



Vasja Vehovar (ur.)

Mobilne refleksije





Knjižna zbirka Družboslovna informatika / Informacijska družba

Vasja Vehovar (ur.)

MOBILNE REFLEKSIJE

Urednik zbirke: Vasja Vehovar

Izdajatelj: Fakulteta za družbene vede, Založba FDV

Za založbo: Hermina Krajnc

Recenzenta: prof. dr. Anuška Ferligoj, prof. dr. Slavko Splichal

Jezikovni pregled: Barbara Rogelj

Fotografija na ovitku: Alexandre Duret-Lutz, www.flickr.com/photos/gadl/ 

Oblika: Irena Woelle

Tisk: Littera Picta

1. natis, 400 izvodov

Ljubljana, 2007

Izid knjige je finančno podprla Agencija za raziskovalno dejavnost Republike Slovenije.

Copyright © po delih in v celoti Fakulteta za družbene vede, Univerza v Ljubljani, 2007.

Fotokopiranje in razmnoževanje po delih in v celoti je prepovedano.

Vse pravice pridržane.

CIP – Kataložni zapis o publikaciji
Narodna in univerzitetna knjižnica, Ljubljana
316.62
621.395.6

VEHOVAR, Vasja, 1958 -
Mobilne refleksije/Vasja Vehovar (ur.). – Ljubljana: Fakulteta za družbene vede, 2007. –
(Knjižna zbirka Družboslovna informatika / Informacijska družba)

ISBN 978-961-235-275-2
1. Vehovar, Vasja
233041408





PREDGOVOR	7
Mobilne refleksije	7
Vasja Vehovar	
1 UVOD	9
Mobilnik kot četrta komunikacijska revolucija	9
Leopoldina Fortunati	
2 UPORABA V DRUŽBENEM KONTEKSTU	29
Družbena povezanost in individualizacija v mobilnem telefonu	29
Andraž Petrovčič	
Razred, kulturni kapital in mobilni telefon	55
Breda Luthar, Samo Kropivnik	
Med simbolnimi pomeni in realnimi praksami mobilnega vsakdanjika	87
Tanja Oblak-Črnič	
Pretnja preračunljivega individualizma v družbi posredovanih odnosov	115
Gregor Petrič	
Uporabniki mobilnih telefonov med pragmatičnostjo in ekspresivnostjo	147
Franc Trček, Rok Platinovšek	
Mobilni telefon, poslovna učinkovitost in kakovost osebnih stikov	167
Boris Kragelj	
3 SOCIALNA OMREŽJA	193
Mobilne komunikacije in omrežja socialne opore	193
Polona Zdešar, Tina Kogovšek	
Vpliv mobilne telefonije na medosebne odnose in sebstvo	221
Metka Kuhar	
4 PRAVNA PROBLEMATIKA	243
Zasebnost in hramba prometnih podatkov v mobilni telefoniji	243
Matej Kovačič	
Mobilni telefon med zasebnim in javnim: »Intimnosti« v javni sferi	269
Katarina Krapež	
5 IZBRANI VIDIKI: Tehnologija, marketing	285
Razvoj mobilnih tehnologij	285
Uroš Hribar	
Prehajanje strank med ponudniki storitev mobilne telefonije	323
Mitja Pirc	
ABSTRACTS	343
STVARNO IN IMENSKO KAZALO	351







PREDGOVOR

Mobilne refleksije

Vasja Vehovar¹

Po desetletjih nenehnih sprememb je razvoj tehnologije na področju mobilne telefonije vse bolj intenziven. Ob tem se večja število uporabnikov in širi se nabor funkcionalnosti mobilnega aparata. Vse to rojeva burne poslovne aktivnosti, od širitve trgov in vzpona blagovnih znamk do globalnih prevzemov in zavezništev. Tehnološko, uporabniško in poslovno ekspanzijo mobilne telefonije spremljajo tudi nenehna oglaševalska prisotnost in medijska izpostavljenost, predvsem pa številni izzivi na področju potrošnje, izobraževanja, prava, zdravja, politike, poslovanja, zabave, organiziranosti, medosebnih odnosov itd.

Čeprav je mobilna telefonija povezana z mnogimi spremembami v sodobnih družbah, nastaja analiza družbenih posledic presenetljivo pozno. Za zamik sicer obstaja - tako v svetu kot pri nas - vrsta razlogov, od prevladujoče osredotočenosti na internet, pomanjkanja empiričnih raziskav, hitrega in zapletenega spreminjanja tehnologij do premajhne prilagodljivosti raziskovalcev in raziskovalnih fundacij.

Z določeno zamudo - mobilni telefon se namreč v Sloveniji množično uporablja že več kot deset let - je nastala tudi pričujoča publikacija. Pri tem se osredotoča predvsem na družbene vidike, ki izhajajo iz osnovne funkcionalnosti mobilnega telefona kot orodja za medosebno komuniciranje (pogovori, SMS). V tej vlogi je namreč mobilni aparat že pred desetletjem dosegel tehnološko in funkcionalno zrelost, uporablja pa ga praktično celotna populacija. Stabilnost lahko zato

¹ Dr. Vasja Vehovar (vasja.vehovar@fdv.uni-lj.si) je redni profesor na Fakulteti za družbene vede, Univerza v Ljubljani.





pričakujemo tudi pri spremljajočih družbenih posledicah. Precej drugačni so družbeni vidiki uporabe mobilnega aparata kot večnamenske naprave, predvsem kot vmesnika za uporabo interneta. Slednje je v letu 2007 še vedno v turbulentni fazi razvoja, z vrsto tehnoloških, uporabniških, stroškovnih in poslovnih nejasnosti. Kompleksne družbene posledice, ki so povezane s tem vidikom uporabe, so zato izven osnovnega fokusa pričujoče publikacije.

Izpostaviti velja, da je celotna publikacija v samem izhodišču naravnana empirično, saj vseh 12 poglavij slovenskih avtorjev izhaja iz anketne raziskave o mobilni telefoniji iz leta 2005. Dodatno je uvodni teoretski pregled o vlogi in trendih mobilnega komuniciranja prispevala prof. dr. Leopoldina Fortunati, ena vodilnih avtoritet na tem področju.

Glavnina raziskave je potekala v okviru projekta Agencije za raziskovalno dejavnost Republike Slovenije, ARRS, J5-7029-0582, Družbeni in kulturni vidiki virtualnih življenjskih stilov, 2005-2008, ki ga izvajata Center za metodologijo in informatiko ter Center za raziskovanje družbenega komuniciranja v okviru Fakultete za družbene vede Univerze v Ljubljani.

Za izvedbo ankete gre posebna zahvala Statističnemu uradu Republike Slovenije, ki je omogočil, da se je uradni raziskavi o Uporabi informacijsko-komunikacijske tehnologije v gospodinjstvih in pri posameznikih 2005 dodal poseben blok vprašanj o mobilni telefoniji. Zahvala gre tudi družbi Mobitel, ki je pokazala razumevanje za družboslovno raziskovanje in podprla empirično fazo zbiranja podatkov.

Dodati velja, da je podrobna analiza anketne raziskave v celoti na voljo na <http://surs.ris.org>, ostale raziskave projekta RIS (Raba Interneta v Sloveniji) s področja mobilne telefonije so na <http://mobile.ris.org>, na spletnem naslovu <http://mobilesociety.net> pa nastaja globalen pregled družboslovnih raziskav s področja družboslovnih raziskav mobilne telefonije.

Prof. Dr. Vasja Vehovar

Ljubljana, junij 2007





Mobilnik kot četrta komunikacijska revolucija¹

Leopoldina Fortunati²

1.0 Uvod

Kot ugotavlja že Sombart (1911), o tehnologijah ne moremo govoriti, ne da bi govorili o ljudeh. Tehnologije so priložnost, ki jo posameznik preprosto lahko sprejme ali ne, jo morda prilagodi, predvsem pa izkoristi, da bi dosegel določene cilje. Ker tehnologija ni nevtralna, pogojuje vedenje tistih, ki jo uporabljajo (Latour in Woolgar 1979; MacKenzie in Wajcman 1985). Zato je pomembno, da v zadnji fazi ne pozabimo, da je za razumevanje tehnologije potrebno začeti pri posameznikih in družbi ter se k njim tudi vrniti.

V nadaljevanju bi radi analizirali sodobno družbo, ki jo imenujemo postmoderna ali postfordistična, pogosto je opredeljena tudi kot globalizirana družba. Mnogi raziskovalci, kot npr. Appadurai (1990), Baudrillard (1986), Derrida (1967), Harvey (1989), Jameson (1991), Lyotard (1979), Tomlinson (1999), Said (1983) ter Spivak (1999), so opazovali in proučevali njeno hitro spreminjanje, in navedemo lahko nekaj pomembnejših opažanj: konec velikih zgodb in kolektivnih ideologij, fragmentacija žanrov in okusov, naraščajoča raznolikost ponudbe in povpraševanja po blagu in storitvah, zaton industrijske družbe kot prevladujočega modela družbenih odnosov, naraščanje raznovrstnosti tipologij dela in družinskih modelov, premik razmerij med materialnim in nematerialnim delom v korist

¹ Prva različica tega prispevka je bila objavljena na mednarodni delavnici »Technology, Time and Everyday Life«, ki jo je organiziral Oxfordski Inštitut za internet v petek, 25. novembra 2005; naslov prispevka v angleščini je »Mainstreaming Mobiles and the Fourth Communicative Revolution«, v italijanščini pa »I cellulari e la quarta rivoluzione comunicativa«.

² Leopoldina Fortunati (fortunati.deluca@tin.it) je redna profesorica na Faculty of Training Sciences, Department of Economy, Society and Geography, University of Udine, Italija.



slednjega, širitev različnih logik reprodukcije v sferi generiranja menjalnih vrednosti, širitev in integracija globalnih industrijskih in finančnih aktivnosti itd.

Družbena in delovna organiziranost je danes postala tako kompleksna, da – čeprav lahko razločimo nove fenomene in trende – ne moremo v celoti odgovoriti na preprosto, vendar temeljno vprašanje: Ali je uporaba mobilnega telefona pomagala ljudem prihraniti delo, čas in denar? Odsotnost jasnega odgovora na to vprašanje daje občutek, da družbena kompleksnost onemogoča celovito oceno vloge novih tehnologij, vključno z mobilnim telefonom. Drugo takšno vprašanje je: Ali zaradi mobilnega telefona, gledano v celoti, več komuniciramo ali pa, nasprotno, mobilni telefon povzroča več dekomunikacije? Tudi na to vprašanje ne moremo zlahka odgovoriti; predvsem zato, ker še nimamo razvitih ustreznih metodoloških orodij.

Seveda lahko zelo podrobno opišemo fenomenologijo uporabniških praks, povezanih z mobilno tehnologijo (Haddon 1998; Katz in Aakhus 2002; Fortunati in dr. 2003; Geser 2004; Ling R. in Pedersen 2005), njene družbene funkcije (Ito in dr. 2005; Law in Peng 2004; Höflich in Gebhardt 2005), načine, na katere so jo uporabniki preoblikovali, ter nekatere nepričakovane uporabe (Nyiri 2003; Nyiri 2005; Pertierra in dr. 2002; Katz 2003a; Katz 2003b). Kljub temu pa zelo malo vemo o kriterijih za njen nakup (Cianchi in dr. 2003) in motivih za potrošnji (Vincent 2003; Kasesmiemi in Rautiainen 2002; Haddon 2004; Gaglio 2004). Prav tako vemo malo o tem, kako je odnos postmodernega posameznika do mobilnega telefona povezan z odnosom do množice podobnih potrošnih dobrin (Douglas in Isherwood 1984; Miller 1998), še posebej do podmnožice potrošnih tehnologij. Podobno kot vemo malo o emocionalni in simbolni investiciji v tehnologije in njihove vsebine razvrednotenja doživljanja realnosti, vemo malo tudi o izvoru in pomenu tovrstne investicije. Ker le delno razumemo spremembe in prilagoditve, ki so se v družbenem življenju pojavile prav zaradi uporabe mobilnega telefona (Glottz et al. 2005; de Gournay 1997), ne moremo ponuditi niti celovitih, teoretsko izdelanih in oprijemljivih zaključkov.

Še posebej pa razumevanje družbene vloge mobilnih telefonov ovira dejstvo, da so se v množici empiričnih študij o razširjenosti, uporabi in potrošnji mobilnega telefona v družinskem okolju le redke študije povezale z odgovarjajočimi teoretskimi razpravami, ki so nastale v zadnjih desetletjih (James in Dalla Costa 1972; Federici 1995). To je številnim empiričnim raziskavam onemogočilo celovitejše razumevanje družbenega pomena mobilnih telefonov in njihove vloge v procesu globalizacije.

2.0 Namen in struktura

Namen pričujočega prispevka je povezati študije o mobilnih telefonih, ki so bile opravljene v zadnjem desetletju, s teorijo družinskega življenja na eni strani (Fortunati 1981) in s teorijami globalizacije na drugi strani. Pri tem ne gre toliko

za iskanje odgovorov na dve uvodoma zastavljeni vprašanji, na kateri še nismo našli zadovoljivega odgovora, kot za razkritje resnične vloge mobilnih telefonov v zadnjem desetletju. S tem pa bi lahko prišli do spoznanj, ki bi pomagala poiskati vsaj delne odgovore tudi na začetni vprašanji.

V pričujočem prispevku postavimo in zagovarjamo hipotezo, da je vloga mobilnih telefonov tako pomembna, da je sprožila četrto komunikacijsko revolucijo. V postopku argumentiranja omenjene hipoteze bomo najprej pregledali družbene procese, ki so jih začeli ali podprli mobilni telefoni. To so: odnos tehnologije do človeškega telesa, hibridizacija med človeškim telesom in tehnologijo, ustvarjanje dvojnega sveta (realnega in virtualnega) ter ustvarjanje dvojne identitete, princip stapljanja kot gonilne sile globalizacije, vse večji razvoj individualnosti, nova raven demokratizacije ter padec zasebnega moškega in ženske. Vsi ti procesi so tako obsežni in pomembni, da po našem mnenju upravičijo tezo o četrtri komunikacijski revoluciji. Razprava bo osnovana na vrsti raziskovalnih projektov o vidikih družbenih vlog mobilnih telefonov, ki so bili izvedeni v zadnjih desetih letih.

2.1 Teoretski okvir za analizo vloge mobilnih telefonov na družbeni ravni

Kot smo že omenili, želimo v tem prispevku povezati analizo vloge mobilnih telefonov s teorijami družinskega življenja, kar bi omogočilo ustrezno razumevanje mobilnega telefona kot delovnega orodja za ekonomsko produkcijo oziroma za njeno reprodukcijo. Ker ekonomska reprodukcija danes širi svoj vpliv na celotno družbo, je postala strateško orodje družbenih aktivnosti. Če definiramo mobilni telefon zgolj kot sredstvo za komunikacijo, je potrebno določiti predvsem, čemu služi, za kakšen namen je bil ustvarjen in kako so ga uporabniki morda prilagodili. A to ne pove veliko o pomenu in bistvu njegove vloge na ekonomski ravni – torej o mobilnem telefonu kot napravi znotraj družbenih procesov, ki upravljajo vsakdanje življenje. Ljudje vsekakor uporabljajo mobilni telefon, da bi poslovne aktivnosti bolje povezali z družinskim življenjem, da bi racionalizirali organizacijo vsakdanjega življenja, kar bi se vse odrazilo v prihranku časa, denarja in truda. A če mobilni telefon razumemo kot delovno orodje, bomo odkrili, da ima njegova razširjena uporaba tudi druge razsežnosti. Mobilni telefon je namreč prispeval k večji produktivnosti posameznikov v zasebni in javni sferi, saj je prodril v rutino delovnega dne prav vseh populacijskih segmentov: moških, žensk, mladine in otrok. Pri tem je odstranil togost in inertnost ter izbrisal zatišne cone časa, v katere so se ljudje lahko umaknili, da bi »zajeli sapo« in se tako izognili nenehnim zahtevam in nadzoru sodelavcev pa tudi družine in siceršnjih socialnih omrežij. Razširjena uporaba mobilnih telefonov je zato zaposlene in tudi vse druge nepričakovano prikrajšala za tiste trenutke in prostore, ki so jim omogočali umik v zasebnost, kot tudi za mnoge druge, s tem povezane obrambne strategije in »odklapljanja«.



Mobilni telefon je zelo specifično orodje, saj je inteligentna naprava (Maldonado 1997), ki je sestavni del širšega procesa mehanizacije, virtualizacije in digitalizacije civilne sfere in tudi celotne družbe. Kot tak je tudi predmet socio-politološkega proučevanja, kjer si postavljamo vprašanja: Ali je mobilni telefon podaljšek posameznika in njegovega telesa (Oksman in Rautiainen 2003)? V kolikšni meri sploh še lahko trdimo, da se njegova materialnost ločuje od našega telesa (Contarello in dr. 2003)? In nenazadnje: Na kakšen način vstopa mobilni telefon v interakcijo z dvema družbenima procesoma, ki sta v nenehnem spreminjanju, to sta moda (Calefato 1996; Fortunati 2005b) in informiranje? Na vsa ta vprašanja bomo poskušali poiskati odgovore v nadaljevanju.

Z vidika teorij globalizacije lahko opazujemo vlogo mobilnih telefonov tudi v procesu valorizacije, to je v procesu ohranjanja in dodajanje vrednosti, ki se odvija na družbeni ravni. Lahko bi rekli, da je ključno paradigmo globalizacije mogoče opredeliti znotraj principa stapljanja (angl. *fusion*). Medtem ko so bili delitev, fragmentacija in parcelizacija ključni trendi postmoderne in postfordistične družbe, je trend prihajajoče družbe razvoj družbenih aktivnosti v smislu povezovanja in kooperativnosti. Intenzivno sodelovanje tako na lokalni kot na globalni ravni namreč združuje, kar je bilo še do nedavnega ločeno. Povzročata težnje po hibridizaciji, zbliževanju, križanju in kreolizaciji, kar se vse na različne načine odslikava v procesu stapljanja, ki je danes prevladujoča logika na celotni družbeni ravni. Principa fragmentacije in stapljanja zato lahko razumemo kot sistolo in diastolo razvoja družbenih sistemov, ki ustrezata različnim poudarkom pri družbenih aktivnostih, predvsem pri uporabi naravnih sil družbenega dela, sestavljenega iz delitve in sodelovanja pri delu. Obe sili delujeta v družbi, a se izmenjujeta: zdaj prevladuje ena, zdaj druga.

O globalizaciji obstajajo bolj in manj razdelane teorije, ki ponujajo različne pristope k razumevanju in tolmačenju nove svetovne ureditve (Sparks 2004). Kljub temu pa se ob poskusu iskanja koherentne in celovite podobe sedanje socio-ekonomske in politične situacije pogosto izkažejo za pomanjkljive. Zato je zelo pomembno razumeti, kaj je osnovni trend globalizacije. Princip stapljanja, ki smo ga postavili kot strukturno logiko globalizacije, krepitev sodelovanja pri delu in integracija na ravni, ki ni samo produkcijska, temveč tudi družbena, je paradigma, ki nam kaže usmeritev večine družbenih procesov v današnjem času. S te perspektive zato predlagamo pogled na globalizacijo kot tisto dimenzijo ekonomije, družbe in kulture, v kateri se elementi, ki so se do nedavnega razhajali in razlikovali, združujejo in sestavljajo ter izoblikujejo hibride, da bi s tem dosegli višje ravni vrednosti oziroma valorizacije. Do nedavnega jasna in ločena področja družbenega življenja so se začela prepletati: proizvodnja in potrošnja, proizvodnja dobrin in reprodukcija posameznikov, delovni in prosti čas, dejanska in virtualna realnost, tehnologije in človeško telo, tehnologije med sabo, ustno in pisno izražanje različnih vrst (besedilna sporočila, elektronska pošta itd.), informacije in javnost ... Če bi morali na kratko povzeti najpomembnejše procese, ki so se zgodili ob prehodu iz moderne in fordistične družbe v



postmoderno (Myerson 2001) in postfordistično družbo, bi lahko dejali, da se je proces individualizacije razvijal dalje, medtem ko je proces fragmentacije prešel v svoje nasprotje – v princip stapljanja. Kot bomo videli v nadaljevanju, je v tem pogledu mobilni telefon pravi simbol globalizacije, saj pooseblja tako procese nenehne individualizacije kot tudi procese stapljanja. A vrnimo se zdaj na začetek, k naši izhodiščni hipotezi.

3.0 Četrta kulturna revolucija

Izhajajoč iz zgoraj načrtanega teoretskega okvirja, bomo v nadaljevanju postavili hipotezo, da je mobilni telefon kot strateško delovno orodje za družbene aktivnosti in kot simbol globalizacije sprožil povsem novo obdobje v zgodovini sodobnih kultur, ki ga lahko pojmujejo kot četrto komunikacijsko revolucijo oziroma kot četrto revolucijo na področju komuniciranja³. Kulturni sociologi (Griswold 1994) običajno razlikujejo tri kulturne in komunikacijske revolucije: uveljavitev ročnega pisanja, razvoj tiska ter pojav dvosmernih (telegraf, telefon, telefaks, računalnik) in enosmernih (radio, televizija, videorekorder, avdio- in videokasete, CD-ji) elektronskih medijev, ki so nas pripeljali iz moderne v postmoderno dobo. Leta 1977 je Arnson (1977: 36) upravičeno trdil, da je »razlika med družbo, ki ima učinkovito telefonsko omrežje, in tisto, ki ga nima, prav tako velika kot med pisмено in nepisμένο družbo«. Mobilni telefon pa je treba v primerjavi z drugimi elektronskimi mediji še posebej izpostaviti, in to iz več razlogov. Najprej zato, ker je pomenil začetek procesa približevanja in stapljanja elektronskih medijev s človeškim telesom (Fortunati in dr. 2003; Wajcman 2004). Stapljanje človeškega telesa in tehnologije je namreč povsem na novo določilo družbene odnose, ki jih imajo posamezniki ne samo do svojega telesa in neodtujljivega lastništva nad njim, ampak tudi do telesa kot njihove prve materialne, komunikacijske in estetske podpore. Mobilni telefoni, ki so odstranili tradicionalno distanco (četudi v spremenljivi meri) med informacijsko-komunikacijskimi tehnologijami in človeškim telesom, so dosegli, da je nova središčnost telesa postala tesno povezana z razvojem tehnoloških inovacij. Ta nova središčnost pa je s tem postala tudi del nove človeške ontologije.

Čeprav je internet za mnoge najbolj uporabna od vseh aplikacij omreženega sveta, bomo na tem mestu poskušali pokazati, da je mobilni telefon vendarle ključni medij četrte komunikacijske revolucije. Mobilni telefon je namreč komunikacijska tehnologija, ki se je bistveno hitreje razširila, in sicer do te mere, da danes Kitajska ni samo največje tržišče, ampak je prevzela tudi vodilno vlogo v razvoju telekomunikacij. Pojav mobilnih telefonov je pri tem povzročil predvsem preskok v generiranju množice družbenih fenomenov, ki upravičujejo našo tezo o četrti komunikacijski revoluciji, kar bomo v nadaljevanju podrobneje razdelali.

³ V angleškem izvirniku se namreč izraz glasi *fourth communicative revolution* in ne *fourth communication revolution*, zato je primeren tudi prevod v smislu »četrtre revolucije na področju komuniciranja«, čeprav v nadaljevanju uporabljamo le izraz »četrta komunikacijska revolucija«.