,50%	297	34,10%	276	31,70%
staršev, sorojencev	115	13,10 %	64	7,30%	168	19,20%	298	34,10%	230	26,30%
učiteljev, mentorjev, trenerjev	253	28,90 %	129	14,70%	212	24,20%	192	21,90%	89	10,20%

Vir: Avtorski prikaz.

Analiza glede na *spol* pokaže, da dijakinje v bistveno večji meri spremljajo novice prek vrstnikov in prijateljev: medtem ko to počne skoraj

tri četrtnine (73 %) dijakinj, je takih dijakov bistveno manj (59 %), razlika med skupinama pa je statistično značilna ($X^2 = 31,605$; sig = 0,00). Prav tako dijakinje v precej večji meri spremljajo novice prek družinskih članov: to počne 65 % dijakinj in slaba polovica (56 %) dijakov ($X^2 = 22,407$; sig = 0,00). Tudi glede na *izobraževalni program* je opaziti nekaj razlik v načinih informiranja.¹⁰ V splošnem gimnazijci spremljajo novice pogostejše prek vseh navedenih medijev kot ostali, razlike v spremljanju novic med *gimnazijci in srednjim strokovnim programom* pa so statistično značilne pri klasičnih medijskih kanalih ($X^2 = 11,395$; sig = 0,02), kar počnejo gimnazijci v večji meri kot dijaki preostalih srednjih šol. Tudi *spremljanje novic prek družbenih omrežij* je v domeni gimnazijcev: med njimi je skoraj tri četrtnine takih, ki to počnejo vsaj nekajkrat na teden (73 %), medtem ko je med dijaki srednjih strokovnih programov takih 62 % ($X^2 = 15,232$; sig = 0,00). Prav tako gimnazijci v večji meri *spremljajo novice prek vrstnikov*: vsaj tedensko novice spremlja na ta način 76 % gimnazijcev; med dijaki srednjih strokovnih programov pa dobrih 13 % manj – natančneje, 63 % ($X^2 = 16,508$; sig = 0,02). Sklenemo torej lahko, da gimnazijska okolja zasedajo na splošno bolj raznoliko informirani dijaki, primerjaje z drugimi srednješolskimi programi.

Zato smo preverili, ali obstaja morebitna povezanost tudi med doseženo izobrazbo staršev in načini informiranja dijakov in ugotovili, da tovrstnih razlik ni, *je pa nekaj razlik glede na politično aktivnost staršev*. Dijaki, katerih starši so se denimo udeležili zadnjih volitev v državni zbor, bolj aktivno spremljajo novice prek klasičnih medijev – televizije, radia, časopisov ($X^2 = 26,586$; sig = 0,00), a tudi prek družbenih omrežij ($X^2 = 25,839$; sig = 0,00), vrstnikov ($X^2 = 28,518$; sig = 0,00) ter družinskih članov ($X^2 = 18,325$; sig = 0,02). Tu se torej že nakazujeta pomen in vloga družinskega okolja pri spodbujanju stika z aktualnimi političnimi dogodki, ki dijake očitno dosežejo v večji meri v družinah, kjer so politično angažirani tudi starši, vsaj v obliki udeležbe na volitvah. Zato nas je v naslednjem koraku zanimalo, kdo so med dijaki potencialni prvi volivci.

10 A ker je število dijakov, ki obiskujejo srednji poklicni in poklicno tehnični program nizko, smo primerjali le gimnazijce in dijake srednjih strokovnih izobraževalnih programov, podatki za srednji poklicni program in poklicno tehnični program pa so izključno informativne narave.

Kdo sploh so »prvi« volivci?

Da bi odgovorili na zastavljeno vprašanje smo vzorec zožili in v analizi upoštevali le tiste dijake, ki so *dopolnili 18 ali več let* in imeli možnost udeležbe aprilskih volitev v državni zbor. V pridobljenem podvzorcu je tako ostalo 231 vprašanih: od teh je 101 dijak, 117 dijakinj in 13 takih, ki so se opredelili kot drugo (nebinarni). Izkaže se, da se jih je kar *tri četrtnine udeležilo državnozbornih volitev*,¹¹ pri tem po spolu ni bistvenih razlik (Tabela 6.5).

Tabela 6.5: Prvi volivci glede na spol

		Dijak		Dijakinja		Nebinarni	
		n	%	n	%	n	%
Ali si se tudi sam/a udeležil/a volitev v državni zbor?	da	77	76,2 %	88	75,2 %	7	53,8 %
	ne	24	23,8 %	29	24,8 %	6	46,2 %

Vir: Avtorski prikaz.

Razlike pa so *glede na izobraževalni program*: volitev se je namreč udeležilo več gimnazijcev (89 %) kot dijakov srednjega strokovnega izobraževalnega programa (70 %) in poklicno tehničnega programa (70 %) ($X^2 = 6,923$; sig = 0,01). Prav tako so se volitev v večji meri udeležili *dijaki, katerih starši so se tudi udeležili volitev* (glej Tabelo 6.6): takih je kar 86 % dijakov, medtem ko je med dijakji, katerih starši se volitev niso udeležili, takih le 38 %. ($X^2 = 152,153$; sig = 0,00).

Tabela 6.6: Prvi volivci glede na volilno udeležbo staršev

		Ali so se tvoji starši udeležili volitev v državni zbor letos aprila?					
		Da		Ne		Ne vem	
		n	%	n	%	n	%
Ali si se tudi sam/a udeležil/a volitev v državni zbor?	da	153	86,0 %	12	37,5 %	7	35,0 %
	ne	25	14,0 %	20	62,5 %	13	65,0 %

Vir: Avtorski prikaz.

Glede na politične aktivnosti dijakov na družbenih omrežjih pa se po pričakovanjih kaže, da so pravi volivci tam bolj aktivni (glej Tabelo 6.7): 41 % prvih volivcev sledi objavam kakšne nevladne organizacije, društva,

11 Podatki za celoten vzorec so sicer precej drugačni, saj je udeležencev na volitvah 26 %, 74 % vprašanih pa se volitev ni udeležilo.

gibanja, civilne družbe, medtem ko je v skupini nevolivcev takih le 29 % ($X^2 = 6,573$; sig = 0,04). Prav tako prvi volivci v večji meri spremljajo politične objave (30 % vs. 19 %), podobno pa velja za izražanje (ne)podpore kakšni politični ideji, stranki, gibanju (24 % vs 13 %). Vendar razlike med skupinama na nobeni od teh ravni niso statistično značilne.

Tabela 6.7: Prvi volivci glede na družbenopolitično vključenost

		Ali si se tudi sam/a udeležil/a volitev v državni zbor?			
		Da		Ne	
		n	%	N	%
Civilnodružbena	Nikoli	67	39,4 %	34	58,6 %
	Letno	34	20,0 %	7	12,1 %
	Mesečno ali pogosteje	69	40,6 %	17	29,3 %
Politična	Nikoli	83	48,8 %	39	67,2 %
	Letno	35	20,6 %	8	13,8 %
	Mesečno ali pogosteje	52	30,6 %	11	19,0 %
Mnenjska	Nikoli	113	66,5 %	44	75,9 %
	Letno	16	9,4 %	6	10,3 %
	Mesečno ali pogosteje	41	24,1 %	8	13,8 %

Vir: Avtorski prikaz.

Če povzamemo: *nastajajoče volilno telo je po spolu manj diferencirano*, kot so ga nakazovale družbenopolitične prakse na vzorcu vseh dijakov, prav tako prvih volivcev ne ločuje vrsta političnega udejstvovanja, čeprav se nakazuje, da so politično bolj angažirani od dijakov, ki na volitvah niso participirali. *Distinkcije* med skupinama pa bolj nakazujeta *tip srednješolskega programa in družinska politična socializacija*. Volilne prakse staršev delujejo spodbujevalno: vsaj v zgodnjih korakih srečevanja s konvencionalnim ritualom se pokaže, da je starševska participacija na volitvah lahko vzorec političnega delovanja, ki ga ponovijo tudi prvi volivci. Podatki pa globljih sklepanj o razlogih za tako povezanost tega ne dovoljujejo. Digitalni mediji na drugi strani nimajo tako enoznačne zveze, zato bi težko trdili, da je politično delovanje v spletnih okoljih spodbujevalno niti zaviralno za prvo udeležbo na volitvah.

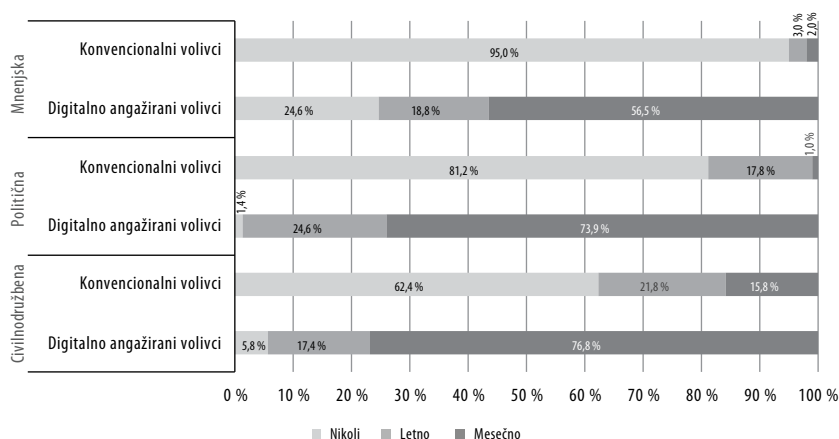
Družbenopolitična vključenost in informiranost prvih volilcev

V zadnjem koraku smo se usmerili še v analizo prepletanja omenjenih spremenljivk in skušali na ta način podrobneje identificirati morebitne specifičnosti prvih volivcev. Pod drobnogled smo zato vzeli še manjši podvzorec dijakov, torej zgolj tiste, ki so se na državnoborskih volitvah aprila 2022 *dejansko udeležili volitev*.

Za razvrščanje volivcev smo uporabili spremenljivke, ki so že na celotnem vzorcu dijakov nakazovale določene distinkcije: predvsem tip srednješolskega izobraževanja, intenzivnost in obliko političnega delovanja ter udeležbo staršev na volitvah. Izvedli smo hierarhično metodo razvrščanja, kjer smo identificirali dve podskupini volivcev.¹² Identificirali smo dve kategoriji »prvih volivcev«: manjšo skupino *»digitalno angažiranih volivcev«* (41 %) in večjo skupino *»konvencionalnih volivcev«* (59 %). Spolna zastopanost obeh skupin je interno zelo podobna – v obeh je namreč več kot polovica dijakinj, večjo razliko med skupinama pa kažejo njihove prevladujoče družbenopolitične aktivnosti (Slika 6.1). Digitalno angažirani volivci se namreč v veliko večji meri politično udeležujejo na družbenih omrežjih: dobre tri četrtine (77 %) jih mesečno deluje skozi civilno-družbene prakse ter podoben delež tudi politično (74 %), nekaj več kot polovica (57 %) pa se jih v digitalnih platformah mnenjsko opredeljuje. Skupina konvencionalnih prvih volivcev je temu državljanskemu stilu diametralno nasprotna, saj tu prevladujejo dijaki, ki digitalnih okolij v politične namene sploh ne prakticirajo: dve tretjini (62 %) jih ne deluje civilnodružbeno, še več, kar 81 % pa ne politično in skorajda nihče v tej skupini se mnenjsko ne opredeljuje (95 %).

12 Pri tem smo uporabili hierarhično razvrščanje v skupine (konkretnije Wardovo metodo in kvadrat Evklidske razdalje), v nadaljevanju pa smo za razvrščanje po izbranih spremenljivkah uporabili metodo voditeljev (metoda K-means).

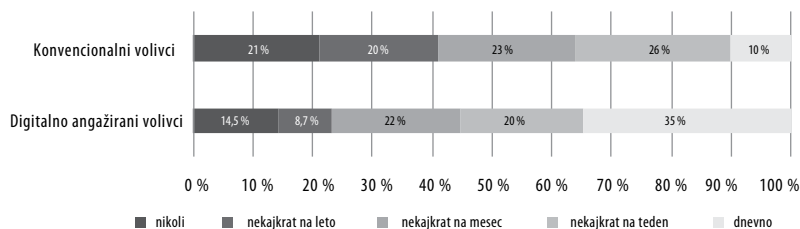
Slika 6.1: Prvi volivci glede na družbenopolitično vključenost



Vir: Avtorski prikaz.

Glede na tip srednješolskega izobraževanja je med digitalno angažiranimi prvimi volivci največ dijakov *srednjega strokovnega programa in gimnazijcev*, a slika je med konvencionalnimi volivci praktično identična; razlike glede na vrsto srednješolskega programa namreč niso statistično značilne. Bolj pa preseneča, da se skupini prvih volivcev bistveno ne razlikujeta glede preferenčnih vzorcev medijskega informiranja. Statistično značilno razliko smo zaznali zgolj pri spremljanju *klasičnih medijev* (televizija, radio, časopis), kjer se digitalno angažirani volivci v primerjavi s konvencionalnimi informirajo bistveno pogosteje ($X^2 = 17,389$; $\text{sig} = 0,00$): dobra tretjina teh (35 %) to počne celo dnevno (glej Slika 6.2).

Slika 6.2: Prvi volivci in spremljanje novic prek klasičnih medijev (tv, radia in tiska)



Vir: Avtorski prikaz.

Imajo pa na diferenciacijo obeh skupin prvih volivcev zanimiv učinek družinske volilne prakse: med konvencionalneži je namreč rahlo *večji delež dijakov, katerih starši so se udeležili volitev* (93 %), medtem ko je v skupini digitalno angažiranih prvih volivcev takih staršev malce manj 84 % ($X^2 = 6,396$; $\text{sig} = 0,04$). Zdi se, da *digitalno angažirane prve volivce bolj definirajo lastni medijski repertoarji in politične prakse, medtem ko konvencionalne prve volivce bolj determinira obstoječa družinska politična kultura.*

Diskusija in sklep

Pričujoča študija na vzorcu slovenskih dijakov nudi več zanimivih izhodišč za razpravo o tem, kakšni so dijaki kot politični subjekti, kakšno vlogo imajo pri tem digitalni mediji in predvsem, kdo med njimi sploh so potencialni prvi volivci. Odgovori niso enoznačni in prej kažejo na pomen intersekcijske obravnave tovrstnih dilem, saj prihaja ponekod do jasnejših odnosov med obravnavanimi fenomeni, ki se pa v posameznih niansah razblinijo. Zdi se, da se kot distinktivna parametra mladostnikov na ravni digitalnega političnega angažmaja kažeta predvsem spol in izobraževalni program, medtem ko za druge – denimo izobrazba staršev, način bivanja, ekonomski kapital - tovrstne povezanosti težje potrdimo. Ker pa gre za pretežno opisne podatke, ki statistično značilne povezave zgolj nakazujejo, velja tudi vlogo spola in izobraževalnega programa na tem mestu interpretirati z zadržkom.

Bolj trdno sklepanje se kaže na drugi ravni, in sicer, da je za razumevanje dijakov kot političnih državljanov nujno prepoznati njihove vzorce informiranja in delovanja v sodobnih medijskih okoljih: načini in intenziteta njihove informiranosti so namreč notranje diferencirani, prav tako kot tudi vzorci in intenzivnost političnega delovanja. Dekleta denimo konzumpcijo novic prakticirajo kot socialno in družbeno prakso, na spletu pa politično niso tako angažirane, kot poročajo fantje. Kar pa ne pomeni, da deklet med prvimi volivkami ni. Glede na izobraževalna okolja se gimnazijci zdijo najbolj pluralno informirana skupina dijakov. Kot pomemben spodbujevalni dejavnik informiranosti dijakov nastopajo njihovi starši – aktivnejši kot so starši na volitvah, večja bo verjetnost, da bodo tudi prvi volivci spremljali aktualne novice. Vendarle tega ne počnejo vsi dijaki na istih kanalih. Razmerja med digitalno politično prisotnostjo, informiranjem in političnem ozadjem družin so namreč bolj kompleksna in še zdaleč ne enoznačna.

Logičen korak v analizi je bil zato premislek, kdo sploh so prvi volivci med dijaki in kako se na to odločitev vežejo njihove prakse informiranja in javno-političnega delovanja v digitalnih okoljih. Ugotovili smo, da se je med vsemi respondenti, ki so aprila 2022 dosegali pogoje volivca, kar 75 % volitev tudi udeležilo. Tako visokega rezultata nismo pričakovali. A obenem študija pokaže, da dijaško volilno telo ni tako izrazito diferencirano niti po spolu niti po vzorcih političnega udejstvovanja. Dejavnika, ki bolj razlikujeta prve volivce od nevolivcev, pa sta *program izobraževanja in družinska politična socializacija*. Digitalni mediji torej ne nastopajo niti kot zaviralni niti kot spodbujevalni dejavnik volilnega angažmaja prvih volivcev, saj v ospredje stopijo druge bolj pomembne okoliščine: predvsem obstoječe družinske politične kulture, kjer volilno abstinenčni starši ne povečujejo dijaškega upora k še več volitvam, temveč prej velja obratno. Šole na drugi strani odstirajo politične profile prvih državljanov le delno, kar nakazuje, da se tudi na ravni srednješolskih izbir kažejo nekatere »politične« distinkcije med dijaki, a te bi veljalo bolj poglobljeno proučiti. Lahko pa sklenemo, da je podoba »prvih« volivcev heterogena tako glede na izobraževalni program dijakov, vzorce njihove politične aktivnosti, starševsko udeležbo na volitvah kot tudi glede na prevladujoče vzorce in kanale informiranja. Če pa prve volivce pogledamo še podrobneje, identificiramo na eni strani večjo skupino t. i. konvencionalnežev, ki so v spletnih okoljih manj družbenopolitično aktivni in katerih starši so se sicer udeležili volitev, a se o aktualnih novicah prek klasičnih medijev ne informirajo. Prav tako se prek digitalnih omrežij politično ne udejavljajo. Na drugi strani so digitalno angažirani prvi volivci, ki poleg spletnih nadpovprečno konzumirajo ravno klasične novičarske medije. Če torej digitalna okolja ne razlikujejo toliko volivcev od nevolivcev, pa ločnico ustvarjajo znotraj samih prvih volivcev, kar velja podrobneje nasloviti tudi v prihodnjem raziskovanju.

Digitalni mediji imajo namreč po Boulianne in Theocharis (2020) pomembno vlogo v družbenem življenju mladostnikov, vendar je ta odvisna od načinov, kako digitalne medije uporabljajo in za kakšne namene.¹³ Morda pa je tukajšnja razprava primerljiva z nizozemsko raziskavo »prvih volivcev« v času evropskih parlamentarnih volitev (Moeller et al., 2018), ki je podobno

13 Izhodišča tukajšnje študije so tako le delno primerljiva z dansko raziskavo (Ohme, 2019), ki je na vzorcu 1322 polnoletnih respondentov analizirala povezanost med informativnimi rabami družbenih medijev, spletnim dostopom do novic in kreativnimi oblikami izražanja na spletu s politično participacijo, saj se je naša razprava omejila le na podskupino mladostnikov, ki svoje državljanske orientacije šele oblikujejo. Direktna primerjava ugotovitev obeh študij zato niti ni na mestu.

kot naša potrdila, da izpostavljenost novicam deluje spodbujevalno na volilno udeležbo mladih, vendar zgolj v primeru spremljanja digitalnih novic, ne pa tudi branja ali gledanja novic v tradicionalnih medijih (Moeller et al., 2018: 457). Večji učinek digitalnih novic avtorji študije pojasnjujejo z večjim občutkom učinkovitosti spletnih medijev znotraj te starostne skupine (Holt et al., 2013), ki pa je posledica večje motivacije in nadzora, ki ga imajo mladi pri potrošnji digitalnih medijev: ker mladostniki dostop do digitalnih novic izbirajo sami na njim lastnih napravah, je takšen »samo-selekcijski proces« ključen tudi pri začetnem formiranju njihovih političnih identitet.

Ker so torej digitalni mediji že zatresli razumevanja participacije v javnem in političnem življenju, kar se pomenljivo potrjuje tudi znotraj različnih režimov delovanja prvih volivcev med mladimi, je v prihodnje potrebno nameniti še več pozornosti konkretnim kontekstom medijskih in digitalnih rab in pomenom, ki jih nosijo znotraj formiranja njihovih političnih identitet. Predvsem bi bilo smiselno več navora usmeriti v iskanje odgovorov na vprašanja, kako mladi medije sploh uporabljajo v politične namene in kako skozi njih signalizirajo svoja politična stališča, kdaj in v odnosu do katerih političnih tem. Tudi v tej luči manjka bolj poglobljenih študij: kaj je tako unikatnega v digitalnih medijih kot prostorih za izmenjavo političnih informacij, mnenj in pripadajočih aktivnosti (Martin, 2014), da med nekaterimi deli mladih pritegnejo tudi njihovo politično angažiranost in za katere skupine mladih to velja. S tem bi pridobili bolj celovit vpogled v politične repertoarje mladostnikov, predvsem na ravni njihovih političnih praks, medijskih izbir, ki so z njimi povezane, in dejanske volilne preference. Omenjeno pa velja kontekstualizirati tako znotraj družinskih kot tudi edukacijskih okolij, ki imajo, kot smo tu vsaj delno nakazali, pri formiranju političnih identitet mladostnikov vendarle specifično vlogo.

Van Deeth (2001) je sicer že pred dvema desetletjema sintetiziral ključne premike v raziskovanju repertoarjev politične participacije (glej tudi v Weiss, 2020: 3): če je obdobje od 1940 do 1950 zaznamoval fokus na volilne prakse in volilne kampanje in so bila zgodnja 60. leta še čas konvencionalnih oblik politične participacije, se je v sredini 70. let razširila pozornost na nekonvencionalne aktivnosti, kot so protesti, nova družbena gibanja ipd. Kasneje, v 90. letih, se je repertoar politične participacije »okrepil« z raziskovanjem civilno-družbenih aktivnosti, kot so denimo prostovoljstvo in ostale oblike družbene angažiranosti. Dandanes naj bi se raziskovanje političnih repertoarjev bistveno bolj usmerjalo na neinstitucionalne strukture in individualizirane forme delovanja, še posebej pa na funkcije in vlogo digitalnih prostorov. Tudi v tem kontekstu prinašajo rezultati tukajšnje študije določene nove uvide o politični

participaciji mladih. V konceptualnem smislu je tukajšnja študija tako pritrdila tistim razpravam (Martin, 2014; Boulianne, 2020; Pušnik in Banjac, 2022), ki opozarjajo na prepotrebno razširitev razumevanja politične participacije in ki raziskovanje političnih repertoarjev usmerjajo na presečišča družbenih domen v navezavi na navzkrižne medijske prakse (glej Oblak Črnič et al., 2022). Študije so denimo že pokazale povezavo med repertoarjem novic in politično participacijo (Geers in Vliegenthart, 2021), in kot trdijo Peters in drugi (2022: 8), so vprašanja o mladih, novicah in njihovih afektivnih nagnjenjih do njihovega uživanja povezana z vprašanji življenjskega prehoda, družbene stratifikacije, kulturne usmerjenosti in državljanstva. Tukajšnje ugotovitve pa nadalje nakazujejo potrebo po razvijanju okoliščin za večjo družbeno vključenost mladih in ustvarjanje spodbud za politično delovanje tudi znotraj digitalnih repertoarjev. Ali kot pravita Boulianne in Theocharis (2020: 123):

Mlade velja spodbuditi k branju spletnih novic in h komentiranju dogodkov, in ko najdejo temo, ki jih zanima, jih velja povezati z relevantnimi družbenimi skupinami in z njimi sodelovati pri številnih aktivnostih, od prostovoljstva, podpisovanja peticij, kontaktiranja uradnih oseb, glasovanja ipd. (Boulianne in Theocharis, 2020: 123).

Zaradi vsenavzočnosti digitalnih tehnologij in velike izbire digitalnih platform je namreč sodobna medijska potrošnja mladostnikov preseljena iz klasičnih kanalov distribucije novic v korporativna medijska omrežja. Informacije in dogodki o političnih tematikah mlade prej kot prek tradicionalnih medijev dosežejo prek številnih digitalnih omrežij, pogosto povsem naključno in nepričakovano (Jontes et. al., 2023). Gre namreč za okolja, ki jih že v času odraščanja intenzivneje naseljujejo prek lastnih visoko personaliziranih pametnih naprav, skozi katere formirajo svojo občutljivost tudi za širše družbene in politične teme. Takšne medijske spremembe in načini dostopa do političnih tem pa gotovo vnašajo tudi nove izzive za proučevanje mladih kot nastajajočih se državljanov.

Literatura

- Bauerlein, Mark (2008): *The Dumbest Generation: How the Digital Age Stupefies Young Americans and Jeopardizes Our Future*. New York: Penguin.
- Behling, Dorothy (1985): Fashion change and demographic: a model. *Clothing and Textiles Research Journal* 4 (1): 18–24.
- Boulianne, Shelley (2015): Social media use and participation: a meta-analysis of current research. *Information, Communication & Society* 18(5): 524–538.
- Boulianne, Shelley (2020): Twenty years of digital media effects on civic and political participation. *Communication Research* 47(7): 947–966.
- Boulianne, Shelley in Yannis Theocharis (2020): Young people, digital media and engagement: A meta-analysis of research. *Social Science Computer Review* 38 (2): 111–127.
- Boyd, Danah (2014): *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Buckingham, David (2014): Selling Youth: The Paradoxical Empowerment of the Young Consumer. V: David Buckingham (ur.), Sara Bragg (ur.) in Mary Jane Kehily (ur.), *Youth Cultures in the Age of Global Media*, 202–224. Basingstoke: Palgrave MacMillan.
- Clark, Schofield Lynn in Regina Marchi (2017): *Young People and the Future of News*. Cambridge University Press.
- Cohen, J. Cathy, Joseph Kahne, Benjamin Bowyer, Ellen Middaugh in Jon Rogowski (2012): *Participatory Politics: New Media and Youth Political Action*. Oakland: Youth and Participatory Politics Research Network.
- Dinas, Elias (2014): Does Choice Bring Loyalty? Electoral Participation and the Development of Party Identification. *American Journal of Political Science* 58 (2): 449–465.
- Ekman, Joakim in Erik Amnå (2012): Political Participation and Civic Engagement: Towards a New Typology. *Human Affairs* 22 (3): 283–300.
- Ekström, Mats (2015): Young people's everyday political talk: a social achievement of democratic engagement. *Journal of Youth Studies* 19 (1): 1–19.
- Geers, Sabine in Rens Vliegthart (2021): Being inside or outside the virtuous circle: How news media repertoires relate to political participation repertoires. *International Journal of Communication* 15: 3719–3739.
- Heiss, Raffael in Jörg Matthes (2019): Does incidental exposure on social media equalize or reinforce participatory gaps? Evidence from a panel study. *New Media & Society* 21 (11–12): 2463–2482.

- Holt, Kristoffer, Adam Shehata, Jesper Strömbäck in Elisabet Ljungberg (2013): Age and the effects of news media attention and social media use on political interest and participation: Do social media function as leveller? *European Journal of Communication* 28 (1): 19–34.
- Jenkins, Henry, Mizuko Ito in Danah Boyd (2016): *Participatory Culture in a Networked Era: A Conversation on Youth, Learning, Commerce, and Politics*. Cambridge: Polity Press.
- Jontes, Dejan, Tanja Oblak Črnič in Breda Luthar (2023): Conceptualising liveness and visibility in the news repertoires of adolescents in a polymedia environment. *Media and Communication* 11 (4): 1–11.
- Livingstone, Sonia (2014): The mediatization of childhood and education: Reflections of The Class. V: Leif Kramp (ur.), Nico Carpentier (ur.), Andreas Hepp (ur.), Ilija Tomanić Trivundža (ur.), Hannu Nieminen (ur.), Risto Kunelius (ur.), Tobias Olsson (ur.), Ebba Sundin (ur.) in Richard Kilborn (ur.), *Media Practice and Everyday Agency in Europe*, 55–68. Bremen: Edition Lumière.
- Luthar, Breda, Maruša Pušnik in Dejan Jontes (2022): Branje v polimedijskem okolju in (nove) oblike generacijske subjektivizacije. *Družboslovne razprave* 37 (100): 85–108.
- Martin, Jason A. (2014): Mobile media and political participation: defining and developing an emerging field. *Mobile media & Communication* 2 (2): 173–195.
- Mencin, Metka in Nina Perger (2022): Lgbtq+ gibanja mladih in vznikanje političnosti. V: Tomaž Pušnik (ur.) in Marinko Banjac (ur.), *Politična participacija mladih onkraj volitev*, 185–205. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Mihailidis, Paul (2014): *Media Literacy and the Emerging Citizen*. New York: Peter Lang.
- Moeller, Judith, Rinaldo Kuhne in Claes de Vreese (2018): Mobilizing youth in the 21st century: How digital media use fosters civic duty, information efficacy, and political participation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 62 (3): 445–460.
- Oblak Črnič, Tanja (2022): Politični repertoarji mladih: Nekonvencionalnost v participaciji in medijski vključenosti. V: Tomaž Pušnik (ur.) in Marinko Banjac (ur.), *Politična participacija mladih onkraj volitev*, 89–117. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Oblak Črnič, Tanja, Katja Koren Ošljak in Nika Šušterič (2022): Medijski repertoarji v času navzkrižnih medijskih praks: študija med osnovnošolci in dijaki. *Družboslovne razprave* 37 (100): 23–54.
- Oblak Črnič, Tanja, Barbara Brečko, Katja Koren Ošljak in Jure Plaskan (2023a): *Medijska kultura in digitalni vsakdan mladih. Del 1, Prisotnost, rabe in regulacija digitalnih tehnologij v družinah in šolah: poročilo raziskave v okviru ARRS projekta Medijski repertoarji mladih (J5-2564)*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede, Založba FDV.

- Oblak Črnič, Tanja, Dejan Jontes, Nika Šušterič, Katja Koren Ošljak in Jure Plaskan (2023b): Medijska kultura in digitalni vsakdan mladih. Del 2, Mediji, branje in prosti čas v času družbenih platform: poročilo raziskave v okviru ARRS projekta Medijski repertoarji mladih (J5-2564). Ljubljana: Fakulteta za družbene vede, Založba FDV.
- Ohme, Jakob (2019): Updating citizenship? The effects of digital media use on citizenship understanding and political participation. *Information, Communication & Society* 22 (13): 1903–1928.
- Park, Chang Sup in Barbara K. Kaye (2020): What's this? Incidental exposure to news on social media, news-finds-me perception, news efficacy, and news consumption. *Mass Communication & Society* 23 (2): 157–180.
- Peters, Chris, Kim Christian Schröder, Josephine Lehaff in Julie Vulpus (2022): News as They Know It: Young Adults' Information Repertoires in the Digital Media Landscape. *Digital Journalism* 10 (1): 62–86.
- Prandner, Dimitri in Christoph Glatz (2021): News repertoires and information behavior in Austria – What is the role of social inequality? *Österreich Z Soziol* 46: 45–67.
- Prior, Markus (2007): Post-Broadcast Democracy: How Media Choice Increases Inequality in Political Involvement and Polarizes Elections. Cambridge: Cambridge University Press.
- Pušnik, Tomaž in Marinko Banjac (2022): Razsežnosti raziskovanja politične participacije mladih onkraj volitev. V: Tomaž Pušnik (ur.) in Marinko Banjac (ur.): *Politična participacija mladih onkraj volitev*, 1–20. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Rekker, Roderik (2022): Young Trendsetters: How Young voters Fuel Electoral Volatility. *Electoral Studies* 75: 102425.
- Schlozman, Kay Lehman, Sidney Verba in Henry E. Brady (2010): Weapon on the Strong? Participatory Inequality and the Internet. *Perspective on Politics* 8 (2): 487–509.
- Skoric, Marko M., Qinfeng Zhu, Debbie Goh in Natalie Pang (2016): Social Media and Citizen Engagement: A meta-analytic review. *New Media & Society* 18 (9): 1817–1839.
- Smith, Tom W. (1994/2008): Generational Differences in Musical Preferences. *Popular Music and Society* 18 (2): 43–59.
- Tepež, Karla (2022): Od kulturnega upora do gradnje skupnosti: protestna umetnost kot prostor prefiguracij političnih aspiracij mladih. V: Tomaž Pušnik (ur.) in Marinko Banjac (ur.), *Politična participacija mladih onkraj volitev*, 206–225. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Theocharis, Yannis in Will Lowe (2016): Does Facebook Increase Political Participation? Evidence from a Field Experiment. *Information, Communication & Society* 19 (10): 1465–1486.

- Thorson, Kjerstin (2011): Sampling from the Civic Buffet: Youth, New Media and Do-It Yourself Citizenship. V: Michael Thomas (ur.), *Deconstructing Digital Natives*, 3–22. New York, London: Routledge.
- Thorson, Kjerstin in Chris Wells (2015): Curated Flows: A Framework for Mapping Media Exposure in the Digital Age. *Communication Theory* 26 (3): 309–328.
- van Deeth, Jan W. (2001): Studying Political Participation. Paper presented at the Joint Session of Workshops of European Consortium for Political Research. Grenoble: ECPR.
- van der Brug, Wouter in Mark N. Franklin (2017): Generational Replacement: Engine of Electoral Change. V: Justin Fisher (ur.), Edward Fieldhouse (ur.), Mark N. Franklin (ur.), Rachel Gibson (ur.), Marta Cantijoch (ur.) in Christopher Wlezien (ur.), *The Routledge Handbook of Elections, Voting Behavior and Public Opinion*, 429–442. London: Routledge.
- van Dijck, Jose (2013): *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford: Oxford University Press.
- Vezovnik, Andreja, Dora Matejak in Tanja Kamin (2022): Etična potrošnja hrane kot oblika politične participacije. V: Tomaž Pušnik (ur.) in Marinko Banjac (ur.), *Politična participacija mladih onkraj volitev*, 165–184. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Vodovnik, Žiga (2022): Demokracija in mladi: onkraj miopije vidnega. V: Tomaž Pušnik (ur.) in Marinko Banjac (ur.), *Politična participacija mladih onkraj volitev*, 21–38. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Weiss, Julia (2020): What is Youth Political Participation? Literature Review on Youth Political Participation and Political Attitudes. *Frontiers in political science* 2 (1).
- Živoder, Andreja (2022): Politična participacija mladih skozi pristop življenjskega poteka. V: Tomaž Pušnik (ur.) in Marinko Banjac (ur.), *Politična participacija mladih onkraj volitev*, 249–276. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.