

TADEJ PRAPROTNIK¹

Identiteta v medgeneracijskem komuniciranju

Izveček: Članek predstavi različne vidike komuniciranja, zlasti v medgeneracijski komunikaciji. Izpostavi vsebinski in odnosni vidik komuniciranja in predstavi proces komunikacije kot mesto, kjer se vzpostavljajo identitete. Posamezniki stalno kategorizirajo sebe in druge v skupine in na podlagi tovrstnih podeljenih statusov vzpostavljajo odnose, ki izražajo značilnosti pripisanih statusov. Članek predstavi pojave, fenomene in komunikacijske zaplete, ki se pojavljajo v medgeneracijski komunikaciji – torej v komunikaciji med mlajšimi in starejšimi osebami. Pojasni vlogo posameznih stereotipov in stališč o starejših osebah za konstrukcijo pripisanih identitet in to, kako pripisane identitete lahko vplivajo na komunikacijske procese in na oblikovanje medsebojnih odnosov, ki se gradijo prav s komunikacijo in skozi komunikacijo. Posebnega pomena so zlasti manifestacije starostne diskriminacije (*ageism*) v vsakdanjih interakcijah (pokroviteljski govor, zlasti pretirano komunikacijsko prilagajanje in sekundarni otroški govor), ki so zasnovani na stereotipih o ljudeh, ki so diskriminatorno kategorizirani v t. i. imenovano skupino “starejših ljudi”.

Ključne besede: medgeneracijsko komuniciranje, identiteta, stereotipi, pokroviteljski govor, komunikacijsko prilagajanje

UDK: 316.77

¹ Dr. Tadej Praprotnik, docent za predmetno področje mediji in komuniciranja, zaposlen kot visokošolski učitelj docent na Fakulteti za humanistične študije Univerze na Primorskem. E-naslov: pratadej@gmail.com.

Identity in Intergenerational Communication

Abstract: The article presents several aspects of communication, especially between generations. Underlining the informational and relational aspects of communication, it presents the communication process as a field in which identities are constructed. Individuals constantly classify themselves and others into groups, establishing relationships which reflect the characteristics of the statuses ascribed. The paper presents the misunderstandings which occur in intergenerational communication, explains the role played by stereotypes and negative attitudes to aging in the formation of the identities ascribed, and explores how these identities may affect the communication processes and interpersonal relationships, which are built by and through communication. Of special importance are the manifestations of ageism in everyday interactions (patronising talk, particularly overaccommodation and secondary baby talk): manifestations based upon stereotypes concerning 'older people', as a segment of the population is discriminatorily categorised.

Key words: intergenerational communication, identity, stereotypes, patronising talk, overaccommodation



1. Uvod: kaj je komuniciranje?

Vsi ljudje nenehno komuniciramo; to je naša temeljna vsakdanja dejavnost. Namen naše komunikacije pa ni zgolj izmenjava informacij. S pomočjo komuniciranja vzpostavljamo tudi medsebojne odnose. Komunikacija je osnovni okvir za oblikovanje medsebojnih odnosov. Komuniciranje je "družbena interakcija prek sporočil" in – kot še ugotavlja John Fiske – je osrednjega pomena za življenje v

naši kulturi: brez nje bi vsaka kultura umrla.² Ker gre za družbeno interakcijo, pa je v komuniciranju skoraj vedno navzoč tudi odnosni vidik. Odnosi se namreč vzpostavljajo prav v komunikaciji. Vsaka komunikacija ima vsebino, hkrati pa vsaka komunikacija lahko izraža odnos, ki ga imata sogovorca. S pomočjo komunikacije uzremo sebe in drugega v komunikaciji, definiramo svoje vloge, zlasti pa s komunikacijo pokažemo, kako razumemo naš medsebojni odnos. Že Duncan je opozoril na bistveno vlogo odnosnega komuniciranja: “people do not relate then talk, people relate in talk”.³

2. Kaj (vse) je še komuniciranje?

V medsebojni komunikaciji je torej v “igri” precej več kot zgolj izmenjava informacij. Vsaka izjava lahko vsebuje tudi večje ali manjše število implicitnih sporočil (metasporočil). Poleg dobesečnega sporočila ima marsikatera izjava tudi metasporočilo.

Vzemimo primer: izjava “**Ti lahko pomagam?**” vsebuje sporočilo/informacijo “pomoč”, hkrati pa ta izjava vsebuje tudi metasporočilo – to je informacija o relacijah med vključenimi ljudmi. Sporočilo pomoči pravi *To je dobro zate*. Toda gesta nudenja pomoči lahko hkrati posreduje tudi metasporočilo *Jaz sem kompetentnejši/sposobnejši kot ti*. V tem primeru je izjava usmerjena na pozitivno uokvirjanje osebe, ki nudi pomoč. V praksi vidimo številne primere, kako ljudje na navidezno dobrohotna sporočila (nudenje pomoči) reagirajo negativno. Posamezniki ne reagirajo na vsebino oziroma informacijo sporočila (“Ti lahko pomagam?”), ampak reagirajo na metasporočilo, ki ga lahko prepoznajo v sporočilu, denimo: “Vidim, da nisi dovolj sposoben, in sem se odločil, da ti pomagam.” Seveda ta implicitni pomen ni kar vnaprej določen, pa tudi vsi ljudje ne interpretirajo nu-

² Fiske, 2004, 17.

³ Duncan, 1967, 249.

denje pomoči na ta način. Na tovrstno “negativno” branje vsekakor vpliva posameznikova nizka samopodoba, negotovost o svojih sposobnostih, ki jo pri takšnih izjavah projicirajo v pošiljatelje sporočila.

Pri interpretaciji metasporočil je veliko odvisno tudi od tega, kako je to izgovorjeno, ubesedeno, kakšen je ton, kakšne so spremljajoče geste. Vsi ti signali pošiljajo metasporočila, kako je komunikacija mišljena. Pošiljatelj skratka “da vedeti” prejemniku, kako naj poleg dobrednega pomena še razume izjavo. V tem primeru govorimo o implicitnem pomenu sporočila, ki ga torej “damo vedeti”. Tovrstna metakomunikacija je pomembna v intimnih partnerskih razmerjih, v družinski komunikaciji, pa tudi na delovnem mestu.

3. Informacijski in odnosni vidiki izjave: primer medgeneracijske komunikacije

Ko komuniciramo, v svoje sporočilo poleg informacij pogosto “zapakiramo”, tudi svoje občutke, skrb, naš odnos do sogovorca. Vse to lahko imenujemo signal. Ta signal mora prejemnik ustrezno “dešifrirati”. Če v tem uspe, potem pride do ustreznega razumevanja sporočila, prejemnik je prepoznal komunikacijsko namero. A to nikakor ni nujno.

Pogosto se zgodi, da se pomen sporočila, ki ga ima v mislih pošiljatelj, in pomen sporočila, kot ga je razumel prejemnik, precej razlikujeta. Prihaja torej do nerazumevanja. Signal torej nosi v sebi več sporočil:

- dejstva (informacije)
- samorazkrivanje/izpovedovanje
- odnos (stik s prejemnikom sporočila)
- poziv, naslavljanje/obračanje na prejemnika sporočila

Kaj lahko torej posredujemo s svojimi izjavami?

Kadar govorimo, lahko posredujemo dejstva → **informacije**

Kadar govorimo, lahko s tem povemo nekaj o sebi → **samorazkrivanje/izpovedovanje**

Kadar govorimo, lahko implicitno sporočamo prejemniku, kaj si mislimo o njem in kako vidimo naš medsebojni odnos → **stik/odnos**

Kadar govorimo, skušamo vplivati na prejemnika → **poziv, naslavljanje**

Zamislimo si mater, ki objame sina (ali hčer), ki (le poredko) pride na obisk, in sinu/hčeri reče: **“Lepo, da si spet tu.”**

Za začetek naslednje: biti “poredko” na obisku je seveda stvar aktivnega definiranja “istega stanja stvari”; vsekakor ugotovitev implicitno nosi različna delna sporočila, pa tudi mnenja vpletenih udeležencev glede ocene, kaj je “ustrezna pogostost obiskovanja staršev”. Ocena je že rezultat pretekle medsebojne zgodovine, bolj ali manj vzpostavljenih komunikacijskih in socialnih norm, o katerih se s sogovornici “brez besed” dogovarjamo vse življenje.

To izjavo vsak razume malo drugače, odvisno s katerimi “ušesi” poslušša. Prihaja do različnih interpretacij, in sicer zato, ker pomeni izjav niso preprosti “paketi”, ki jih pošiljatelj posredujejo prejemnikom, ki te “pakete” potem odprejo in izvlečejo pomen, ki ga je imel v mislih pošiljatelj. To je trdila Shannonova in Weaverjeva matematična teorija komuniciranja, ki velja za tipičen primer šole procesa, ki vidi komuniciranje kot enostaven prenos sporočil, kot proces, s katerim človek vpliva na delovanje ali razmišljanje drugega.⁴ V tem modelu je ključni pošiljatelj in njegov pomen, ki je “uskладиščen” v sporočilu. Bolj elaboriran pristop je ponudil semiotični model komunikacije, ki poudarja proces “branja” teksta, torej konstrukcijo pomena prek interpretacije. Vsak prejemnik je namreč tudi oseba, ki izjavo intepretira nekoliko “po svoje”. Pomen sporo-

⁴ Fiske, 2004, 18, 21.

čila ni torej dan enostavno vnaprej, ampak pomen izjave določi (tudi) naslovnik. Semiotična teorija govori o tem, da je “sporočilo konstrukcija znakov, ki prek interakcije s prejemniki ustvarijo pomen”. Fiske ugotavlja, da je v tem modelu sporočevalec manj pomemben. Poudarek se premakne na tekst in na to, kako je tekst “prebran”. Bralci z različnimi kulturnimi izkušnjami ali iz različnih kultur lahko odkrijejo v istem tekstu različne pomeni.⁵ Semiotična teorija torej govori o tem, da pomen ni uskladiščen v sporočilu, ampak pomen določi prejemnik na podlagi svoje interpretacije.

3.1. Izjave pod drobnogledom

V omenjeni izjavi je potencialno navzočih kar nekaj delnih sporočil.

Prvo sporočilo pojasnjuje *dejstva*. Dejstvo, da je sin spet prišel na obisk, je dobra novica. Hkrati pa lahko slutimo nadaljnja odnosa sporočila. Vsekakor izjava govori nekaj o materi, ki pošilja signal s svojo izjavo. Mati govori o svojih občutkih, da je sina pogrešala, da ga je želela videti in da je srečna, ker je prišel. To *sa-moizpovedovanje* je drugo sporočilo signala. Tretje sporočilo govori o odnosu med materjo in sinom in lahko izraža, kaj pošiljatelj pričakuje od prejemnika (“premalokrat pomisliš na svojo mamo”). Po drugi strani pa ista izjava (Lepo, da si spet tu) kaže na *odnos* in na zaupanje, ki ga gojita mati in sin. Četrto sporočilo pa ima jasen *poziv/apel* oziroma se jasno naslavlja na prejemnika s prošnjo/željo “večkrat bi me moral obiskati”.

4. Komuniciranje in samopredstavljanje v vsakdanjem življenju

Komuniciranje zajema še mnogo plati vsakdanjega življenja, omogoča nam tudi vstopanje v različne bolj ali manj formalne situacije. Komu-

⁵ Fiske, 2004, 19.

niciranje je aktiven proces, saj se ne pokorava le konkretnemu kontekstu, temveč lahko komuniciranje transformira kontekst in socialno situacijo. Za kontekste velja, da so dinamični in ne obstajajo kot "zamrznjene" situacije, kontekste (lahko) tudi aktivno preobražamo. Podobno je tudi s posamezniki in njihovim samopredstavljanjem. Posamezniki se v vsakdanjem življenju srečujemo z različnimi situacijami, srečujemo različne ljudi, vstopamo v bolj in manj pričakovane situacije, bolj ali manj formalne odnose z drugimi posamezniki. Pri vseh teh soočenjih seveda ne kažemo venomer istega "obraza", temveč – odvisno od situacije – različne plati lastne osebnosti. Izražamo različna povrhnja "oblačila". Različnim ljudem ali skupinam ljudi ponujamo različne verzije sebe. Svojim družinskim članom ponudimo na vpogled en del sebe, prijateljem spet nekaj drugega, popolnemu neznanцу pa se bomo morda predstavili na povsem drugačen način. Naše lastno predstavljanje je odvisno tudi od tega, kaj drugi pričakujejo od nas. Ustvarjanje vtisov je torej zavesten ali nezaveden poskus nadzorovanja podob, ki si jih drugi ustvarjajo o nas.⁶ Na naše samopredstavljanje torej vpliva naša podoba o sebi, torej prepričanje o tem, kdo smo, prav te informacije pa skušamo v interakciji z drugimi tudi "izpogajati". Komunikacija z drugimi je pravzaprav šele mesto, kjer lahko izrazimo svoje vidike identitete, drugi pa nam morajo te vidike tudi bolj ali manj aktivno potrditi. Prav zato je komunikacija mesto pogajanja za različne vidike identitet, o katerih sodimo, da so relevantni, gre tudi za pogajanje glede statusov in vlog med "jaz" in "ti".

5. Komuniciranje kot delovanja posameznikov

V sodobnem svetu se vse bolj uveljavlja prepričanje, da je način, kako osmišljamo svoje izkušnje, dogodke, vsakdanje pojave, izjemnega pomena. Proces osmišljanja in proces pripisovanja osebno inspiriranega

⁶ Goffman v Praprotnik, 2010, 28.

pomena vpliva na naše zadovoljstvo. Osredotočanje na prakse aktivnega osmišljanja življenjskih izkušenj je seveda izvrгло enormne količine priročnikov in drugih medijskih izdelkov, ki izpostavljajo proces posameznikovega aktivnega umeščanja v svet, njegovo odločilno vlogo za zdrav in usklajen način življenja, da se “dobro” počutiš. Preklop od denarja k sreči vztraja na stališču, da ni pomembno, kaj imamo, pomembno je, *kako osmislimo* tisto, kar imamo.⁷ Podobno velja za naše medsebojne odnose. Način, kako osmišljamo ljudi in kakšne pomene jim pripisujemo, so ključni dejavniki, ki vplivajo na razvoj naših medsebojnih odnosov in na naše doživljanje ljudi. Postmoderna družba promovira aktiven življenjski stil, po katerem smo aktivni kreatorji svojih podob, svojega dobrega počutja, ki je pravzaprav izraz naše interpretacije “istega stanja stvari”.⁸ Za naše definiranje “istega stanja stvari” je zelo pomembno tudi samo poimenovanje, torej izbor besed, s katerim osmišljamo lastne izkušnje.

Jezikovna raba vedno simultano konstituira/oblikuje socialne identitete, socialne odnose, sisteme vednosti in verjetij. Veliko je odvisno od tako popularnega pojma “diskurz”. Skozi diskurz se vpisuje polje diskutabilnosti, področje verjetnosti, v diskurz in skozi diskurz se “rojevajo” bolj ali manj problematični posamezniki. Velja pa tudi obratno: v jezikovni rabi se izražajo družbena situacija, načini mišljenja ljudi, izražajo se tiste vsebine, s katerimi se partikularna kultura najstrastneje ukvarja. Vsak tekst je izraz družbenih razmer in hkrati nekaj malega prispeva k (pre)oblikovanju kulturnih dejavnikov. Jezikovna raba torej sodeluje pri reprodukciji in ohranjanju obstoječih odnosov, obstoječih identitet, hkrati pa tudi na kreativen način sodeluje pri njihovi transformaciji. Jezikovna raba izraža družbene odnose, je ogledalo družbe, po drugi strani pa tudi aktivno

⁷ Praprotnik, 2012, 80.

⁸ Praprotnik, 2012, 79.

transformira družbo, vpliva na družbo. Jezikovna raba pa se seveda zelo obsežno udejanja prav na področju medijske produkcije, na področju posredovanja relevantnih novic, dogodkov, procesov. Mediji nam torej posredujejo informacije oziroma reprezentacije dogodkov. V vsaki reprezentaciji pa se moramo odločiti, kaj bomo vključili in kaj bomo izključili, kaj bomo dali v ospredje (*foreground*), kaj pa v ozadje (*background*). Kako bomo dogodek reprezentirali, ni nekaj objektivnega, ampak je to odvisno od posameznikove presoje, njegovih prepričanj, vrednostnih usmeritev v življenju. Tudi urednik in novinar v medijski hiši nenehno ugibata, kako zadovoljiti potrebe bralcev, ki že obstojajo, in kako vzpostaviti nove potrebe.⁹ Zavedati se tudi moramo, da vsak medijski diskurz (pa tudi nemedijski diskurz!) simultano, torej istočasno, reprezentira dogodke, osebe, stanje stvari, vzpostavlja identitete in vzpostavlja tudi relacije. Bodimo malce kruto konkretni in navedimo primer iz partnerske komunikacije, kjer je v "igri" prav tako več kot le izmenjava informacij. Žena reče možu: "Dragi, lahko odneseš smeti?" Če mož to relativno hitro stori, to še zdaleč ne pomeni le banalnega dejstva, da je uspešno prepoznal njeno prošnjo (raven informacije), temveč je hkrati s svojim dejanjem potrdil, da se strinja z odnosom in vlogami, ki jih je vzpostavila (oziroma reproducirala) žena. Ti odnosi in vloge se seveda niso rodili v trenutku konkretne interakcije, temveč so rezultat daljšega časovnega obdobja. Mož seveda lahko reagira tudi drugače, denimo tako, da "presliši" ženino prošnjo, ali da molče odide iz sobe: v tem primeru sledi "pogajanje" glede odnosnih in statusnih vidikov. Morda se mož in žena ne strinjata glede vlog, statusov, medsebojnega odnosa; morda se ena oseba ne strinja glede statusa, ki ga ima v očeh druge osebe, kako druga oseba vidi sebe in drugega v odnosu.¹⁰

⁹ Fairclough, 1995, 5.

¹⁰ Praprotnik, 2013, 125.

6. Identitete niso zapisane v genih, identitete se konstruirajo v komunikaciji

Problematiko identitet bomo uvedli z vprašanjem pravkar omenjenih odnosov in za začetek navedli Mirjano Ule: "Medosebni odnosi so strukture in dogajanja, ki izvirajo iz vsakdanjih interakcijskih situacij in komunikacijskih dogodkov, ki odnose vzpostavljajo in potrjujejo. Socialni odnosi torej potekajo kot komunikacijsko dogajanje, v katerem udeleženci dogajanja drug drugemu predstavljajo sami sebe, svoja videnja drug drugega in odnosa drug z drugim."¹¹ Podobno kot za odnose velja tudi za identitete, ki si jih ne lastimo, jih ne posedujemo, ampak jih skozi serijo significantnih komunikacijskih dejanj uprizarjamo. Z besedami, s pomenljivimi neverbalnimi gestami, z oblačenjem kažemo oziroma indeksiramo¹² neko identiteto. Se je torej sploh smiselno vprašati, kje izvira identiteta? Je treba iskati "izvire" identitete? Vsekakor se s takšnim vprašanjem prikrajšamo za kompetentne odgovore.

Ena od večjih šibkosti predhodnih raziskav o identiteti je bila med drugim domneva, da so identitete lastnosti ali označbe posameznikov oziroma skupin, ne pa lastnosti situacij. Korelacijski pristopi k jeziku in identiteti, npr. v sociolingvistiki, pogosto povezujejo razmerje med uporabo partikularnih lingvističnih oblik s partikularnimi tipi govorcev. Tradicionalne sociolingvistične domneve torej bazirajo na stališču, da jezikovne prakse *odsevajo* socialne identitete. Kot po našem mnenju pravilno in jasno ugotavljata Mary Bucholtz in Kira Hall v svojem pronicljivem članku *Language and Identity*¹³ drži prav nasprotno: jezikovne prakse *konstituirajo* socialne identitete.

¹¹ Ule, 2009, 316.

¹² Bucholtz; Hall, 2003, 368-394.

¹³ Bucholtz; Hall, 2003.

Bodimo manj suhoparni in navedimo Barnardov primer iz oblačilne prakse, katere namen je tudi vzpostavljanje identitete, konstrukcija identitete in opredeljevanje razlik. Malcolm Barnard ugotavlja, da obstajajo številne karikature iz zgodnjega 19. stoletja, na katerih ogorčena hišna gospodarica, oblečena v krinolino, zapove svoji enako napravljeni služabnici, naj se gre preobleč. Tovrstne karikature so pričale o skrbeh, ki so pestile duha višjih razredov, ki so se jih osvobodili takrat, ko je gospoda za hišno služinčad uvedla nošenje uniforme, ki je bila v rabi za oblikovanje služabnikove razredne identitete. Obleke in uniforme si potemtakem ne smemo razlagati kot odsev ali epifenomen že obstoječih razrednih odnosov, marveč kot enega od načinov, na katere se ti razredni odnosi konstituirajo. Razvidno je, da je obleka oziroma uniforma nekaj, kar sporoča razredno identiteto, saj si plemiška gospa, katere služabnica nosi krinolino, njeno početje razlaga kot posnemanje svojega razrednega položaja, kar pa se ji zdi vredno vse graje. Trdimo torej, da obleka in uniforma reproducirata institucije, navade, proizvode in razredne položaje kapitalističnega vsakdanjika.¹⁴

Poleg tega pa moramo opozoriti, da so identitete neločljivo navezane na (komunikacijska) dejanja. Identitete se vzpostavljajo s komunikacijo in v komunikaciji, v posamičnih dejanjih. Torej se identitete ne porajajo v ljudeh, tudi niso vpisane v njihovih genih, temveč se vzpostavljajo v (komunikacijskih) dejanjih.¹⁵ Identitete se lahko preklapljajo in na novo kombinirajo v drugih okoliščinah. Ta dinamična perspektiva je skratka v nasprotju s tradicionalnim pogledom na identiteto; ta identiteto razume kot enotno, nedeljivo in kot trajno psihološko lastnost ali socialno kategorijo.¹⁶ Identitete

¹⁴ Barnard, 2005, 145-146.

¹⁵ Bucholtz, Hall, 2003, 376.

¹⁶ Bucholtz, Hall, 2003, 376.

se torej vzpostavljajo v samih dejanjih in niso fiksirane v kategorijah, ki bi jih ljudje od nekdanj posedovali.

7. Identiteta in kategorizacija: nalepka ne izraža realnosti, nalepka vzpostavlja realnost, o kateri govori

Posamezniki se z identitetami ne rodimo in tudi niso zapisane v naših genih, temveč svojo lastno identiteto aktivno soustvarjamo oziroma se aktivno prepoznavamo v njej. Identiteto aktivno kažemo in konstruiramo v samih dejanjih. Verbalna in neverbalna dejanja, komunikacijske interakcije so mesto, kjer se poraja naša identiteta. Opozoriti tudi želimo na pomen samega prepoznavanja identitete kot procesa, ki sploh šele omogoči, da posameznik dobi identiteto. S samim prepoznavanjem posamezniki postanejo to, za kar so se prepoznali, torej gre za posameznikovo “ustvarjanje” nove realnosti, ki postane aktualna šele skozi sam proces posameznikovega umeščanja oziroma sidranja v to “realnost”.¹⁷

Pri razumevanju akcijskega in “performativnega” značaja identitete pravzaprav delujeta dva medsebojno dopolnjujoča se procesa: kako vidimo/interpretiramo sami sebe in kako vidimo/interpretiramo druge osebe. Pomembno je tudi, katerim skupinam in identitetam želimo pripadati in – morda še pomenljivejše – komu *ne dopustimo*, da bi pripadal tem istim skupinam oziroma identitetam.¹⁸ Zadnja operacija, torej operacija vključevanja in izključevanja “ustreznih” posameznikov v “našo” skupino, kaže na nestabilen položaj identitete. Bistvenega pomena je tudi ugotovitev, da v vsakdanjem življenju ne živimo nekakšnih fiksnih identitet, ampak doživljamo – kar je tudi v skladu z logiko dinamičnega, kontinuiranega življenja – identifikacijo. A že sam pojem identifikacije suge-

¹⁷ Praprotnik, 2012, 93-94.

¹⁸ McKee, 2003, 40 v Praprotnik, 2012, 94.

rira, da v tem polju ne prevladuje esencialna, vnaprej dana vsebina, ki jo z našim rojstvom zgolj zbudimo "iz spanja", ampak da gre za neprestano redefiniranje samega subjekta, za njegovo neprestano umeščanje v identitetni kontekst, v neko "zgodbo" o "njegovi" identiteti. Da je identifikacija zgolj neprestano negotova, "težavna" in vselej malo neuspešna pot v oblikovanju identitete, kaže že sama mogočna ideološka "mašinerija", ki z vseh plati "opozarja" in vzpostavlja v posameznikih zavest o njihovi lastni identiteti. Zakaj je treba v oblikovanje identitete vložiti toliko energije? Sklep bi lahko bil naslednji: ravno zato, ker identiteta ni "vrojena", samonikla oziroma na kakršen koli način esencialna entiteta, jo brez "dela" ni mogoče vzpostaviti.¹⁹

Če bi bila identiteta nekaj povsem "samoniklega" in "naravnega", ne bi bilo treba posamezniku vložiti toliko napora, da vzpostavi ali ohrani istovetnost, zlasti pa ne bi pri posameznikih zaznali tako strahovite potrebe po določanju *outsiderjev*, skratka tistih oseb, ki nikakor ne sodijo v *našo* skupino, ki nimajo naše identitete. Kot abstraktnega pojma se namreč identitete drži razlika, ki se je je na videz možno rešiti z operacijo negacije, torej po znanem obrazcu $A = A$ in $A \neq B$, ki nesporno kaže na to, da so "neprimerni, nepravi" posamezniki nujni in celo "konstitutivni" za vzpostavitev identitete.²⁰

Ko torej govorimo o pripustitvi v neke skupine, se nujno v problematiko vključijo označevanja in kategorizacije. Sebe in druge ljudi namreč hitro uvrščamo pod posamezne označbe/nalepke, ki jih razvija sodobna kultura, in ki so – skoraj vedno – nekakšne binarne opozicije v stilu: moški : ženska, bel : črn, normalen : patološki, pravi : nepravi, mlad : star, heteroseksualen : homoseksualen. Za

¹⁹ Praprotnik, 1999, 153.

²⁰ Praprotnik, 1999, 152–153.

²¹ Praprotnik, 2012, 95.

zadnjo distinkcijo je sploh zelo značilna njena zgodovinska in kulturna pogojenost.²¹

Kategorije torej niso dane vnaprej, niso naravne enote, ampak se kategorije vzpostavljajo s samim lastnim izjavljanjem; ločevanje med naturo in kulturo je tipična človeška lastnost, tudi opredeljevanje mej med normalnim in patološkim vedenjem, ločevanje na “prave” in “neprave”, na “ustrezne” in “neustrezne” posameznike je tipično človeška aktivnost. Lahko bi rekli, da so takšne kategorizacije in poimenovanja performativna dejanja v čisti obliki, saj resnično same vzpostavljajo realnost, o kateri govorijo. S samim poimenovanjem distinkcije vzpostavijo distinkcijo/mejo, o kateri govorijo. In napravijo jo za “relevantno” distinkcijo.

To misel je smotrno nekoliko natančneje pojasniti. Medtem ko je tradicionalni sociološki pristop opredeljeval govor kot neko vrsto vira “skrite” realnosti, kot so vrednote, odnosi in verjetja, sodobne teorije poudarjajo, da je govor v veliki meri performativen, saj ne zrcali in orisuje neodvisne realnosti, ampak je funkcionalni element v samem socialnem procesu.²² Performativna “realnost” se vzpostavlja na način “samouresničujoče se prerokbe” oziroma deluje kot iluzija. V svojem znanem konceptu “The self-fulfilling prophecy” Robert Merton poudarja, da se lahko napačno, a široko razširjeno verjetje v praksi potrdi, toda ne zato, ker je resnično, temveč zato, ker zadosti ljudi verjame (oziroma se vedejo), (kot) da je resnično.²³ Ko je torej “realnost” vzpostavljena, je posamezniki ne dojemajo več kot realnost, ki je bila ustvarjena zgolj z nekaterimi besedami, ampak kot nekaj, kar je že od nekdaj prisotno.

Lepota tovrstnih kategorizacij pa je v tem, da jih povsem nekritično posamezniki prepoznavajao in jih s tem “za nazaj” legitimirajo,

²² Turner, 1974, 213.

²³ Merton, 1968.

podelijo jim status realnih kategorij, nekakšnih “naravnih” kategorij. Kategorije, “skupine”, narodi postanejo to, na kar domnevno pretendirajo, šele takrat, ko jih (in če jih) posamezniki prepoznamo. Vsaka iznajdba kategorije seveda takoj vključi tudi seznam “tipičnih” lastnosti pripadnikov te kategorije.²⁴

Kategorizacija je v končni fazi tudi diskurzivna osnova za diskriminacijo, ta pa povzroča neenake možnosti za zaposlitev, zaslužek, pozornost policije. Čeprav je običajno tako, da so posamezniki tisti, ki so podvrženi konkretni diskriminaciji, pa je utemeljevanje takšnih praks skoraj vedno dano v terminih neke predpostavljene skupine, v katero naj bi prizadeti posameznik sodil. To hkrati pomeni, da je stereotip, ki ga kultura konvencionalno pripne na skupino, apliciran tudi na posameznika. Stereotip je lahko izražen kot nekakšen niz “zdravorazumskih” predpostavk, ki jih kultura poseduje, a jih redko izraža (na glas). Navedimo primer: *Ne moremo je zaposliti, saj je mlada poročena ženska, ki bo imela otroke*. V tem primeru oseba ni percipirana kot samostojna individualna oseba s svojimi izkušnjami, vrlinami, dokazanimi in preverjenimi sposobnostmi. Namesto tega se ji pripne nalepka, ki je domnevno značilna za mlade poročene ženske. Označi se s posebnostjo skupine, kateri domnevno pripada; ne ocenjuje se ona, ampak se vrednoti kot pripadnica skupine. Skupine, kot so mlade poročene ženske ali imigranti, so imaginarni, socialno konstruirani koncepti. Termin skupina pa je instrument za izvajanje diskriminacije. Imigranti naenkrat postanejo specialna in deviantna skupina samo zato, ker smo si izmislili besedo za to skupino. Ko govorimo o Slovencih, je podobna situacija, saj je edini namen tega izraza pogosto v tem, da posamezniki ali mediji obkledajo nekatere posameznike z nalepkami “tujci”.²⁵

²⁴ Praprotnik, 2012, 96–97.

²⁵ Praprotnik, 2012, 97–98.

Še en primer. Do 19. stoletja homoseksualci denimo niso obstajali. Seveda je obstajala spolnost med moškimi in spolnost med ženskami, a to jih ni naredilo za homoseksualce. Homoseksualci so se "rodili" šele takrat, ko so iznašli besedo zanje. In od takrat se jim pripisuje "problematičen, odklonski, nenaraven" značaj. Tovrstno poimenovanje lahko razumemo kot izrazito performativno dejanje, saj s samim poimenovanjem postane "vidno" in "problematično", kar je bilo prej nevidno in neproblematično. Besede imajo torej lahko tudi moč, in sicer v tem smislu, da izpostavijo "značilnosti", ki so bile dotlej nepomembne: sam akt poimenovanja torej vzpostavi novo kategorijo, s tem pa tudi značilnosti nove kategorije. Natančneje rečeno: besede same na sebi seveda nič ne pomenijo, lahko pa dobijo moč, če jim posamezniki pripišejo moč in pomen; takrat nenadoma postanejo pomemben dejavnik razvrščanja, sankcioniranja itd. Nalepke, ki jih "apliciramo" nase in na soljudi se – podobno kot drugi teksti – zelo razlikujejo od ene do druge kulture. **Nobena nalepka in kategorizacija ne izraža preproste realnosti; nalepka ali kategorija šele vzpostavlja realnost, o kateri sama govori.**²⁶

8. Kako si izbrati "pravo" identiteto in ali ta sploh obstaja?

V sodobni družbi je torej postavljen pod vprašaj tudi sam status nalepk (= identitet), ki smo jih posamezniki do nedavnega sprejemali kot nekaj samoumevnega. Takšni in drugačni priročniki za uspešnejše in srečnejše življenje nam nenehno dopovedujejo, da se je treba otresti klasičnih identitetnih vzorcev in prepričanj. Posameznik mora na novo premisliti svojo identiteto, torej premisliti, kateri identitetni markerji v dovoljšnji meri izražajo njegovo "pravo" življenjsko orientacijo. Tu moramo podati pojasnilo: ker smo posa-

²⁶ McKee, 2003, 41 v Praprotnik, 2012, 97–98.

mezniki vselej že subjekti, se tudi ne moremo opazovati na “objektiven” način; zato tudi ne moremo določiti “prave” orientacije, ker je vsaka orientacija že ideološko posredovana, vsak partikularen pogled na svet je že posredovan. Glede na to, da smo subjekti, “pogled na svet” ne moremo misliti drugače kot na bolj ali manj ideološko posredovan način.

Po drugi strani pa postmodernistična filozofija nenehno opozarja na dejstvo, da so identitete prosto lebdeče entitete, ki jih lahko poljubno menjavamo, z njimi trgujemo, zlasti pa lahko sami določamo sebi ustrezne identitete. Kot smo že zapisali: niso identitete tiste, ki usmerjajo naša življenja, in ki bi se jim morali posamezniki “prilegati”, temveč posamezniki sami določajo, katere identitete bodo prepoznali za relevantne.

Identiteta je – tako vsaj ugotavljajo številni raziskovalci – izjemnega pomena za mentalno zdravje. Ob tem je tudi težko prezreti tradicionalne ugotovitve, po katerih sta manko medsebojne socialne primerjave med posamezniki in pomanjkanje pripadnosti skupini ključna dejavnika za ogrožanje mentalnega zdravja posameznikov. Po eni strani so skratka navzoča močna gibanja, ki propagirajo posameznikovo osvobojenost od najrazličnejših identitetnih spon, po drugi strani pa so navzoča tudi stališča, po katerih sta nekolikšno “sidranje” v identiteti in neka mera pripadnosti skupini nujna za zadovoljivo vsakdanje življenje. Posameznik je težko prosto lebdeč. Trditev lahko postavimo še ambicioznejše: ali si sploh želi biti prosto lebdeč? Vsakdanja potrošniška družba in izjemen izbor različnih življenjskih usmeritev po našem mnenju odlično ponazarja zgolj deklarirano, marketinško konstruirano “osvobojenost” od vnaprej predpisanih identitet. Klasične trde identitetne konstrukte posamezniki v veliki meri zavračajo, a jih obenem aktivno nadomeščajo prav z bujnim produciranjem novih “življenjskih stilov”, praktičnih filozofij, z umeščanjem v različna nova religijska gibanja. Nekoč je

bila identiteta nedvoumni in dokončni družbeni "proizvod". Vprašanje "Kdo sem?" je imelo spričo ustaljenega družbenega reda zelo majhno vlogo. Kot ugotavlja Charles Taylor, некоč ljudje niso govorili o "identiteti", pa ne zato, ker ljudje ne bi imeli tega, kar mi imenujemo identitete, ali zato, ker te niso bile odvisne od prepoznavanja, ampak zlasti zato, ker je ta bila preveč neproblematična, da bi jo sploh tematizirali kot tako.²⁷ Danes je vprašanje "Kdo sem?" nadvse aktualno, izhod iz tovrstne zadrege pa se ponuja s pomočjo deklarirano svobodno izbranih življenjskih stilov, ki pa so v pretežni meri vselej že uokvirjeni v posamezne paradigme.²⁸

9. Model komunikacijskega prilagajanja

Življenjski stili so v sodobnem svetu skorajda neomejeni; pravzaprav gre za hegemonistično idejo o tem, da je vsak "svoje sreče kovač", ta neoliberalistična filozofija pa v resnici pomeni, da je posameznik vse odgovornejši za svojo "srečo", pa tudi za ekonomski položaj. Ob tej navidezni liberalnosti sodobnega sveta pa prav trdovratno obstajajo "kategorije", ki jim družba vztrajno pripenja posebne pomene. Družba denimo vselej najde dovolj posameznikov, ki sodijo v skupino starejših oseb, čeprav sam termin pravzaprav ne pomeni nič. Prav zaradi pomske praznosti se za to kategorijo vselej najde dovolj ustreznih ljudi. Že samo menjavanje definicij, kaj so to starejši ljudje ali pa kaj pomeni pojem moškost, ženskost, normalnost, dokazuje, da ne gre za pojme s fiksnim pomenom, temveč vsaka kultura v skladu s svojimi interesi definira in zameji polje oseb, ki spada vanj. Ne gre za kakršno koli "realnost", ali izražanje dejanskosti, ti pojmi govorijo predvsem o tem, kako sodobna kultura konceptualizira svet, kako razrešuje notranje napetosti in kako upomenja družbo.

²⁷ Taylor, 1994, 34 v Praprotnik, 1999, 31.

²⁸ Praprotnik, 2012, 93-100.

Starejše osebe so pogosto uokvirjene in nagovorjene v skladu s predpostavljenim stereotipom skupine, ki naj bi ji domnevno pripadale. Bodimo konkretni. Ali ste kdaj slišali mlajšo osebo komunicirati s starejšo osebo in se zraven morda vprašali, zakaj mlajša oseba uporablja specifičen ton govora in posebne, bolj otročje, pomanjševalne besede – zakaj torej uporablja način govora, ki bi ga vi sami uporabili pri komunikaciji z otrokom? Zakaj se pojavlja takšen stil komuniciranja in kakšne odnosne in vsebinske vidike vzpostavlja takšna komunikacija?

V pomoč pri pojasnjevanju teh procesov nam bodo različni komunikacijski in interakcijski modeli in teorije, denimo teorija, ki se v izvirni različici glasi **communication accommodation theory (CAT)** – teorija komunikacijskega prilagajanja), in model, ki se imenuje **communication predicament of aging (CPA)** – model komunikacijskih nesporazumov glede starosti).

Teorija komunikacijskega prilagajanja (CAT) proučuje načine, na katere ljudje prilagajajo svoj stil komuniciranja glede na naslovnika – sogovorca. Ljudje težimo k hitrejšemu govorjenju, če komuniciramo z osebo, ki govori hitro, in verjetno uporabljamo več slengovskih ali žargonskih besed, kadar govorimo s prijateljem, zelo malo ali nič pa v primeru pogovora z naključno osebo, s katero nimamo skupnih izkušenj, zlasti pa ne skupne pripadnosti socialni skupini. Z drugimi besedami: svoj govor običajno približamo govornemu stilu osebe, za katero verjamemo, da smo ji blizu, ki nam je podobna. Po drugi strani pa se s svojim govorom skušamo karseda razlikovati od tistih oseb, ki jim ne želimo biti podobni. Teorija komunikacijskega prilagajanja se zlasti osredotoča na pripadništvo različnim socialnim skupinam, zato denimo raziskovalci proučujejo, kako konflikti med skupinami vplivajo na spremembo govornih stilov. Ljudje pogosto pretiravajo pri naglaševanju, poudarjanju zlogov, spremenijo modulacijo govora, intonacijo ali celo začnejo govoriti v drugem jeziku, če se soočijo z

osebo, ki pripada drugi kulturni skupini.²⁹ Zanimiv primer ponuja pragmatik Jef Verschueren. V knjigi *Razumeti pragmatiko* navaja primer nemškega berača, ki se je z mimoidočim turškim priseljencem nekaj časa pogovarjal v standardni nemščini, nenadoma pa preklopi v “tujsko govoro”: *Türkishmann du?* [“Turek ti?”]. S tem preklpom v jezikovnem kodu postavi priseljenca, kot zapiše Verschueren, “na njegovo mesto” in ponovno vzpostavi ogroženo razmerje moči.³⁰

Ta teorija skuša tudi pojasniti, zakaj ljudje s stigmatiziranim govornim stilom morda prikrivajo ali v nekaterih družbenih situacijah občutno spremenijo svoj način komunikacije (pri razgovorih za službo).³¹

Kaj imajo ti primeri opraviti s starostjo in staranjem? Tudi starostne skupine so pravzaprav socialne skupine. Starostne skupine sicer nimajo svojega tipičnega naglaševanja ali narečja, vseeno pa lahko s pomočjo te teorije razumemo nekatere vidike medgeneracijskega komuniciranja. Teorija se osredotoča na vprašanje, kako se lahko mlajše generacije pretirano prilagajajo starejšim ljudem v svoji komunikaciji. **Pretirano prilagajanje** (angl. *overaccommodation*) pomeni “iti predaleč” v prilagajanju, iti predaleč v prilagajanju komunikacijskim potrebam neke druge osebe. Klasičen primer je komuniciranje s starejšimi, kot da bi ti bili dojenčki oziroma majhni otroci (torej domnevno mentalno manj kompetentni). **Govorec se v tem primeru v komunikaciji ne prilagaja starejši osebi, temveč se pravzaprav prilagaja stereotipu o starejših ljudeh.** Še tipičnejša je situacija, če govorec ne pozna dobro sposobnosti drugega sogovorca – v tem primeru govorec pogosto uporabi kakšno “bližnjico” – in običajno uporabi stereotip. Če starejše osebe

²⁹ Ryan, 2007, 74.

³⁰ Verschueren, 2000, 177.

³¹ Ryan, 2007, 74–75.

stereotipiziramo za slabše slišoče osebe, potem ljudje tipično govorijo s starejšimi ljudmi glasneje. Če domnevajo, da starejšim upada mentalna sposobnost in hitrost razmišljanja, uporabljajo počasnejši in poenostavljen govorni stil. Zapomniti si moramo, da so naši stereotipi o staranju v pretežni meri negativni, zato je tudi večja verjetnost, da bodo vplivali na komunikacijo.³²

Za ta stil pretiranega komunikacijskega prilagajanja poznamo več izrazov, denimo **pokroviteljski govor (angl. *patronizing talk, elder-speak, secondary baby talk*)**. Ključne elemente tega stila navajamo v tabeli 1. Ti načini govorne prilagoditve so bili analizirani v številnih raziskavah: mladi ljudje so uporabljali preprostejši besednjak in počasnejši govorni stil pri komuniciranju s starejšimi. Poznamo tudi ekstremne primere pokroviteljskega govora, denimo v oskrbovanih domovih. Primer: “Najprej si bova slekli zgornji del pižame, potem bova vstali in si slekli še spodnji del pižame. Tako. Pridna punca.”

Tabela 1: Elementi (značilnosti) pokroviteljskega govora

Element	Definicija in primeri
Poenostavljena slovnica	Uporaba kratkih prostih stavkov. “Tukaj je tvoja hrana. Lahko jo poješ. Zelo dobra je.”
Poenostavljen besednjak	Uporaba kratkih besed, namesto dolgih ekvivalentov. Govorjenje o psu namesto o dalmatincu, uporaba besede velik, namesto besede ogromen (izjemen)
Ljubkovalna imena	Uporaba besed ljubica, draga moja
Povečana glasnost	Glasnejše govorjenje
Zmanjšana hitrost	Počasnejše govorjenje
Visoka in spremenljiva višina tona govora	Uporaba delno cvilečega govornega stila, pretiravanje v menjavanju tona govora
Uporaba ponovitev	Ponavljjanje, ponovno omenjanje že izrečenih stvari, preobilna uporaba istih besed večkrat zapored
Uporaba otroških izrazov	Uporaba besed, ki so tipične za otroke: “kužek” namesto pes, “čuha puha” namesto vlak

Povzeto po Ryan, 2007, 76.

³² Ryan, 2007, 75.

9.1. Model komunikacijskih nesporazumov (The Communication Predicament of Aging – CPA)

Model komunikacijskih nesporazumov na področju staranja kot izhodišče vzame teorijo pretiranega komunikacijskega prilagajanja in jo razširi v splošno shemo vzrokov in posledic neustrezne medgeneracijske komunikacije.

Omenjeni model začne pojasnjevati proces neustreznega komuniciranja na točki, ki jo lahko imenujemo ocenjevanje (ugotavljanje starosti na podlagi starostnih znakov – angl. *age cues*). Posamezniki hitro prepoznajo pripadnost oseb v kategorijo “starejših oseb” na podlagi vizualnih znakov, kot je nagubana koža, sivi lasje, spremenjena glasovna modulacija, počasnejše govorjenje. Tudi uporaba posameznih besed lahko prispeva k določanju starosti, denimo uporaba besed, ki niso več aktualne, denimo na področju rabe tehnologij. Ti vizualni in fizični znaki aktivirajo stereotipiziranje, ustvarijo podobo starajoče se osebe, kar vpliva na posameznikove odločitve o tem, kako bo s starejšo osebo komuniciral. Ko rečemo, da ti znaki vplivajo na odločitve o stilu komunikacije, govorimo pravzaprav o zelo hitrih odločitvah, ki potekajo v pretežni meri na nezavedni ravni. Tipični učinek je v tem, da negativni stereotipi vodijo k pretiranemu prilagajanju, kot smo ga pojasnili v teoriji pretiranega komunikacijskega prilagajanja. Tu torej govorimo o **modificiranem govornem obnašanju** v odnosu do starejše osebe, ki je navedena v nadaljevanju.³³

Model komunikacijskih nesporazumov na področju staranja je sestavljen iz naslednjih faz:

- prepoznavanje znakov starosti (fiziološki, psihološki, socio-kulturni znaki)
- stereotipna pričakovanja

³³ Ryan, 2007, 77.

- modificirano govorno obnašanje v odnosu do starejše osebe
- omejene možnosti komuniciranja => okrepitev starostno stereotipnega obnašanja
- zmanjšana samopodoba oziroma samospoštovanje (zmanjšana psihološka aktivnost in omejena socialna interakcija)
- spremembe (fiziološke, psihološke, sociokulturne)³⁴

To pretirano prilagajanje ali uvajanje pokroviteljske komunikacije omejuje komunikacijske izbire oseb. Če se nekdo z nami pogovarja, kot da smo stari štiri leta, je seveda precej težko predstaviti in izraziti širšo intelektualno sposobnost in iskričnost. Osebe so v takšnih primerih komuniciranja pred osnovno dilemo: ali naj tovrstno "otročko" nagovarjanje ignorirajo ali pa naj se prepustijo takšni komunikaciji, kar (lahko) pomeni sprejemanje. Lahko pa se začnejo pritoževati ali celo zavračati takšen tip komunikacije; v tem primeru bodo dobili nalepko, da so zagrenjeni, čudaški, ostri (stereotip godrnjača ali nergača).

Pretirano govorno prilagajanje in s tem povzročene omejitve v komunikaciji in izražanju intelektualnih sposobnosti imajo zelo negativne učinke za starejšo osebo. Eden izmed tipičnih pojavov je tako imenovani *the blame the victim effect* - ko ljudje slišijo in zaznajo, da so do neke osebe drugi posamezniki pokroviteljski, ljudje samodejno domnevajo, da je ta oseba kognitivno omejena, tudi če osebe sploh ne poznajo. Še več, celo naslovniki pokroviteljskega govora (torej same starejše osebe) izražajo ta učinek. Ko se skratka drugi ljudje do njih pokroviteljsko vedejo (pokroviteljsko komunicirajo), se tudi sami (pogosto) ocenjujejo za manj kompetentne.³⁵

³⁴ Ryan, E. B., Giles, H., Bartolucci, G., Henwood, K., Psycholinguistic and social psychological components of communication by and with the elderly, 1-24 1986, v: Ryan, 2007, 77.

³⁵ Ryan, 2007, 79.

Po eni strani se torej omejujejo komunikacijske opcije, ki jih ima na voljo starejša oseba, po drugi strani pa dolgotrajni pokroviteljski odnosi vplivajo na to, da si starejša oseba ustvari mnenje, da si morda celo "zasluži" takšen način komuniciranja. Ko enkrat sprejmejo idejo o nekompetentnosti in podrejenosti, se lahko začnejo vesti na način, ki je usklajen/konsistenten s tem stereotipom. Na ta način tudi krepijo in reproducirajo neutemeljeni, toda pripisani stereotip, ki je sprožil celotni proces. Sporočilo je precej preprosto: ravnaj in komuniciraj z osebo, kot da je nesposobna in nekompetentna, in čez čas bo ta morda celo zares postala nekompetentna.³⁶

Ironično je tudi dejstvo, da so nekateri elementi pokroviteljskega komuniciranja celo v pomoč starejšim, saj lajšajo razumevanje. Poudarjanje besed, zvočno izpostavljanje ključnih zlogov besede, izpostavljanje ključnih besed in reduciranje slovnične kompleksnosti lahko prispeva k hitrejšemu in natančnejšemu razumevanju komunikacije. Spet drugi elementi pa so lahko škodljivi, denimo govorjenje z visokimi toni ali redukcija dolžine stavka. Čeprav torej ocenjujemo ta tip govora kot pokroviteljski, ga v nekaterih situacijah starejše osebe tudi cenijo. Zlasti osebe, ki trpijo zaradi različnih bolezni, ali osebe, ki bivajo v negovalnih institucijah, razumejo elemente pokroviteljskega govora kot izraz skrbi in pozornosti. Čeprav torej govorimo o negativni plati tega stila, se moramo zavedati, da so lahko nekateri elementi tega stila včasih ustrezni, in ustrezni za kakšen tip oseb. Ključno je torej ugotoviti, kdaj bi bil takšen stil govora ustrezen in kateri specifični elementi tega stila so lahko potencialno funkcionalni.³⁷

³⁶ Ryan, 2007, 79.

³⁷ Ryan, 2007, 79–80.

10. Vpliv stereotipov o starosti na razvoj komuniciranja

Kako pozitivni in negativni stereotipi vplivajo na komunikacijo? Zavedati se moramo, da so lahko uporabljeni tudi pozitivni stereotipi. Dejstvo pa je, da negativni stereotipi hitreje spodbudijo pokroviteljski način govora. Resno zdravstveno prizadeta oseba ima večje možnosti, da jo bodo začeli obravnavati na pokroviteljski način. Oseba, ki se pritožuje, nerga, ki je zahtevna, pa po vsej verjetnosti ne bo doživela pokroviteljskega načina govora. Sogovorec bo z nergačem ubral drugačno strategijo: skušal se bo izogniti prevelikemu številu srečanj, interakcijo z "nergačem" bo hitro zaključeval. Z osebami, ki jim pripišejo pozitivne stereotipe (da so kljub starosti še vedno poskočni in družbeno aktivni babice ali dedki), bodo komunicirali na običajen način. Kljub pozitivnim stereotipom pa se moramo zavedati slabih učinkov teh pozitivnih stereotipov. Pozitivni stereotipi o poskočnih babicah in dedkih, o aktivnih in angažiranih osebah, so še vedno stereotipi. Nihče si namreč ne želi, da bo ves čas razumljen kot topla, skrbna babica in da je "biti babica" vse, kar ti je preostalo (od življenja). Toda če ima oseba sive lase in rada rešuje križanke, jo bodo po vsej verjetnosti hitro kategorizirali. Ko pa osebo sogovorniki kategorizirajo v socialno skupino "babic", je tudi zelo možno, da bodo omejili teme pogovora, ki jih bodo odpirali v pogovoru z osebo (vreme namesto politike) in spremenili besedišče pogovora. Čeprav bo lahko konverzacija povsem prijetna, pa bo lahko hkrati omejena na zelo pomenljive načine in teme pogovora, ki naj bi bile "rezervirane" za to socialno skupino.³⁸

11. Starostna identiteta: razkrivanje in prikrivanje starosti v komunikaciji

Za mnogo ljudi je njihova starost pomemben del njihove identitete

³⁸ Ryan, 2007, 80-81.

in vzpostavlja navidezni občutek za skupinsko pripadnost. V zvezi s starostno identiteto pa moramo pojasniti pomemben koncept iz antropologije vsakdanjega življenja – to je koncept integritete (angl. *face*).³⁹ Ko družboslovci govorijo o “integriteti”, govorijo o osebni samopodobi in o tem, kako posamezniki predstavljajo sebe drugim osebam. Poznana nam je ideja, da je nekdo izgubil integriteto: bojimo se denimo, da bodo naši znanci spremenili mnenje o nas, če bomo vpričo njih storili kaj zelo sramotnega. Dejanja, ki ogrožajo našo integriteto, postopki, ki od nas zahtevajo dejanja, ki jih ne želimo storiti (izpolnjevanje direktne prošnje, ukazi), dejanja kritiziranja, so dejanja, ki ogrožajo integriteto (angl. *face-threatening acts*). Dejanja, ki skušajo minimizirati take grožnje, imenujemo varovanje integritete. Dejanja, ki nas skušajo pokazati v karseda pozitivni luči, pa imenujemo dejanja, ki krepijo integriteto (angl. *face enhancement*). S tem se ukvarja raziskovalno področje, ki ga imenujemo teorija vljudnosti,⁴⁰ (angl. *politeness*), ki proučuje “strategije, s katerimi uporabniki jezika zavarujejo svojo in naslovljenčevo integriteto”.⁴¹

Integriteta je pomemben koncept pri razmišljanju o identiteti, saj je način, kako sami gledamo na sebe, in način, kako drugi gledajo na nas, pogosto določen na podlagi tega, katere identitete skušamo izpostaviti/poudariti, in od tega, katere identitete bi po mnenju sogovorcev lahko izpostavili. Posamezniki lahko strateško izpostavljajo/poudarjajo identitete z namenom ohranjanja ali krepitve svoje integritete. Drugače rečeno; v govoru se aktivno *orientirajo* na nekatere vidike identitete, naredijo jih za *relevantne*. Tudi podatek o svoji starosti včasih naredijo za relevanten, če imajo za to interes; interes je lahko varovanje osebne integritete.

³⁹ Verschueren, 2000, 468.

⁴⁰ Brown; Levinson, 1999, 321-335.

⁴¹ Verschueren, 2000, 79.

Osnovni način razkrivanja starostne identitete v konverzaciji je, da osebe sogovornem preprosto povedo, koliko so stare. Vendar podatek o starosti ne posredujejo zlahka in z veseljem. Vpraševanje po starosti velja za nevljudno, zlasti vpraševanje žensk. To je le izraz seksističnega odnosa do žensk. V ozadju tovrstne "vljudnosti" je seksistična domneva, da je starost (ali natančneje "mladost") še posebno pomemben podatek za ženske. Če pa je starost in z njo povezana fizična privlačnost pomemben podatek, to hkrati pomeni, da večinska kultura percipira ženske kot "estetski spol", torej kot spol, ki se nujno mora narediti za privlačnega. Vse, kar stori ženska, je del njej lastne prisotnosti oziroma del njenega videza, ki iz nje naredi žensko, jo konstruira kot žensko in hkrati oblikuje njeno žensko identiteto. John Berger je to zgoščeno zapisal: Moški delujejo in ženske se kažejo.⁴² Posredovanje tovrstnih informacij pogosto spremlja pomenljiva neverbalna komunikacija.⁴³

V starosti se vzorec razkrivanja informacij o starosti spremeni, posredovanje tovrstnih informacij postane pogosta tema pogovora, rabi pa dvema funkcijama. Obe funkciji se navezujeta na idejo, da obstaja povezanost med starostjo in zdravjem. Za bolehnne ljudi lahko posredovanje starosti deluje kot pojasnjevalni element, denimo takole: *Nisem v svetovni formi, res je, pa saj nihče ni; če prilezeš do 83. leta, pa itak ne moreš pričakovati, da boš poskočen kot nekoč.*

11.a Funkcija posredovanja starosti; varianta 1

S posredovanjem za osebo "obremenilnih" informacij (zdravstvene težave, skrbi, pešanje spomina) ta sogovornem pove, da je na neki način nepopolna. Posredovanje za osebo "obremenilnih" informacij bi lahko poimenovali kot dejanje, ki ogroža integriteto. Kako se

⁴² Berger, 1972, 46-47.

⁴³ Ryan, 2007, 86-88.

osebe zavarujejo pred dejanji, ki ogrožajo integriteto? En način je posredovanje lastne starosti. Če oseba posreduje podatek o svoji starosti, lahko izvedemo niz sklepov: oseba je stara 83 let, to je relativno visoka starost, večja verjetnost je, da bodo starejši ljudje trpeli zaradi fizičnih težav. Opazite lahko, kako je tu vključen stereotip, tako da je logično, da se ne počuti zelo dobro. V tem primeru je zaporedje sklepov torej smiselno in "logično" le zaradi obstoja stereotipa, da obstaja povezava med starostjo in zdravstvenim stanjem osebe: več let imaš, več imaš tudi zdravstvenih težav.

Vsaka potencialna/ogrožajoča sodba, da je ta oseba (83 let) fizično nebogljena, je povsem izključena zaradi domneve, da so vsi ljudje pri starosti 83 let na takšen ali drugačen način precej fizično nebogljeni.⁴⁴

Razkrivanje starosti je torej poskus varovanja integritete v smislu: "problemi, ki jih sam doživljam, se lahko razložijo z mojo starostjo in torej ne izražajo mojih osebnih težav, ampak gre za splošne zadeve, ki jih doživljajo vsi 83-letniki".

11.b Funkcija posredovanja starosti; varianta 2

Razkrivanje lastne starosti lahko služi tudi disjunktivni funkciji. Vzemimo konkretno izjavo:

Še vedno imam zelo natrpan urnik in hiter življenjski ritem, čeprav imam 83 let. Nisem mlada, maja sem praznovala 83 let.

Gre torej za povezavo dveh argumentacijsko nasprotno usmerjenih stavkov, kar nakazuje denimo dopustni veznik čeprav. V tem primeru skuša govorec izpostaviti svojo pozitivno integriteto. Čeprav imeti natrpan urnik ni nič posebnega za "običajne" ljudi, pa postane to relevantna in pomenljiva informacija ob posredovanju

⁴⁴ Ryan, 2007, 88.

informacije o starosti (83 let). Aktivira se stereotip o klasičnem ugašanju aktivnosti v poznejših letih. Svojo aktivnost tako oseba naredi za občudovanja vredno. Ta tip razkrivanja je disjunktivna izjava, saj je tipično pričakovanje o 83-letnici v opoziciji (disjunkciji) z obnašanjem te osebe. Rezultat je krepitev lastne integritete – “še vedno se dobro upiram staranju”.

Te funkcije ohranjanja integritete na ravni razkrivanja starosti so zanimive iz več razlogov: podatek o starosti je pravzaprav vir, ki ga lahko uporabimo na vsaki točki konverzacije, da zaščitimo/okrepimo integriteto. Starost se ne razkriva zelo pogosto, razkriva pa se na “strateški” način – takrat, ko je to potrebno ali ugodno za posameznika. Drugič, funkcije razkrivanja starosti (kot pojasnjevanje slabega splošnega počutja ali kot varovanje integritete) bazirajo na domnevi o procesih staranja. Obe strategiji sta zasnovani na naslovnikovem verjetju v stereotip o povezanosti med starostjo in zdravjem. Če naslovnik v ta stereotip ne bi verjel, bi bile takšne izjave nesmiselne. Obstaja pa neugodna posledica takšnih strategij za stare ljudi. Uporaba tovrstnih izjav in strategij posredovanja informacij o starosti je sicer koristna za konkretne posameznike, a hkrati te izjave krepijo negativne percepcije o starih ljudi na splošnejši ravni. Kadar stari ljudje rečejo, da “jim gre kar dobro za njihovo starost”, sami sicer delujejo zelo v redu, toda hkrati reproducirajo stereotip, da je starost nekaj slabega, da običajno pomeni slabitev fizičnih ali psiholoških sposobnosti.⁴⁵

12. Zaključek

Identiteta je, kot vidimo, izrazito procesualne narave, saj posamezniki bolj ali manj aktivno izpostavljajo tiste vidike lastne identitete, za katere sodijo, da so relevantni. Natančneje rečeno: posamezniki

⁴⁵ Ryan, 2007, 88-89.

nekatero informacijo naredijo za relevantno: informacija o starosti je že tip informacij, ki jih bolj ali manj strateško uporabljamo. Posamezniki torej “strateško” uporabljajo identiteto; kadar jim prinaša bonitete/odobravanje/socialno glorifikacijo, bodo izpostavljali tudi pripadnost identitetam, ki so jih še pred nekaj trenutki morda zavračali. Tovrstne identitete vsekakor zahtevajo našo pozornost. Še enkrat pa moramo opozoriti, da identitete zahtevajo našo pozornost, če jih omenjajo ali gradijo sami posamezniki, če jim torej posamezniki pripišejo pomembnost, če se aktivno orientirajo k partikularnim identitetam. Zlasti moramo biti pozorni v primeru, ko posamezniki aktivno izpostavljajo identitetne markerje v interakciji, tudi če teh identitetnih podatkov ni nihče eksplicitno zahteval od njih oziroma niso nujni za razumevanje interakcije.

Identitetam torej ne moremo pripisovati pomembnosti kar samim na sebi in jih tudi ne smemo razumeti na dobeseden način. Katere identitete torej zaslužijo našo pozornost? Vsekakor tiste, h katerim se skozi svoj govor ali neverbalno komunikacijo orientirajo sami posamezniki, torej tiste identitete, ki jih naredijo za relevantne sami posamezniki, tudi če niso na našem raziskovalnem “seznamu” identitet.⁴⁶ Zato bi bil splošen napotek, da oseb v komuniciranju ne ocenjujemo na podlagi svojega vnaprej sestavljenega seznama kategorij (stari, torej nebogljeni), ampak opazujmo, katere identitete in katere življenskožilne kategorije naredijo za relevantne sami govorci. A tu moramo pristaviti še nekaj: dokler bo starost vnaprej relevantna informacija, ki jo bodo v svojo strategijo komuniciranja vključevali posamezniki, in dokler bo starost na kakršen koli način “pojasnjevalni podatek” (tudi argument za posameznikovo glorificiranje, da je še vedno “poskočen”, ali pa pojasnilo, zakaj je “ubog”), lahko pričakujemo tudi diskriminatorno komuniciranje.

⁴⁶ Antaki, Widdicombe, 1998, 13-14.

Bibliografija

- ANTAKI, C., WIDDICOMBE, S. (1998): "Identity as an Achievement and as a Tool", v: Antaki, C., Widdicombe, S., ur., *Identities in Talk*, SAGE Publications, London, Thousand Oaks, New Delhi, 1-14.
- BARNARD, M. (2005): *Moda kot sporazumevanje*, Ljubljana, Zbirka Sophia, Sodobna družba.
- BERGER, J. (1972): *Ways of seeing*, London and Harmondsworth, British Broadcasting Corporation, Penguin Books.
- BROWN, P., LEVINSON, S. C. (1999): "Politeness: Some Universals in Language Usage", v: Jaworski, A., Coupland, N., ur., *The Discourse Reader*, Routledge, London in New York, 321-335.
- BUCHOLTZ, M., HALL, K. (2003): "Language and Identity", v: Duranti, A., ur., *A Companion to Linguistic Anthropology*, Basil Blackwell, Oxford, 368-394. http://www.colorado.edu/linguistics/faculty/kira_hall/articles/B&H2004b.pdf, 24. 1. 2014.
- DUNCAN, H. D. (1967): "The Search for a Social Theory of Communication in American Sociology", v: Dance, F. E. X., ur., *Human communication theory*, Holt, Rinehart and Winston Inc, New York, Chicago, San Francisco, Toronto, London, 236-263.
- EPIKTET (2009): *Umetnost življenja*, Ljubljana, Založba Eno.
- FAIRCLOUGH, N. (1995): *Media Discourse*, London, Arnold.
- FISKE, J. (2004): *Uvod v komunikacijske študije*, Ljubljana, Založba FDV.
- GOFFMAN, E. (1959): *The presentation of self in everyday life*, New York, Anchor Books.
- MERTON, R. K. (1968): *Social Theory and Social Structure*, New York in London, The Free Press.
- PRAPROTNIK, T. (1999): *Ideološki mehanizmi produkcije identitet; od identitete k identifikaciji*, Ljubljana, ISH in Študentska založba.

PRAPROTNIK, T. (2010): "Umetnost ustvarjanja vtisov: ves svet je oder in ljudje igralci na njem", *PiarNaKvadrat*, Slovensko društvo za odnose z javnostmi, 13, 28–29.

PRAPROTNIK, T. (2012): "Procesi osmišljanja sveta in konstrukcija identitete", *Monitor ISH*, 14/1, 75–115.

PRAPROTNIK, T. (2013): "Medijska konstrukcija realnosti: rituali, diskurzi in inštitucije", *Monitor ISH*, 15/1, 119–179.

RYAN, E. B. (2007): "Aging, Identity, Attitudes, and Intergenerational Communication", v: Harwood, J., ur., *Understanding Communication and Aging; Developing Knowledge and Awareness*, SAGE PUBLICATIONS, University of Arizona, 73–91, http://www.sagepub.com/upm-data/15091_Chapter4.pdf, 24. 1. 2014.

TAYLOR, C. (1994): "Multiculturalism and The Politics of Recognition", v: Gutmann, A., ur., *Multiculturalism, Examining the Politics of Recognition*, Princeton University Press, United Kingdom, 25–74.

TURNER, R. (1974): "Words, Utterances and Activities", v: Turner, R., ur., *Ethnomethodology*, Penguin Books, Harmondsworth.

ULE, M. (2009): *Psihologija komuniciranja in medosebnih odnosov*, Ljubljana, Založba FDV, Fakulteta za družbene vede, Knjižna zbirka Psihologija vsakdanjega življenja.

VERSCHUEREN, J. (2000): *Razumeti pragmatiko*, Ljubljana, Založba *cf.