

POKOLENIE Z – PRÓBA DIAGNOZY

Jean M. Twenge: *iGen. Dlaczego dzieciaki dorastające w sieci są mniej zbuntowane, bardziej tolerancyjne, mniej szczęśliwe – i zupełnie nieprzygotowane do dorosłości: i co to oznacza dla nas wszystkich*, przeł. Olga Dziedzic. Smak Słowa. Sopot 2019, s. 384.

Jean M. Twenge – psycholog z Uniwersytetu Stanowego w San Diego – przedmiotem swych badań uczyniła *iGeneration* (generację i – od internetu). Chodzi o osoby urodzone po 1995 roku, najmłodsze aktualnie pokolenie dorosłych. Synonimami tego terminu są m.in. pokolenie/generacja Z lub C (od ang. *connected* – ciągłej obecności w sieci) i postmilenialsi. Zapewne z czasem pozostanie jedno, dominujące określenie tego pokolenia. Badaczka pisze wprawdzie, że teoretyczne podstawy i ustalenia dotyczące *iGeneration* dopiero się kształtują, ale jednocześnie zakłada, iż zakres tego pokolenia to mniej więcej kilkanaście lat. Twenge przypuszcza, że data graniczna mieści się pomiędzy latami 2009–2015. Oznacza to, że najmłodszy dziś użytkownicy sieci będą już należeli do innego, charakterystycznego pokolenia.

Postmilenialsów wyróżnia to, iż urodzili się już w czasach istnienia powszechnego dostępu do komputerów, internetu i technologii mobilnych. Generacja i jest pierwszą, która nie musiała się uczyć korzystania z tych zdobyczy postępu mechanicznie, ale wychowywała się i socjalizowała w środowisku telefonów komórkowych, ciągłego dostępu do sieci i mediów społecznościowych.

Autorka „iGenu” badała przedstawicieli tego pokolenia w Stanach Zjednoczonych. W swojej pracy posłużyła się zarówno metodami ilościowymi (analiza ankiet i sondaży), jak też jakościowymi (wywiady pogłębione z postmilenialsami). Na tej podstawie wysnuła wnioski na temat tego, co tę grupę charakteryzuje, nie tylko w sensie psychologicznym i społecznym, ale także w zakresie praktyk związanych z użytkowaniem mediów.

Szczególnie warta uwagi jest przyjęta metodologia, która pozwoliła wyeliminować wiele błędów i pułapek, czyhających na badacza kolejnych generacji. Autorka skupia się między innymi na tym, że badanie ankietowe przeprowadzane aktualnie na różnych pokoleniach, by je porównać, nie pozwala wyodrębnić tego, co jest różnicą kulturową, a co wynika z wieku respondentów. Aby wnioski z badań Twenge były uprawnione, porównywała wyniki ankiet i sondaży dotyczących *iGeneration*

z wynikami ankiet i sondaży dotyczących innych generacji, gdy te były w zbliżonym przedziale wiekowym. Autorka wykorzystała cztery źródła danych z wynikami badań młodzieży: Monitoring the Future i Youth Risk Behavior Surveillance System (systematyczne, coroczne badania amerykańskich licealistów), American Freshman (systematyczne badanie studentów pierwszych lat) oraz General Social Survey (ogólna ankieta społeczna badająca osoby powyżej 18. roku życia). Najstarsza z ankiet (GSS) prowadzona jest od 1972 roku.

Jako uzupełnienie analizy porównawczej danych zastanych z ilościowych badań ankietowych badaczka wykorzystała wywiady pogłębione z 23 przedstawicielami pokolenia Z. Przeprowadziła także własneankiety wśród studentów oraz młodych internautów (za pomocą kwestionariusza *online*).

Publikacja, poza wstępem i zakończeniem, zawiera dziesięć rozdziałów, z których dwa są szczególnie interesujące dla medioznawców. W rozdziale „W internecie: czas spędzany w sieci... i innych mediach” Twenge przytacza przede wszystkim dane dotyczące użytkowania smartfonów oraz aktywności, do jakich *iGeneration* wykorzystuje te urządzenia. Z tego rozdziału można między innymi dowiedzieć się, ile czasu dziennie przedstawiciele pokolenia Z spędzają na wysyłaniu SMS-ów, surfowaniu po internecie, graniu czy aktywności w mediach społecznościowych.

Autorka ze zdumieniem stwierdza, że w analizowanych danych zastanych pytania o *social media* pojawiły się dopiero w roku 2008, czyli z wyraźnym opóźnieniem. Tymczasem z jej pracy jednoznacznie wynika, że te zbagatelizowane media przyniosły poważne skutki dla całego pokolenia. Wpłynęły nie tylko na sposób konsumowania treści medialnych, ale zmieniły także praktyki czytelnicze, przekształciły procesy poznawcze i skutkują wieloma jednoznacznie negatywnymi zjawiskami. Twenge opisuje tak powszechne kwestie, jak narastające problemy z czytaniem ze zrozumieniem, uzależnienie od internetu i *social mediów*. Zwraca też uwagę na mniej oczywiste zjawiska, w tym zaburzone postrzeganie własnego wizerunku, w ekstremalnych przypadkach wiążące się z wykonywaniem operacji plastycznych, by upodobnić się w jak największym stopniu do swojej idealnej wersji, osiągniętej za pomocą instagramowych filtrów, poprawiających zdjęcia.

Kolejny rozdział wart uwagi medioznawcy to „Wirtualni: jestem z tobą, ale nie osobiście”. Autorka opisuje w nim życie *online* i *offline* pokolenia Z. Analiza wyraźnie dowodzi, że *iGeneration* większość swojego życia spędza *online*, przed różnymi ekranami, a wręcz preferuje kontakty zapośredniczone technologiami, zwłaszcza mediami społecznościowymi. Rzadziej podejmuje aktywności poza internetem. Widoczna jest nawet tendencja do poważnego ograniczenia rozmów telefonicznych na rzecz komunikacji tekstowej i obrazkowej. Używanie urządzeń elektronicznych wyraźnie koreluje z niskim poczuciem szczęścia i obniżeniem nastroju. Postmilenialsi tracą także stopniowo umiejętność komunikacji niezapośredniczonej ekranami, coraz mniej komfortowo czują się *offline*. Z drugiej jednak strony, naukowcy wskazują na poważne problemy z poczuciem bezpieczeństwa w sieci. Osoby, które badała, wskazywały na ciągły stres związany z byciem cały czas *online* oraz z koniecznością nieustającej kontroli wizerunku i komunikacji. Jednocześnie

przedstawiciele generacji i odczuwają nieustający lęk przed odcięciem od informacji (FOMO – *Fear of Missing Out*), obawiają się, że coś ważnego ich ominie.

Pozostałe rozdziały publikacji skupiają się przede wszystkim na psychospołecznych aspektach funkcjonowania *iGeneration*. Autorka omawia wydłużający się proces dojrzewania i usamodzielniania się tej grupy, która wyraźnie woli pozostać w rodzinie generacyjnej. W jednym z rozdziałów Twenge opisuje kwestie zdrowia psychicznego postmilenialsów, zdecydowanie bardziej kruchego niż u poprzedników. Prezentuje również niezbyt entuzjastyczny stosunek pokolenia Z do religii i duchowości.

Część pracy badaczka poświęca też na kwestie związane z autoizolacją tej grupy, która w porównaniu do wcześniejszych pokoleń zdecydowanie mniej wychodzi z domu, spotyka się towarzysko, używa alkoholu. Za to ważne jest dla niej poczucie bezpieczeństwa i kontroli sytuacji, więc nie podejmuje zbędnego ryzyka. Przekłada się to również na późniejsze uzyskanie prawa jazdy lub w ogóle rezygnację z takiej możliwości, bo i tak ktoś starszy wozi przedstawicieli pokolenia Z. Twenge opisuje też nasilone reakcje *iGeneration* na sytuacje, które ich poprzednicy uznaliby za normalne lub błahe. Tymczasem najmłodsze pokolenie uznaje je za zagrażające, niebezpieczne i powodujące dyskomfort. Do takich sytuacji zalicza się m.in. gra w berka (w przypadku młodszych przedstawicieli) oraz zaproszenie do uczelnianej debaty kogoś, kto prezentuje inne poglądy niż sami studenci.

Autorka jasno przedstawia wyniki badań dowodzących, że pokolenie Z niechętnie angażuje się w życie społeczne czy polityczne, chociaż – gdy to potrzebne – niesie pomoc na poziomie jednostkowym. Rzadko traktuje internet jako narzędzie, które można wykorzystać do obywatelskiej aktywności. Jest też mniej skore do wpłacania środków na cele charytatywne.

W rozdziale poświęconym pracy autorka pisze, że do zarabiania *iGeneration* podchodzi bardzo praktycznie. Widoczny jest wzrost liczby tych, którzy – gdyby tylko sytuacja na to pozwalała – porzuciliby pracę. Pokolenie Z ma mniejsze aspiracje od poprzedników, kariera nie jest już dla nich tak istotna. Dość ugruntowana pozostaje świadomość, że rynek pracy nie jest dla nich zbyt łaskawy i że nie mają wielkich szans na dorobienie się w takim zakresie, jak mogli to zrobić ich rodzice. Zarówno pieniądze, jak i dobra materialne nie wydają się przedstawicielom tej generacji zbyt istotne. Postmileniali wyraźnie doświadczają kryzysu, często zdobycie wykształcenia wiąże się dla nich zaciągnięciem poważnego długu. Dlatego przy wyborze studiów również postępują pragmatycznie, tak by móc zarabiać, a niekoniecznie się realizować.

W rozdziale poświęconym seksualności, małżeństwu i rodzinie autorka stawia tezę, że pokolenie Z to „generacja porno”, której seks z drugą osobą i związki romantyczne często zastępuje sieciowa pornografia i dość powierzchowne relacje *online*. Sama przyznaje jednak, że trudno bezsprzecznie tę tezę udowodnić. Podaje też inne potencjalne przyczyny ograniczonych kontaktów seksualnych i nietrwałych związków. Jako jedną z nich przywołuje korzystanie z aplikacji takich jak Tinder, które narzucają bardzo powierzchowne relacje, oparte na pojedynczych, rozczarowujących spotkaniach aranżowanych tylko dla seksu. Generacja Z nie skupia się

także na planach małżeńskich i dzieciach, ten aspekt jest przez jej przedstawicieli przesuwany w nieokreśloną przyszłość.

Twenge w części poświęconej problematyce mniejszości, w tym LGBT, gender i rasom, określa *iGeneration* jako pokolenie bardzo inkluzyjne, dla którego kwestie takie jak orientacja seksualna, płęć kulturowa czy też kolor skóry są niezbyt istotne, a nawet przezrocyste. To, co rozpałało wcześniejsze pokolenia i wywoływało dyskusje, dla pokolenia Z wydaje się obojętne. Autorka stawia jednak tezę, że postmilenialsi wcale nie są pierwszym pokoleniem, dla którego odmienność jest normalna i w całości zaakceptowana. Naukowczynie zakłada raczej, że problem jest przemilczany, bo w tej grupie się o nim nie rozmawia z obawy przed naruszeniem komfortu.

Autorka zamyka swoją publikację rozważaniami o *iGeneration* i polityce. To pokolenie interesuje się głównie politykami niezależnymi i jest to bardzo wyraźna tendencja. Rozczarowali ich zarówno demokraci, jak i republikanie, w ogóle mają poważny problem z zaufaniem politykom, dlatego atrakcyjni są dla nich nowi gracze, naturalni i bezkompromisowi. Jak pisze Twenge, w Donaldzie Trumpie atrakcyjne dla pokolenia Z było to, że mówi on, co chce. Jednocześnie ta generacja nie jest zainteresowana świadomą obecnością w życiu politycznym, niechętnie szuka informacji na ten temat i partycypuje np. w wyborach, wiecach politycznych czy debatach.

„iGen” to książka pełna wartościowych danych, napisana prostym, raczej popularnonaukowym językiem. Zawiera wiele czytelnych wykresów. Jedynym mankamentem polskiego wydania jest to, że nie ma w nim aneksów, o których jest mowa w tekście. Zabrakło jasnej informacji, że dane te można pobrać za darmo ze strony wydawnictwa. W tym bardzo interesującym suplemencie do publikacji znalazło się blisko siedemdziesiąt dodatkowych stron wypełnionych pogłębionymi analizami zilustrowanymi bardzo dobrej jakości wykresami.

Publikacja Twenge to bardzo ciekawe opracowanie, z rzetelną metodologią, przynoszące kompleksowy obraz amerykańskich postmilenialców. Książka z pewnością jest wartościową, a przy tym dość lekką, lekturą dla medioznawców i wszystkich, którzy w jakimś aspekcie zajmują się w swojej pracy naukowej pokoleniem Z i jego praktykami.

Agnieszka Całek

 orcid.org/0000-0001-5173-917X