

Generacija kao kulturalna grupacija

Telebar, Jana

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Rijeci, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:186:763238>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-12**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences - FHSSRI Repository](#)



SVEUČILIŠTE U RIJECI
FILOZOFSKI FAKULTET

Jana Telebar
Generacija kao kulturalna grupacija
(ZAVRŠNI RAD)

Rijeka, 2022.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
FILOZOFSKI FAKULTET
Odsjek za kulturalne studije

Jana Telebar
Matični broj: 0009086542

Generacija kao kulturalna grupacija
ZAVRŠNI RAD

Preddiplomski studij kulturologije
Mentor: Doc. dr. sc. Sanja Puljar D'Alessio

Rijeka, 8.6.2022.

Sadržaj

1. Sažetak	1
2. Uvod	3
3. Metodologija	4
4. Kritika kulture	4
5. Antropološki pogled na generacije	8
6. Definiranje generacija	9
6.1. <i>Baby Boomeri</i>	13
6.2. <i>Generacija X</i>	14
6.3. <i>Generacija Y</i>	15
6.4. <i>Generacija Z</i>	18
7. Utjecaj tehnologije i medija na generaciju Baby Boomera i Gen X	24
8. „OK Boomer“	25
9. Zaključak	25

1. Sažetak

Završni rad obuhvaća analizu kulturnog fenomena generacija s fokusom na društvene formacije Baby Boomera, Generacije Y, Milenijalaca i Generacije Z te prikaz kako se izraženo prikazuje razlika i podjela tih generacija u društvu te je li podjela na generacije imala više utjecaja u Americi. Sveobuhvatna analiza uključivati će utjecaj današnje tehnologije i društvenih mreža, s pogledom na komparaciju što se tiče američkog društva i globalno, ali i lokalno u Hrvatskoj zbog medija koji su omogućili da postane globalno raširen društveni fenomen. Različite karakteristike generacija te njihova raščlamba prema dobi isto će biti istražene s većim fokusom na najmlađu generaciju, Generaciju Z, i na koji se način ona razlikuje u stavovima, životnim stilovima, humoru i slično, u odnosu na prethodne generacije zbog neprestanog uključenja u tehnološko okruženje. Također, pogledom na generacijsku podjelu istražiti će se čemu doprinosi podjela te je li uvijek postojala generacijska podjela ili je to samo sadašnji privremeni fenomen. Usto, praktičnim istraživanjem ću se dotaknuti teme postoje li zapravo razlike između generacije do generacije ili se radi o različitim dobnim skupinama budući da su generacije definirane prema godinama rođenja. Bitni aspekt na kojem je također fokus jest pogled na negativni ili pozitivni utjecaj tehnologije na generacijsku podjelu.

Ključne riječi: generacija, stereotipi, kategorizacija, mediji, društvo

The final paper includes an analysis of the cultural phenomenon of generations with a focus on the social formations of Baby Boomer, Generation Y, Millennials and Generation Z and shows how the difference and division of these generations in society and whether the division into generations had more influence in America. The comprehensive analysis will include the impact of today's technology and social networks, with a view to comparing American society both globally and locally in Croatia because of the media that have enabled it to become a globally widespread social phenomenon. Different characteristics of generations and their breakdown by age will also be explored with a greater focus on the youngest generation, Generation Z, and how it differs in attitudes, lifestyles, humor and the like, compared to previous generations due to constant involvement in the technological environment. Also, a look at the generational division will explore what the division contributes to and whether there has always been a generational division or whether it is just a current temporary phenomenon. In addition, the practical research will touch on the topic of whether there are actually differences between generations, or whether they are different age groups, since generations are defined according to years of birth. An important aspect that is also the focus is the view of the negative or positive impact of technology on the generational divide.

Keywords: generation, stereotypes, categorization, media, society

2. Uvod

Kulturni fenomen društvenih formacija primarni je fokus ovog završnog rada koji je ujedno i teorijski i empirijski. Kako bi se dao uvid u kontekst kulturne okoline, za daljnje proučavanje upotrijebljen je proces kategorizacije i stereo-tipizacije kod ljudi s kritikom kulture kao pozadinom proučavanja, te pogled na globalizaciju kao na značajan proces cjelokupnog svrstavanja u generacijsku podjelu. Problem s kojim se rad bavi odnosi se na generacije ljudi unutar posljednjih 80 godina počevši s generacijom Baby Boomera do danas s generacijom Z. Naglasak je na njihovim karakteristikama te predodređenim stereotipizacijama dodanim od strane pripadnika drugih, bilo starijih bilo mlađih generacija, uživo ili putem medija. Početak analize sastoji se od same definicije što smatramo generacijom, popraćeno s antropološkog i sociološkog aspekta, da bismo lakše mogli shvatiti kako je nastala sama podjela u generacije, kao jedan dio prirodnog ljudskog procesa dijeljenja i svrstavanja u određene grupe. Fokus na stereotipizaciju rastao je kako se društvo sve više razvijalo, usporedno s medijima. Generacija Z kao nova generacija, osjeća da je baš njihovo vrijeme i način razmišljanja najbolje i time se želi istaknuti. Osim toga, moramo uzeti u obzir da su oni sada u periodu buntovništva, zbog kojeg često ulaze u češće i jače generacijske sukobe, koji su i jedan od poticaja za ovaj rad. Što se s druge strane tiče starijih generacija, upravo zbog izloženosti medijima cijelog društva, primorani su prilagoditi se mlađim generacijama, što više mogu, kako ne bi postali predmet ismijavanja i odbacivanja, van stereotipa koji se već vežu uz njihovu generaciju. Praktični dio rada odnosi se na istraživanje u obliku online pitanja na forumu i razgovora s ljudima na principu intervjua, a otkriva koliko je fenomen podjele na generacije rasprostranjen u našem društvu u odnosu na svijet, poglavito SAD, te jesu li mediji glavni uzrok globalnog širenja svijesti o istom. Glavna teza, veže se uz napredak i širenje suvremenih konceptualizacija generacija, suvremenih podjela i njenih karakteristika koje kao i stereotipi rastu zajedno s napretkom društva. Različita mišljenja i stavovi ljudi ukazuju na koji način sudionici shvaćaju podjelu na generacije te ostavljaju li novi tehnološki oblici komunikacije negativan ili pozitivan učinak na mlađe generacije. Najprije, istraživanje obuhvaća stavove i razmišljanja odabranog uzorka sudionika iz Hrvatske te iz SAD-a koji su dobrovoljno dali mišljenje na pitanja postavljena na forumu Reddit. Razmišljanja se razlikuju kod sudionika zbog različitog društvenog i generacijskog konteksta, bilo po samom porijeklu, godinama ili po upotrebi medija. Sugovornice Generacije Z studentice su preddiplomskog studija rođene 2000. i 2002. godine te dolaze iz manjih sela hrvatskog Zagorja i Gorskog Kotara. Sudionici koji pripadaju generaciji Milenijalaca rođeni su 1996. (Istra) i 1998. (Varaždinske Toplice), a jedan član generacije X 1962. godine te također dolazi iz manjeg sela smještenog u Zagorju. Budući da

društveni kontekst danas oblikuje i tehnologija važno je kojim se društvenim mrežama koriste članovi određene generacija za lakše shvaćanje načina na koji se društvo virtualno globalno objedinjuje. Mišljenja o cjelokupnom fenomenu *generacija* razlikuje se od sudionika Gen X i ostalih koji pripadaju Gen Z i Milenijalcima baš zbog manjka upotrebe popularnih društvenih medija na koje se mlađe generacije najviše oslanjaju za otkrivanje trendova i virtualnu interakciju. Za lakše orijentiranje kroz tekst, svakog sudionika svrstavam njegovoj dobno određenoj generaciji iako se pojedinci ne asociraju s svrstavanjem u grupe zavisne o datumu rođenja. Što se tiče foruma Reddit, dvoje sudionika iz SAD-a je dobrovoljno iskazalo svoje mišljenje na tu temu u obliku odgovora na ista pitanja postavljena kao i u intervjuu. Pitanja sam postavila u subredditu r/generationology naslovljenom „What do you think about different generations and their differences?“ s namjerom da se uvidi u kolikoj mjeri se razlikuju njihovi odgovori od sudionika iz intervjuja, budući da su članovi Reddit grupe u kojoj se raspravlja o različitim informacijama o generacijama.

3. Metodologija

Moje istraživanje svelo se na dva oblika prikupljanja podataka; online pitanje na forumu i osobni intervju. U rad su ukomponirana različita mišljenja i stavovi ljudi na društveni fenomen podjele na generacije te njihov doživljaj što se tiče konzumacije medija u svakodnevici te učinak koji ostavlja na nove generacije. Postupak prikupljanja podataka svodi se na čitanje komentara ljudi na forumima te postavljanje vlastitog pitanja na navedenu temu. Za osobne intervjuje pričala sam s ljudima koji se uklapaju u generacije X-Z, ali s uvidom na njihovo definiranje unutar društva i vlastito svrstavanje u generacijsku kategoriju. Intervju je tekao više u obliku razgovora te se sastojao od 11 pitanja, počevši od globalne rasprostranjenosti ovog pojma s ciljem da se uoči kako je taj fenomen poznat ljudima iz moje okoline. Pitanje na forumu sastojalo se od istih kao i u intervjuu kako bi se vidjela rasprostranjenost ovog fenomena na samoj platformi.

4. Kritika kulture

Kritika kulture George E. Marcusa i Michael M. J. Fishera (1999, str. 16) odnosi se na proučavanje vrijednosti određenih društvenih praksi te utvrđivanje valjanosti znanja. Njen zadatak jest da detaljno prouči i otkrije različite oblike prilagodbe i otpore pojedinaca, ali i skupina u odnosu na njihov zajednički društveni poredak. Izazov za ozbiljnu kritiku kulture sastoji se u donošenju uvida stečenih na periferiji eurocentričnog svijeta natrag u središte kako bi se izazvala pomutnja u našim načinima mišljenja i pojmovnog predočivanja (1999, str. 45). Među najistaknutijim kritičarima kulture u drugoj polovici 20. stoljeća nalaze se Geertz, D.

Schneider, M. Douglas i M. Sahlins. Oslanjajući se na rad u inozemstvu, nude nam ono što nazivamo epistemološkom kritikom putem koje se proučava kako socijalni znanstvenici i obični ljudi koji su uključeni u svakodnevni život razmišljaju o društvu i kulturi. Ono što Marcus i Fisher navode kao novo obilježje u eksperimentima kritike kulture jest shvaćanje kako svi oblici razumijevanja nisu kulturno statični, odnosno osjećaji i iskustvo određene kulture ne mogu biti shvaćeni bez da se prouče različiti posrednički modeli istraživanja. Eksperimentalni etnografi kulture posebno fokusiraju svoju pažnju na razmišljanja o ljudskom razvoju, rodnim razlikama i slično, iz perspektiva različitih kultura (1999, str. 46). U tom kontekstu, fokus će biti na društvenim formacijama Baby Boomera (1946.-1964./65), Generacije X (1965.-1981.), Milenijalaca (1981.-1994/6.) i Generacije Z (1995./7.-2010/12) s pogledom na komparaciju američkog društva s pogledom na prihvaćanje i interpretiranje tih globalno prihvaćenih termina u Hrvatskoj. Globalizam, kao povijesni i razvojni proces koji obuhvaća svijet u cjelini, pa tako i kulturnu razliku interpretira kao element vlastite unutarnje prirode, važan je pojam za trenutnu analizu. Globalna povezanost počiva na trgovini, kretanju kapitala i migracijama stanovništva što je bitno za sveobuhvatnu analizu samog kulturnog fenomena *generacija* koji je postepeno postaje globalno raširen iako primarno dominira na Zapadu. Mnogi antropolozi kao što su Cole, Durham i LiPuma bavili su se upravo tom tematikom, tj. orijentirali su svoje istraživanje generacija sukladno s razvojem modernosti i globalizacije (Lamb, 2015, str. 854). Ulf Hannerz (1996) svom djelu *Transnational Connections* definira svjetsku kulturu govoreći da ona nastaje povezanošću različitih lokalnih kultura, odnosno sve su kulture zapravo subkulture smještene unutar veće cjeline i imaju različite kontekste kulturalne okoline. Time Hannerz ukazuje na globalnu povezanost i govori kako se svatko može drugačije odnositi spram ustrojstva u kojem živi. Hannerz je 90-ih godina reformulirao koncept kulture na način da progovara o suvremenosti te kulture zamišlja kao značenjske strukture koje „putuju“ komunikacijskim društvenim mrežama u nekom periodu i nikada nisu smještene na samo jednom teritoriju. Mediji u ovom kontekstu imaju snažnu ulogu, pogotovo u sadašnjici, za razgraničenje između lokalnog i globalnog jer svojom sveprisutnošću utječu na društvene promjene i na sve veće definiranje unutar generacija. McLuhan (1995) je tvrdio da svi mediji utječu na čovjeka i društvo, bez obzira na koji način komuniciraju i koje poruke prenose. Svojim teorijama povezuje medije i koncept *globalnog sela* kao utopijskog povratka zajednici, stabilnosti i međuovisnosti, no smatra su tehnološke inovacije promijenile osjetnu ravnotežu čime se društvo mijenja. McLuhan je to nazvao „retribaliziranjem“ tj. „električni mediji će stvoriti svijet napuštanja starog fragmentiranog društva, sa svojim uredno podijeljenim analitičkim funkcijama, i uzrokovati da ljudi napuste novu integriranu zajednicu globalnog sela.”

(McLuhan, 1995, 18) Njegova teorija može se smjestiti u doba interneta koji ima mogućnost globalnog virtualnog povezivanja s ljudima u eri masovne komunikacije. Autori knjige *Change: 19 Key Essays on How Internet Is Changing Our Lives*, nadovezuju se na McLuhanovu teoriju o *hiperpovezanom* svijetu koji je uvijek aktivan te stvara mrežu koja nas sve ujedinjuje i odvaja od stvarnosti, ali istodobno daje nam lakšu mogućnost samodefiniranja i kreativnog ispunjenja (2013).

Društvo procesom kategorizacije smješta ljude u mnoge socio-kulturalne grupe koje grade društveni ili osobni identitet te određeni procesi kategorizacije mogu imati značajan utjecaj na fenomen stereotipizacije. Kategorizacija kao društveni konstrukt je složen proces koji može uključivati više razina analize (od pojedinaca do organizacija i tržišta). Gaertner i Dovidio (2005) u poglavlju *Categorization, Recategorization, and Intergroup Bias* govore o procesu razvrstavanja ljudi u skupine te tvrde da se ljudi obično dijele na jednu od društvenih kategorija izvan druge. Zbog središnje uloge sebstva u društvenoj percepciji, ova razlika ima duboke implikacije na evaluaciju, spoznaju i ponašanje. Nadalje, jedan od razloga zašto je etnocentrizam toliko rasprostranjen jest taj što su te predrasude učinkovite čak i kada je osnova za klasifikaciju prilično trivijalna, kao što je slučajni odabir grupnih identiteta u laboratorijskim eksperimentima (2005., str. 73). Jost i Hamilton (2005, str. 209) citiraju Lippmanna koji smatra da su stereotipi "pojednostavljena slika u našim umovima" kojima definiramo ljude i događaje. Može se zaključiti da stereotipi služe kao sredstvo za smanjenje nesigurnosti koja se koristi za donošenje jednostavnih sudova o drugima. Kulturni kontekst ključan je za stvaranje stereotipa jer može djelovati na društvene i ideološke sustave, a određeni kulturni i društveni čimbenici mogu oblikovati društvenu kategorizaciju i sadržaje stereotipa. Svatko od nas definira vrijeme u kojem živi, ali i određeni događaji i tehnološki napredak definiraju naše vrijeme. Bili mi mlađi ili stariji, naši utjecaji su različiti, a time kulturno isprepletene generacije kojima se definiramo. Određeni stereotipi oblikuju i svaku od generacija pa su sugovornici kroz intervju pružili svoja mišljenja na tu problematiku. Na pitanje „Što mislite o stereotipima svake generacije?“ Gen Z sugovornica odgovara da će rijetko tko od mlađe generacije stereotipizirati starije generacije, već eventualno Milenijalce jer su najbliži Generaciji Z. Tvrdi da se pogotovo oni rođeni 2000. ne žele svrstavati u Milenijalce, ali ni u Gen Z jer im najmlađa generacija opet ima neke negativne predznake. Smatra da nije Gen Z zbog različitog načina razmišljanja i ponašanja te „preranog“ odrastanja kojim su sve više suočeni mlađi. Govori da je stav koji svatko ima vezan za svoju generaciju kao najbolju razlog zbog tolikog negativnog stereotipiziranja mlađe generacije nego starije, „svatko je sebi najbolji“. Napominje da se ne smije stereotipizirati

generacije jer je svaka posebna na svoj način. Druga pripadnica generacije Z smatra da su uvijek različiti uvjeti odrastanja kod svake generacije iako ne prati toliko prisutnost svake generacije jer se nije susretala s konceptom generacija i ne zna kako se one dijele. Pripadnica generacije Y potvrđuje da svaka generacija ima određene stereotipe, no uvijek ima odstupanja gdje se određeni pojedinci ne uklapaju u generacijski obrazac koje im je društvo odredilo. Što je po njoj sasvim u redu jer se ne moraju svi uklapati u već predodređene obrasce. Drugi sugovornik iste generacije misli da su stereotipi nepotrebni i neistiniti jer uvijek postoje iznimke te se ne mogu svi okarakterizirati s jednom generacijom. Sudionik s foruma koji je također pripadnik generacije Y odgovara kako „su stereotipi u određenoj mjeri točni, ali očito ne predstavljaju svakog pojedinca jer je riječ o generalizacijama“. Dok se najstariji sugovornik generacije X nikad nije susreo s stereotipima generacija i uopće o njima ne razmišlja.

Svi navedeni fenomeni društva (globalizacija, Internet, kategorizacija) utječu na svrstavanje u kulturalne grupacije koje su sve više globalno prisutne. Tehnologija je značajno doprinijela globalnom pogledu na generacije dok se prije većinom istraživalo samo zapadne definicije generacija bez pogleda na ostale zemlje kod kojih je podjela na generacije također vidljiva, ali pod drugačijim društvenim i povijesnim kontekstom (Sarraf, 2019, str. 42). Na individualnom intervjuu sa sudionicima, postavila sam pitanje „Što se tiče američkog društva, smatrate li da je tamo više utjecajna i prisutna generacijska podjela nego u ostalim državama?“ Sudionici su se većinski svi složili kako je podjela više vidljiva u Americi nego drugdje u svijetu. Jedna sugovornica iz Gen Z generacije primijetila je kako se Amerikanci više definiraju kao pripadnici jedne generacije, dok se u Hrvatskoj ljudi više svrstavaju samo na različite dobne skupine i kako stariji uvijek smatraju da mlađi nemaju pojma o stvarnom životu jer žele dokazati da su mudriji zbog razlike u godinama te se zbog toga ne žele prilagoditi. Jedan od sugovornika koji dobno pripada Generaciji Y smatra kako je podjela na generacije više prisutna u Americi jer se mnogo razlikuje od zemalja jugoistočne Europe, a time i Hrvatske koja je nazadna u odnosu na Ameriku što se tiče i tehnološkog i ekonomskog aspekta. Smatra da je jako teško točno odrediti i svaku generaciju okarakterizirati jer u svakoj generaciji postoje iznimke, ali da tehnologija itekako doprinosi podjeli zbog veće dostupnosti informacijama i tuđim mišljenjima. Sudionik rođen 1962. godine, koji će dalje u radu biti svrstan u generaciju X, smatra da jest podjela više prisutna u SAD-u jer se tamo više drže trendova iako nije taj fenomen previše analizirao. Govori kako je uvijek bilo generacijskih konflikata te da napretkom tehnologije nove generacije brže usvajaju digitalne vještine i brže dolazi do razlika između generacija pa time i sukoba. Nadalje ističe kako je sukob prisutan i kod ostalih stvari, ne samo

generacijski, već cjelokupni pogled na svijet, ali to isto doprinosi samom svrstavanju u generacije i stvaranju drugačijih vrijednosti. Što se tiče odgovora na forumu Reddit, sudionik koji se svrstava u generaciju Zillennialaca ili ranog Milenijalca ne zna sa sigurnošću je li podjela na generacije više prisutna u SAD-u nego u drugim zemljama, iako politička podjela u SAD-u to može sugerirati. Dalje u radu bit će izneseni različiti antropološki pogledi na generacije istovremeno s globalnim kretanjem u sklopu definiranja sebstva unutar generacije.

5. Antropološki pogled na generacije

Lamb (2015, str. 853) u svom radu *Generation in Anthropology* navodi kako je fenomen *generacija* proučavan u sklopu znanstvenih modela mnogih društvenih i antropoloških znanosti kao karakteristika različitih tipova popularnih diskursa. Navodi nekoliko kulturalnih i socijalnih teoretičara koji su se bavili tom tematikom, primjerice August Comte bavio se popularnim uvjerenjima prisutnim u društvu, odnosno onim mišljenjima kojima ne dominira racionalna misao. Proučavao je promjene društvenih, kulturnih i strukturnih obrazaca kod mlađe generacije implicirajući kako bi produljenje životnog vijeka starije generacije zapravo poremetilo društveni napredak. Odnosno, u društvenom kontekstu njihov bi konzervativni pogled negativno djelovao na mlađe generacije jer bi tada duže vrijeme bio prisutan u društvu umjesto da se mladi svojim „inovativnim instinktom“ razlikuju od starije generacije. Nadalje, spominje Karla Mannheima koji je analizirao *Problem generacija* tvrdeći kako kulturna transformacija može nastati usporedno s nastajanjem novih generacija, svaka generacija suočava se s različitim kulturnim, socijalnim i političkim faktorima i time stvara nešto novo čime definira svoju generaciju i vrijeme u kojem živi. Pierre Bourdieu svojom teorijom *habitusa* razlikuje pojedine društvene skupine i njihove obrasce ponašanja (vrijednosti, očekivanja, sklonosti, itd.) te s pogledom na generacije govori o društvenoj promjeni. Promišlja o sukobu različitih generacija te zaključuje kako će svaka generacija biti u sukobu s budućom ili prijašnjom jer svaka od njih odrasta pod različitim okolnostima i stječe različita iskustva.

Sherry B. Ortner definira *javnu kulturu* u relaciji s etnografijom kako bi objasnila Generaciju X i njenu prisutnost u SAD-u. Najprije objašnjava kako etnograf na *javnu kulturu* mora gledati kao na subjekta kako bi se spoznala istina o američkom društvu i kulturi. Navodi kako novinari i akademici pozicionirajući se u poziciju aktera/subjekta stalno pokušavaju promijeniti javnu sliku o Generaciji X, u smislu da promatraju pojedince kao podatke ili objekte. Postoji razlika u razumijevanju reprezentacija na *javnu kulturu* u kontekstu kulturoloških i medijskih studija te se ona može razumjeti jedino shvaćanjem reprezentacija (Ortner, 1998, str. 415). Javna kultura obuhvaća sve proizvode popularne ili akademske

konsumacije te je obilježena različitim vrijednostima i stavovima kolektivnog udruživanja putem medija i drugih normativno definiranih društvenih praksi. Važno je razumjeti da se autorica proučavajući ovu problematiku isprepletenosti etnografije i javne kulture, dotiče isključivo SAD-a. U tom smislu, generacija X je u SAD-u ranih 90-ih godina bila ta koja je kontrolirala reprezentaciju, a odnosila se na ekonomske probleme kao što je nedovoljno plaćen posao ili nedovoljno dostupnih radnih mjesta. Edward LiPuma proučavajući kulturnu raznolikost na prostoru Malenezije koja je globalno pod zapadnjačkim utjecajem, tvrdi kako “nema teorije transformacije bez teorije i etnografije generacija“ (Lamb, 2015, str. 853). Njegovo istraživanje provedeno je otprilike 1955. do 1980. godine s svrhom da se primijeti društvena promjena kod generacija počevši od najstarije do srednje i mlađe. U najstariju generaciju svrstavao je sve starije od 60 godina koji su za vrijeme svoje mladosti živjeli u svojoj autohtonoj zajednici bez nametnutih zapadnjačkih struktura. Srednja generacija sastoji se od dobnih skupina od 30-ih do sredine 50-ih, odgajana je tradicionalno, no kasnije je pod utjecajem globalnog modernizma. Generacija koja od samog početka svijet poznaje u odnosu između zapadnog i autohtonog svijeta jest najmlađa. LiPuma, s pogledom na zajednice koje su pod utjecajem zapadne kulture, tvrdi da je „razumijevanje generacija bitno za prikaz stvaranja modernog“ (Lamb, 2015, str. 854). Proučavanje mlade generacije atraktivno je područje za antropologiju, ali i mnoge druge discipline jer mladi imaju najveći utjecaj na društvene promjene zbog čega i ovaj rad stavlja naglasak na najmlađu generaciju. Antropolozi također proučavaju generacije na način da ju definiraju kao oblik identiteta krećući od različitih iskustva te nejednakih perspektiva koje su prisutne u svakom društvu (2015, str. 855). Kolektivni identitet pokriven je određenim kulturnim razlikama spola, roda, klase te rase koja je vezana uz međugeneracijsku i biološku povijest. Zbirka eseja iz 1996. *Making Gender: The Politics and Erotics of Culture* autorice Sherry Ortner pokrivena je viđenjem generacije kao sustavom prestiža. Mlađe generacije imaju veću želju za društvene promjene, primjerice dolaskom novih generacija u Velikoj Britaniji i SAD-u 1900-ih smanjio se rasizam zbog sve veće društvene raznolikosti i obrazovanja. Također, promjene mogu rezultirati većim pluralizmom i drugačijem prihvaćanju autoriteta. (Day, 2013, str. 112) Tim argumentima može se primijetiti *generacijski jaz* između mladih i starih. Kako bih taj koncept bio jasniji sažeti ću neke ključne teorije o kulturnom fenomenu *generacije*.

6. Definiranje generacija

Najstandardnije definiranje pojma generacije dolazi od grčke riječi *genos* i odražava se u glagolu *genesthai* što znači „nastati“ te se zapravo sve do 1961. godine umjesto pojma

generacije koristila *prokreacija* jer označava da se sa svakim novim rođenjem proizvodi nova generacija (Bristow, 2015, str. 20). Generacija sadrži i prirodni i društveni element jer se istovremeno odnosi na natalitet i mortalitet, a s druge strane na društvenu okolinu i odnose unutar obitelji. Svaka generacija unutar iste geografske/etničke kulture razvija drugačiju međugeneracijsku kulturu i time stječe različita iskustva. Jedan od aktualnih načina definiranja *generacije* jest način na koji skupine odrastaju pod neprestanim utjecajem određenih povijesnih događaja i kulturnih trendova. Sociolozi tvrde da svaka generacija raste i razvija se u kulturi koja se značajno razlikuje od drugih generacija, čak i unutar iste etničke kulture. Sam fenomen generacija i svrstavanje unutar određenih grupa oduvijek je prihvaćeno u društvu zbog želje za definiranjem starosti i razlike u godinama među članovima društva (Jansen, 1974, str. 90).

Zanimalo me što ljudi različitih generacija misle o samoj podjeli na generacije, odnosno misle li da je oduvijek bilo generacijskih podjela te utječe li ona negativno na društvo tj. čemu zapravo doprinosi. Pričajući s pripadnicama Gen Z generacije, uvidjela sam kako oba dvije imaju stav da o svemu ovisi o kojoj je količini prisutna dobna razlika što se tiče podjele. Sugovornica smatra kako će stariji uvijek s visoka gledati na mlađe, a za generacijske podjele općenito smatra kako prije nije bilo podjele jer su prijašnje generacije imale manje razlika unutar 10 godina, dok je sad primjerice 2008. i 2004. generacija potpuno različita zbog prisutnosti tehnologije, a generacijama rođenim 1994. i 1998. nisu toliko prisutne razlike u načinu odgoja i odrastanja. Sljedeća pripadnica Gen Z-a smatra kako je podjela na generacije bila uvijek prisutna jer ne mogu svi članovi različitih generacija pronaći „zajednički jezik“, najviše ovisi u kojoj dobi je razlika i većinski će se lakše sporazumjeti oni iste generacije. Sugovornica koja dobno pripada generaciji Milenijalaca smatra da je oduvijek bilo generacijske podjele, no ona je tek u 20. stoljeću postala češća i više vidljiva u društvu. Ne smatra ju negativnom karakteristikom društva već upravo suprotno. Mlađe generacije ne moraju se slagati sa starijom generacijom i pratiti njihove stope. Ističe da nije bilo mlađe generacije koja se usprotivila primjerice ratu u Vijetnamu, tko zna kako bi izgledao današnji svijet. Koliko god mladi mogu učiti od starijih, tako i stariji mogu mnogo toga naučiti od mlađih. Sljedeći pripadnik iste generacije misli da generacijska podjela možda čak negativno utječe na društvo jer svaka generacija smatra da je bolja od novije ili starije, a kasnije tek primjećuje sličnosti u razmišljanjima. Smatra da je sve konstantno podložno promjenama čega ljudi nisu ni svjesni. Sudionik generacije Milenijalaca s foruma Reddit smatra da generacijske podjele ne utječu negativno na društvo, osim generacijskog sukoba između Baby Boom generacije koji prezirno govore o Milenijalcima. Sudionik generacije X ne misli da podjela utječe negativno na društvo,

smatra da je to jedan normalni tijek ljudske povijesti i ljudskih odnosa, mlade generacije imaju svoj pogled na svijet i sada ga formiraju dok se starije drže svojih.

Sociologinja Nerina Jansen (1974) ukazuje na kompleksnost pojma generacije na način da definira generacije u sociopovijesnom smislu napominjući kako je definiranje pojma generacije postalo aktualno tek u drugom i trećem desetljeću 20. stoljeća iako je svrstavanje na generacije prisutno još od rane civilizacije. Sociopovijesnom definicijom najprije ukazuje na samu društvenu strukturu generacije koja se odnosi na članove generacije koji organiziraju međusobne odnose. Govori kako generaciju čine komponente *mase* i *elite* te definiranjem te dvije komponente se tek mogu identificirati ostale, primjerice društvena klasa i organizacija. *Masa* formulira kao skupinu koja je nesvjesna okolnosti u kojima živi i ne može sama ostvariti smisleni odnos s društvenim okruženjem, već je sklona *eliti* koja djeluje kao vodstvo i podrška za ostvarenje smislenog odnosa. *Elita* kao komunikacijska/referentna skupina, *masi* prenosi određene ideje i vjerovanja kako bi ostvarila odnose s svojim okolnostima, no sama *masa* zapravo kreira referentnu skupinu, ona je slika „konkretnog entiteta priziva u masi“ (1974, str. 92). Tek kada je taj odnos određen za određenu generaciju, moguće je odrediti način na koji se ta generacija odnosi prema ostalim društvenim strukturama, jer je to također definirano stajalištima koja za širu javnost iznosi njezina referentna skupina. Nadalje, autorica naznačuje da se generacija u društvenoj strukturi definira putem vremenske dimenzije i povijesnog konteksta. Generacije se označuju prema dobnom rasponu te ju čine ljudi iste ili približno iste dobi, iako ne postoje stvarni i definitivni pragovi koji mogu u potpunosti definirati svaku generaciju i svakog pojedinca unutar pojedine generacije. Premda različiti povijesni događaji i društvena okolina utječu na generacije, malo tko se zapravo identificira pripadanjem u konkretnu generaciju što se pokazuje i u mojem istraživanju. Primjerice, na pitanje „Postoje li zapravo razlike ili je riječ samo o različitim dobnim skupinama jer svaka generacija odrastanjem može primijetiti sličnosti s prijašnjom generacijom?“ se par pripadnica Gen Z iz okolnih sela iz Gorskog Kotara samo nadovezalo, odnosno njihovi prošli odgovori povezivali su različite dobne skupine s generacijama. Sugovornica Generacije Z smatra da je svaka generacija doprinijela nešto novo jer kako se svijet mijenja tako se mijenjaju i generacije te iako ona pripada Generaciji Z, rođena je 2000. pa može biti svrstana i u Milenijalce zbog čega smatra da više pripada Zillenijalcima. Ističe kako su oni Gen Z rođeni 2003. i 2012. svrstani u istu generaciju iako postoji vidna razlika jer su ovi mlađi odgajani „s tabletom u ruci“. Sljedeća pripadnica Gen Z raspravlja kako postoje velike razlike u generacijama primjerice Baby Boomera i nedavnih generacija Gen Z i Milenijalaca baš zbog učestale upotrebe društvenih

mreža i tehnologije. Sudionik sa foruma koji pripada generaciji Y misli da su oduvijek postojale generacijske podjele, ali one nisu uvijek bile striktno definirane i nisu ekvivalentne dobnim skupinama. Tvrdi da svrstavanje u nove dobne skupine kreće tek kad osoba dosegne određenu prekretnicu, primjerice punoljetnost, a uvrštavanje u generaciju kreće prilično rano od rođenja ili barem do odrasle dobi. Sudionik smješten pod generaciju X ističe kako uvijek postoje određene sličnosti, kako se razvija sam svijet, društvo i tehnologija tako se i mladi razvijaju možda brže, a time prihvaćaju nove stvari brže i lakše od starijih zbog čega i dolazi do razlika, ali tvrdi da naravno ipak postoje sličnosti.

Svatko se na svoj način suočava s okolinom u kojoj živi i stvara vlastitu perspektivu na određeni povijesni događaj ili okolnosti tj. stvara svoj „životni prostor“ (Jansen, 1974, str. 93). No, pojedinac ne prolazi sam iste okolnosti, već s mnogim vršnjacima koji percipiraju svijet s istom ili sličnom perspektivom, kao što autorica navodi da „generaciju čine ljudi iste dobi koji tumače svoje slične okolnosti pridajući im slična značenja, gledajući svijet na isti način“ (1974, str. 94). Važno je za shvatiti kako je svaki član pojedine generacije individua te da nemaju svi članovi jedne generacije potpuno iste perspektive, ali fenomen cijele generacije je oblik suživota, društvo dijeli kolektivni pogled koji je utjelovljen u svim kulturnim tvorevinama ove generacije – umjetnosti, znanstvenim otkrićima i slično. Ono što također karakterizira generacije jest autoritet, odnosno starije generacije uvijek će imati snažniji položaj u društvu od mlađe generacije. Nove generacije, odrastajući u drugačijim i promjenjivim okruženjima, sklone su stvaranju promjena što dovodi do društvenog konflikta među generacijama jer starije generacije ne razumiju tu potrebu mladih za promjenama jer smatraju da promjene nisu nužne. Mnoge društvene promjene uvijek nose sukob starog i novog te iako su u većini slučajeva razumne i dobronamjerne, to ne znači da su one uvijek potrebne (1974, str. 96). Promjene nisu nagle što znači da su neki aspekti isti za sve koegzistirajuće generacije ili stariji mogu preuzeti ili prihvatiti određene elemente mlađih generacija. Upravo na takvo razmišljanje ukazuje izjava jednog sugovornika generacije Milenijalaca koji smatra da ljudi samo misle da pripadaju određenoj generaciji, ali uvijek postoje pojedinci koji možda dobno pripadaju jednoj generaciji, a po karakteru, ponašanju, razmišljanjima nekoj drugoj. Navodi kako „postoje različite mogućnosti i različiti spektri“ te da sve ovisi o okolini i odgoju.

Day u knjizi *The Problem of Generalizing Generation* dotiče se Mannheimove ključne ideje da generacija nije samo skupina ljudi rođenih u isto vrijeme, već skupina ljudi rođenih u povijesno zabilježenom razdoblju te čak trauma može utjecati na oblikovanje njenog identiteta. Definira generacije kao „konkretne društvene skupine“ koje postoje kroz međusobno

razumijevanje. Njegova interpretacija klase odražava marksistički esencijalizam jer tvrdi kako je „klasni status objektivna činjenica“ (Day, 2013, str. 114) Tvrdi kako pripadnost generaciji zahtijeva samosvijest jer upravo svijest o tome gdje se ta skupina nalazi u određenom trenutku i na određenom mjestu čini generaciju. Nadalje, opisuje da je bit generacije *sudjelovanje*, odnosno unutar jednog naraštaja mogu postojati generacijski sukobi, ali unatoč tome, svatko je orijentiran jedan na drugog i time su povezani u „stvarnu“ generaciju. U ovom poimanju generacije s idejom sudjelovanja, Mannheim određuje da ne može svatko na identičan način sudjelovati u kulturnom i intelektualnom životu nekog vremena iako dijeli isto vrijeme rođenja s drugima (2013, str. 114). Generacijsko grupiranje temelji se na Mannheimovoj generacijskoj kohorti u kojoj generacije dijele zajednička iskustva, događaje i perspektive kojima se stvaraju različite karakteristike svake generacije, primjerice drugačiji stavovi i osobnosti. U daljnjem radu bit će dodatno objašnjene razlike među generacijama i njihove dodijeljene karakteristike i/ili stereotipi s istovremenim izjavama i mišljenjima sugovornika iz različitih generacija na tu temu.

6.1. *Baby Boomeri*

Definiranje generacije Baby Boomera sadrži mnogo značenja jer se odnosi na generaciju koja je obilježena događajima nakon Drugog svjetskog rata, hladnim ratom te hippie pokretom u Americi (Kasasa, 2021). Određeni datum rođenja generacije Baby Boomera je između 1946. i 1964./65. godine te je obilježena konceptom „baby booma“ odnosno *procvata* nakon rata u SAD-u i u manjoj mjeri u Velikoj Britaniji (Bristow, 2015, str. 7). Novootkriven prosperitet utjecao je na američko društvo „baby boomom“ zbog čega je mlada generacija tog vremena tako i prozvana jer se tim nazivom odnosi na povijesne i demografske karakteristike. Demografske u smislu porasta stanovništva ili tkz. *baby bulgeu* koji je također imao utjecaj na Kanadsko društvo i gospodarstvo. Kao u Kanadi tako i u drugim zapadnim zemljama, Velika depresija 1930-ih utjecala je na produljenje pada nataliteta (Foot; Cooper, 2019).

Pozivajući se opet na Mannheim, Day (2013, str. 115) opisuje takozvanu *baby boom* generaciju i pokušava objasniti ovu generacijsku razliku s obzirom na razlike koje doživljavaju „generacijske jedinice“. Radovi Rebecce Klatch, Johna M. Cornmana i Erica R. Kingstona, Anne Riggs i Bryana S. Turnera bave se unutarnjim varijacijama ove generacije, a Elder analizira Baby Boomere obilježene Velikom depresijom. Klatch se u 1960-ima fokusirala na karakteristike Boomera koji su u to doba odrastali uz hipije i radikale te bili prozvani mladim konzervativcima. „Dok se ostatak njihove grupe drogirao i slušao Boba Dylana, pili su pivo od đumbira i čitali Ayn Rand“ (2013, str. 115), citat je koji može ilustrirati razliku unutar pojedine

generacije i ono što Mannheim naziva „generacijske jedinice“. „Generacijska jedinica“ odnosi se na određene pripadnike neke skupine koja se razlikuju po zajedničkim idejama, vrijednostima i ponašanjima. Budući da je Drugi svjetski rat iznjedrio izraz za opisivanje generacije, u Velikoj Britaniji se za opisivanje ove generacije ponekad koristi izraz „generacija zračnih napada“, a u SAD-u „generacija GI“. Tim terminom želi se opisati mlade ljude koji su u ratu prolazili kroz stalnu depresiju i strah, a ti događaji kao što je depresija i post-ratni procvat zapravo su na neki način kreirali zajedništvo među društvom i proizveli „kolektivnu svijest“ aktivne generacije. Kao što tvrde Edmunds i Turner, samosvijest generacije može utjecati na kulturni identitet dobne zajednice i na taj način ona biva prihvaćena kao društveno značajna (2013, str. 115).

Bristow (2015) se u knjizi *Baby Boomers and Generational Conflict* bavi generacijom Baby Boomera koja je postala društveni problem u Britaniji 2010. godine. Nadovezuje se na mnoge autore koji se bave analizom Baby Boom generacije i sukobom među generacija. Pozivajući se na Willettsa i Becketta govori o mnogim društvenim problemima za koje se vjeruje da su prouzročili Baby Boomeri, primjerice zagađenje okoliša, financijska kriza, rašireni materijalizam, itd. Usto, obrađuje u kojoj su mjeri Boomeri krivi u političkom kontekstu i u poticanju sukoba između generacija te zašto navodno predstavljaju društveni problem u današnjici. Koristi se *generacionalizmom* kako bi analizirala koncept generacije u društvenom i političkom smislu kao odgovor na mnoge društvene, kulturne i političke promjene. Primarni cilj *generacionalizma* jest otkriti u kojoj mjeri su uzroci društvenih problema pokrenuti narativom starije generacije koja je nastala tijekom poslijeratnog razdoblja (Bristow, 2015, str. 6). Bristow analizira različite definicije ove poslijeratne generacije te se nadovezuje na Becketta koji tvrdi da su zapravo postojala dva različita *baby booma* jer se generacija rođena između 1945. i 1955. razlikuje od onih rođenih 1960-ih. U ovom kontekstu referira se i na Howkera i Malika koji odvajaju *baby boom* prvog vala (u svim zapadnim zemljama) i drugog (u Velikoj Britaniji) nakon završetka rata. Poslijeratni *baby boom* nije identičan u svim zapadnim zemljama zbog čega i dolazi do ove neusklađenosti, primjerice u SAD-u se *baby boom* nastavio sljedećih dvadeset godina, dok je u Britaniji najprije oslabio i tek 1956. do 1965. povećao (2015, str. 8).

6.2. Generacija X

Ortner (1998, str. 416) se bavi karakterizacijom Generacije X koja se pojavljuje od 1965. godine te se sredinom 1980-ih mijenja s nastankom vizualno deskriptivnog jezika različitih skupina. Generacija X slijedi Baby Boomere s porastom nataliteta 1977. godine i primjetno je

da je njezina demografski određena kohorta manja od prethodne generacije jer se vjerovalo kako će konkurencija za poslove biti manja, ali kasnije se ispostavilo da nije tako na što se slika o ovoj generaciji mijenja. Time nastaju određene karakteristike koje definiraju ovu generaciju, imajući na umu da se ovdje radi primarno o američkom društvu. Pripisuju joj se društvene i ekonomske neprilike kao što je nedovoljno radnih mjesta i kvalitetnih poslova za ljude s visokom razinom obrazovanja. Generacija X bila je suočena s problematičnim društvenim okolnostima kao što je porast stope razvoda, ekološka katastrofa te epidemija AIDS-a (1998, str. 418). Odrastala je u vrijeme „uništenog svijeta“ i svoju ljutnju i frustraciju manifestirala je kroz ironično distanciranje, odnosno izbjavanjem iz stvarnog svijeta u cyberprostoru i kroz televiziju (kvizovi, sapunice, MTV). Takve životne okolnosti i interakcija s tehnologijom stvara ekspresivnu kulturu Generacije X. Poistovjećivanje i ugled na popularne pjevače tog vremena kao što je rock pjevač iz grupe Nirvana, Kurt Cobain, ima moćnu reprezentaciju na društvo i sam identitet ove generacije, a njegov utjecaj uočljiv je njegovim samoubojstvom. U članku *The New Yorker*, kulturni kritičar Alex Ross piše o značenju smrti Kurta Cobaina što naziva „narodni simpozij o generacijskom identitetu... besplodnim projektom koji spaja načela sociologije i astrologije“ (1998, str. 419) Za ovu generaciju se kaže da je sastavljena od srednje klase opsjednute *američkim snom* koja je svoje samoidentificiranje pronašla u masovnoj popularnoj kulturi s konzervativnom politikom i opresivnim rodnim i seksualnim odnosima. Figura kojom se ponekad označava ova generacija jest *slacker* (ljenčara), a proizašla je iz filma pod nazivom *Slacker* redatelja Richarda Linklatera u kojem je mlado društvo nezaposleno ili imaju posao, ali ih on ne motivira jer je ispod njihovih sposobnosti. No, taj pojam je za mnoge označavao jednostavno nekoga tko je lijen i ne želi raditi te se takva slika prenosila na Generaciju X. Ortner je po tom pitanju u svom istraživanju razgovarala s mnogim pojedincima iz te generacije i zaključila da nitko ne prihvaća oznaku *slackera* jer smatraju da oni nisu krivi za postojeće društvene i ekonomske probleme jer su naporno radili za svoju budućnost (1998, str. 432). Ovdje se može primijetiti viđanje vlastite generacije kao bolje u odnosu na druge.

6.3. Generacija Y

Generacija Milenijalaca ili Gen Y prva je generacija koja je odgajana u digitalnom okruženju te dolazi nakon Generacije X, a demografski se odnosi na one rođene nakon 1980. godine tj. 1981. do 1994/6. Njene granice su ponekad bilježene pojmom „echo boom“ jer roditelji ove generacije dolaze iz Baby Boom generacije (Tapscott, 2008, str. 2). Tapscott (2008) u knjizi *Growing Up Digital: The Rise of the Net Generation* naziva ovu generaciju Net Generacijom ili Net Gen, a odnosi se na mlade ljude koji su odrasli oko digitalnih medija. Ovaj

izraz koristi kako bi prikazao da je uspon tehnologije i Interneta zapravo najznačajniji čimbenik koji oblikuje ovu generaciju. Ti čimbenici utjecali su na razmišljanje i uspostavljanje određenih stavova na različite teme te ono najbitnije, utjecali su na globalnu komunikaciju i novi skup društvenih vještina. Zbog lakše povezanosti s ljudima diljem svijeta, ova generacija više je tolerantna prema ostalim kulturama i rasama i naprednija što se tiče korištenja tehnologije zbog čega nastaje “generacijski krug“ koji se odnosi na sistem starije generacije koja ima poteškoće u snalaženju s tehnologijom pa ih mlađe generacije moraju usmjeravati (Tapscott, 2008, str. 2-3). Facebook je i dalje dominantna platforma i kod Gen X i kod Gen Y, ali ova generacija uvelike koriste i druge platforme društvenih medija i zapravo su utjecali na širenje ostalih platformi samim eksperimentiranjem s objavama, YouTube videozapisima i online trendovima. Kroz kreativnu, društvenu i profesionalnu upotrebu, omogućili su internetske trendove i širenje Internet kulture. S željom da ostanu povezani u mrežnoj zajednici i u toku onoga što se događa u svijetu, neki od njih razvili su narcističke kvalitete, depresiju ili tjeskobu. Njihovo korištenje društvenih medija može utjecati i na promjenu društvenih normi i ponašanja na društvenoj razini, kao što su građanski i politički angažman, privatnost i javna sigurnost (Giarla, 2019, str. 8-10). Pripadnica Gen Y smatra da svaka generacija ima određenu platformu društvenih medija koji koristi na svoj način. Milenijalni sugovornik smatra da je na Facebook platformi više starija populacija, dok je prije Facebook-a postojao MySpace, a prije njega ICQ. Danas je popularan Instagram i TikTok, a slobodnim tržištem brže dolaze nove društvene mreže i stvara se konkurencija. Odgovori sugovornica generacije Z upućuju na to da razlike u obrascima korištenja društvenih medija sigurno postoje, a pogotovo s korištenjem TikToka kod najmlađe generacije. Iako sugovornica ističe kako zna par ljudi njene dobi koji su tek nedavno kreirali Instagram profil. A danas stariji koriste Facebook čak više od mlađih. Druga sugovornica koja isto pripada Gen Z govori kako sve ovisi o praćenju trendova svoje generacije i okoline. Primjerice spominje filter kameru Retricu koja je bila popularna u njenim pubertetskim danima. Sugovornik s foruma Reddit iste je generacije te ističe da postoje različiti obrasci korištenja društvenih mreža uzduž generacija jer su Milenijalci više prisutni na Facebooku, Twitteru i Skypeu, dok je generacija Z više na Tik Toku, Snapchatu i Zoomu. Sugovornik koji pripada starijoj generaciji X misli da postoji razlika, no u njegovom slučaju, ponekad koristi Facebook koji je tek nedavno instalirao, najviše čita vijesti na određenim portalima koje su prema njegovom svjetonazoru i interesima zanimljive, usto, dnevno sluša radio i gleda televiziju. Što se tiče novijih generacija, smatra da se one više koriste novijim društvenim platformama.

Jones i Shao (2011) u članku *The net generation and digital natives* analiziraju Milenijalce nadovezujući se na autore kao što su Howe i Strauss koji 1991. u knjizi *Generations* opisuju generacijske stereotipe i njihov utjecaj na američku povijest. Howe i Strauss su prvi kreirali izraz „Milenijalna generacija“ koja ne žele biti povezana s Generacijom X jer smatraju da se po mnogočemu razlikuju od prethodne generacije. Pojedine karakteristike ove generacije bile su zalaganje za timski rad s optimističnim stavom da sadrže mogućnost visokog potencijala i postignuća. Odgoj u doticaju s novim tehnologijama, ovu generaciju čini povezanu s globalnom mrežnom zajednicom (Jones; Shao, 2011, str. 4). Jones i Shao navode mnoge autore koji istražujući ovu generaciju pripisuju joj mnoge nazive, primjerice zbog okruženja u ekosustavu digitalnih medijskih tehnologija poznati su kao „digitalni domorodci“ (*digital natives*). Naziva se i već spomenutim imenima: Net Generacija, Generacija Y, Milenijalci, Google Generation te Generacija IM-a ili Generacija trenutnih poruka (*Instant Message Generation*), itd. (2011, str. 3). Ponekad se zovu „Zillennials“, nadimak koji ponekad za svoje definiranje koriste kasni milenijalci i rani Gen Z, koji se sastoji od ljudi rođenih između 1994. i 2000. godine (Kasasa, 2021). Često sadrže osobine/kulturna iskustva koja se preklapaju s drugom generacijom. Kako je svrstavanje u generacije sve više prihvaćeno, ljudi sve više poistovjećuju pripadnost određenoj grupi s kolektivnim identitetom. Budući da svaka od generacija ima vlastite stereotipe i dobno određene granice, tako mnogi ne mogu dokučiti u koju generaciju bi se smjestili zbog brzo mijenjajućih trendova i tehnologije. Zbog čega dolazi do osjećaja ne pripadanja i ne poistovjećivanja s određenim iskustvima koja su tipična za određenu generaciju. U tom kontekstu, nastala je generacija Zillennials koja nije u potpunosti odrastala s Internetom, ali ni potpuno bez Interneta tj. odrastala je uz tehnološku promjenu (Aliev, 2021). Netko se može više smatrati Zillennijalcem jer je na pragu dvaju generacija i ne može se u potpunosti povezati ni s jednom generacijom. Primjerice, upravo to dokazuje odgovor jedne od sugovornica koja dobno pripada generaciji Z. Na pitanje „Osjećate li da ustvari više pripadate drugoj nego vlastitoj generaciji? Zbog čega?“ odgovara da kao pojedinac ne pripada ni jednoj generaciji zbog različitih interesa i razmišljanja, a kao pripadnik veće generacije spada u Zillennialce zbog iskustva i okoline. Opisuje svoju okolinu kao „izmiješanu“ jer se kreće u različitim krugovima što se tiče njenih hobija. Primjerice njen najdraži žanr muzike su 80-te, u odrastanju više pripada Zillennijalcima, a u praćenju društvenih mreža pripada Gen Z. Sljedeća sugovornica rođena je 1996. godine zbog čega dobno pripada Milenijalcima, ali smatra da zapravo više pripada Gen Z generaciji radi njihova odnosa s tehnologijom te joj se sviđa što su „više osviješćeni oko društveno-političkih problema u svijetu“. Sugovornik koji dobno i geografski pripada Milenijalcima ne svrstava se ni u jednu generaciju jer ne preferira

svrstavanje u određene grupe zbog različitih utjecaja iz mnogih generacija te govori kako uvijek postoje kontradikcije. Iako pripada generaciji Milenijalaca, sudionik sa foruma Reddit, ponekad se osjeća kao da ima mentalitet nekoga iz recimo Tihe Generacije ili Boomera te smatra da je prilično „oldschool“. Sudionik generacije X uopće se ne identificira sa svojom generacijom, ne razmišlja na taj način o podjelama na generacije i nema takav pogled na svijet.

6.4. Generacija Z

Najaktualnija generacija rođena između 1995./7. i 2010/12. godine naziva se Generacija Z, a pridodaju joj se i izrazi iGeneration, Homelanders ili post-milenijalci. Google Trends pokazuje da ljudi istražujući o ovoj generaciji većinski koriste skraćenicu Gen Z (Dimock, 2019, str. 3). Ono što je jedinstveno za ovu generaciju jest da je od samog početka odgajana u okruženju modernih i naprednih tehnologija dok su se Milenijalci rođeni nakon 1996. prilagodili digitalnoj povezanosti tek u svojoj punoljetnosti (2019, str. 5). Gen Z danas dominira popularnom kulturom i stvara masovnu privlačnost i brzo mijenjajuće trendove kroz popularne društvene platforme. Budući da je ova generacija danas najistaknutija na društvenim mrežama, analizirala sam misle li sudionici različitih generacija da se Gen Z ističe u društvu oslanjajući se na odrastanje s tehnologijom od malih nosu. Dvije pripadnice Gen Z generacije govore da svojom prisutnošću na društvenim mrežama stječu popularnost. Iako geografski spadaju pod Gen Z smatraju da su svojim odrastanjem više bile u doticaju samo užeg kruga ljudi iako su imale doticaj s društvenim mrežama, gledale su na društvenu mrežu Facebook kao način komunikacije s prijateljima. Dok s druge strane smatraju da je Gen Z više eksponirana generacija te oni mlađi koriste društvene mreže kako bi se istaknuli na neki poseban način. Milenijalna sugovornica govori da se Gen Z ističu se jer su oni prva generacija koja je bila rođena s tehnologijom, internetom te imaju drugačiji način učenja i komuniciranja u svijetu i sa svijetom. Sugovornik koji je pripadnik Milenijalne generacije ne misli da se Gen Z ističe osim možda s „cancel“ kulturom jer vjeruje kako društvo danas misli da sve mora biti pod nekim „geslom političke korektnosti“, ali smatra da ne treba toliko generalizirati generacije. Iznoseći stav o tome da li se Gen Z ističe u društvu, sudionik sa foruma koji pripada generaciji Milenijalaca, govori da zasigurno, ali samo zato jer je najnovija generacija, a svaka nova generacija će se isticati. Sugovornik generacije X ne misli da se najmlađa generacije najviše ističe u društvu nego na društvenim mrežama jer im takav način komunikacije najviše odgovara, dok se općenito u društvu ističu vladajući.

Vjeruje se da su pojedinci ove generacije različitiji, neovisniji i kreativniji od prijašnjih generacija. Takvo stajalište potvrđuje Harry Beard koji sam spada u Generaciju Z, a i suosnivač

je marketinške tvrtke generacije Z, „Future Labs“ kroz koju širi svoja promišljanja o tome što čini ovu generaciju toliko različitom od ostalih. Na pozornici TEDxa¹ govori da pojačanom globalnom povezanošću putem društvenih mreža, Generacija Z ne treba više kreirati strategiju kako bi utjecala društvo, već samo može napraviti *tweet* i time svatko na platformi može iznijeti svoje mišljenje. Ističe da to znači da po prvi možemo ostvariti naše želje i ciljeve bilo gdje i bilo kada s bilo kojim identitetom. Obrazovanje je danas dostupno čak i preko društvenih platformi kao što je YouTube te Gen Z može uspjeti u svojim zanimanjima i strastima istovremeno pogađajući školu zahvaljujući upravo online platformama koje im to mogu omogućiti. Mogu prikazati znanje i strast za određenu struku (gluma, novinarstvo, komedija, sport, itd.) bez dobne diskriminacije. Definira Gen Z kao „programiranu“ generaciju je odrasta u pametnijem okruženju tj. s društvenim mrežama mogu lakše stvoriti osobni brend iako toga nisu svjesni. Prema statistikama 70% Gen Z-a želi započeti vlastito poduzetništvo, a 15% ih namjerava već po završetku srednje škole uz volontiranje. Spominje Gretu Thunberg koja isto pripada Generaciji Z i koja je započela pokret *School strike for climate* i time utjecala na mnoge putem Interneta i na stvaranje drugih novih pokreta diljem svijeta. Harry Beard dodaje kako u ovom današnjem virtualno orijentiranom svijetu dominira kompetitivnost, odnosno ako se želi uspjeti treba posjedovati mogućnost da se istakne jer „bilo što generičko jednostavno se ne ističe“ (Beard, 2019). Konkurencija je veća nego prije i očekivanja nikad nisu bila ovolika te se zapravo zbog globalne povezanosti natječemo s cijelim svijetom iako imamo mogućnost i priliku za stvaranje novih perspektiva i promjena, ali na možda teži način. Ono što je ovdje bitno za shvatiti jest da ni jedna generacija, pa ni Gen Z nije univerzalna ni savršena te je svaka generacija pod utjecajem bivše. Usto, prisutna konkurencija na društvenim mrežama utječe na identitet ove generacije možda najviše do sada zbog uspoređivanja s drugima jer mediji proizvode idealne persone što stvara pritisak. Stalno smo suočeni s idealnom slikom onog što bi „trebali“ biti putem TV-a ili društvenih platformi. Baš zbog toga, pristup društvenim medijima čini ovu generaciju materijalističkom, kako tvrdi Dr. Carter da je manja vjerojatnost da će se mlađa generacija stvarno informirati o društvenim pitanjima iako društveni mediji pružaju relevantne informacije u tom kontekstu, ali prevladava stalno uspoređivanje s onim što se objavljuje na platformama (Campana, 2022, str. 4). Sugovornice generacije Z potvrđuju tu analizu svojim odgovorom na pitanje „Je li utjecaj Interneta na najmlađoj generaciji vidljiv te utječe li pozitivno u smislu da mladi sad imaju veću mogućnost za ostvarenje promjena u društvu ili negativno u smislu da Internet čini mlađu generaciju „glupljom“ i odvojenom od

¹ TEDx Talks. (2019) “What Makes “Generation Z” so Different? | Harry Beard | TEDxAstonUniversity.” YouTube www.youtube.com/watch?v=qyCn3APagyU

stvarnog svijeta?“ odgovaraju s pretpostavkom da više dominira prva mogućnost, no sve ovisi od osobe do osobe, vlastitih interesa te koliko je tko zapravo zainteresiran za uvođenje promjena. Popularnost na društvenim mrežama daje veću mogućnost za promjene, ali naravno s pravim ciljem. Tek s godinama može se aktivirati želja za uvođenjem nečeg novog kao i svakoj generaciji pa tako i ovoj najmlađoj te će uvijek pojedinci pokretati određenu masu. Spominje sve veću distanciranost mladih od boravka vani na što je utjecajan odgoj i okolina. Sugovornica Generacije Y je primijetila znatan utjecaj interneta na najmlađu generaciju jer su oni generacija koja od malena koristi tehnologiju zahvaljujući roditeljima. Te bi upravo roditelji trebali usmjeravati svoju djecu na pravi put jer koliko god internet ima negativnih strana ako se iskoristi na pametan način to može ići djeci u korist. Pripadnik Milenijalaca, u vezi pitanja imaju li mlađe generacije veći utjecaj na društvene promjene, nadovezuje se na Gretu Thunberg te govori kako se ona ne bi trebala svrstavati u Gen Z jer su sve njene misli i akcije poduprte i „skriptirane“ od njenih roditelja koji spadaju u Generaciju X te se ta manipulacija od strane roditelja reflektira na njene misli. Iako nosi sjajnu poruku da treba očuvati prirodu i okoliš i nešto poduzeti po pitanju klimatskim promjena, ona zapravo ne provodi ono za što se zalaže i tu nastaje problem. Definitivno smatra kako Internet negativno utječe na mlađu generaciju i sve društvene mreže utječu na sve veće materijalno uspoređivanje s drugima i stvaranje lažne slike o sebi. Sudionik koji pripada generaciji X ne misli da mora nužno biti gluplje, ali treba razlučiti one informacije koje su dobronamjerne, pozitivne i istinite jer postoji sve više laži na internetu. Govori kako je Internet pozitivan zbog lakšeg dohvata informacija, ali pitanje je na koji način se to iskorištava.

Pripadnici ove generacije više su usmjereni na objave te najčešće koriste TikTok, Instagram, Snapchat i YouTube. Zbog svakodnevne potrošnje multimedije, ova generacija sklona je kratkom rasponu pažnje i sve većim antisocijalnih sklonostima što također primjećuju i sugovornici (Giarla, 2019, str. 14) Po tom pitanju, video platforma TikTok je u razdoblju pandemije Covid19 dobila na popularnosti zbog lakšeg povezivanja s drugima te se vjeruje kako potiče kreativnost, rodni identitet i druge aspekte interseksionalnog identiteta u pandemiji Koronavirusa, ali i kao alat za suzbijanje dosade. TikTok je aplikacija na kojoj se objavljuju kratki videozapisi različitih sadržaja u trajanju od 15-60 sekundi s poznatom pozadinskom glazbom i s različitim efektima (Oktarini; Dewi; Putra; Ataupah 2022, str. 55). Iako TikTok može razviti osjećaj identiteta kao rezultat stalne društvene interakcije među korisnicima, ono što je ovdje ključno jest na koji način ova platforma zapravo stvara kratki raspon pažnje kod mladih što utječe na njihove ostale aktivnosti. Druga tehnologija isto utječe na kratkoročno

pohranjivanje pamćenja, a TikTok je samo još utjecajnije zbog globalne popularnosti. Gen Z više se fokusira na vizualni sadržaj baš zbog prihvaćanja takve tehnologije i kao što je već rečeno, želi steći veću vrijednost i prihvaćanje od digitalne zajednice (lajkovi, praćenja) (Giarla, 2019, str. 15). Postavivši pitanje „Utječe li TikTok ona na Gen Z pozitivno ili negativno, na koji način?“ sugovornica Generacije Z odgovara da je TikTok kao socijalna mreža „definicija sadašnjeg svijeta u kojem živi Gen Z“ na što utječe brzina mijenjanja trendova. Ono što negativno utječe na generaciju jest kratak raspon pažnje što su također dvije sugovornice iz Gen Z same primijetile na sebi jer ih iritira kad npr. TikTok video traje dulje od 2-3 minute. Jedna sugovornica iste generacije ističe da se vraćaju stariji trendovi na TikToku, primjerice muzika ex yu rocka se vraća na scenu pod nazivom „ex yu rock hits different“ i slično. Iz generacije Milenijalaca, sugovornica tvrdi da Tik Tok ima i dobre i loše strane, ali većinski misli da ju Gen Z koristi u pozitivnom smislu. Koliko god nepotrebnog sadržaja nađe toliko se i nađu zanimljive i edukativne stvari koje ih uče o drugim kulturama, običajima i sl. Sugovornik iz Gen Y smatra da TikTok kreira kod mlađih ljudi kratki raspon pažnje i time negativno utječe, ali najviše u negativnom smislu jer je TikTok kineska korporacija te svatko na toj platformi daje svoje osobne podatke i „nesvjesno pospješuje Kinu da postane najveća svjetska sila“. Osim toga ne smatra da TikTok potiče kreativnost te ima mnogo zlouporabnih i neprikladnih sadržaja što negativno utječe na djecu koja konzumiraju takav sadržaj. Sugovornik s foruma vjeruje da je „TikTok prije svega negativan za glazbenike jer ništa ne plaćaju kreatorima, ali je također negativan za Gen Z jer se tamo seksualizira mnogo sadržaja koji bi djeca mogla gledati zbog neodgovornog roditeljstva“. Sugovornik generacije X misli da ima više negativnog nego pozitivnog sadržaja.

Mnogi stručnjaci istražujući Generaciju Z procijenili su ju kao generaciju koja je najviše pogođena problemima mentalnog zdravlja. Jedna od karakteristika Gen z-a jest romantiziranje depresije, anksioznosti i ostalih mentalnih bolesti koje se na društvenim mrežama i u mainstream medijima tretiraju kao osobnost ili estetika. Također je vidljiva u humoru, meme-ovima. Youtuber Luke (2019) kao prvi primjer romantiziranja mentalnih bolesti navodi liniju odjeće Corinne Kopfs koja sadržava značenje anksioznosti na stražnjoj strani majice i izreku „my anxieties have anxieties“. Corinna koristi mentalnu bolest za vlastiti modni izričaj te indirektno profitira od anksioznosti svojih sljedbenika umjesto da podigne svijest o ovoj mentalnoj bolesti i educira svoje sljedbenike što zapravo jest zadaća influencera. Pojedine kompanije također profitiraju od mentalnih bolesti putem odjevnih predmeta na taj način potičući ovaj trend koji najviše utječe na mlađe generacije. Romantiziranje

depresije/anksioznosti putem memova isto je postalo aktualno na mnogim društvenim mrežama, Luke kao primjer društvene platforme navodi Tumblr. Mediji mogu dati pogrešnu poruku mladim ljudima što može imati negativan utjecaj iako je indirektno. Svako se drugačije nosi s mentalnom bolešću te mnogi zapravo koriste humor kao mehanizam suočavanja, no problem nastaje kada ljudi tvrde da imaju određenu mentalnu bolest, a zapravo nemaju. Zbog toga mnogi ljudi sa stvarnom mentalnom bolešću ne bivaju shvaćeni ozbiljno jer je mentalna bolest u današnjoj modernoj kulturi jako romantizirana i u „trendu“. Digitalna komunikacija razlikuje se preko generacijskih skupina, no humor putem meme-ova i posebno *crni (dark) humor* korišten je među mladima koji su od svoje rane dobi u kontaktu s Internetom (Sanchez, 2020, str. 9). Iako taj način komunikacije i izražavanja nije novo društveno ponašanje, internetski meme-ovi jesu, pogotovo u upotrebi najmlađe generacije. Društvo lakše prihvaća tjeskobu, patnju ili izolaciju (pandemija koronavirusa) s crnim humorom. Kako bi uvidjela misle li sami sugovornici da mediji negativno utječu na generacije, a posebno na Gen Z jer je odrasla s tehnologijom i najviše koristi društvene mreže, jedno pitanje bilo je upravo te tematike. Sugovornice generacije Z odgovaraju kako mladi svojom zaokupljenošću lajkovima, pratiteljima i objavama možda mogu lakše funkcionirati online svijetom, ali to onda isto može imati utjecaj na komunikaciju uživo. Smatraju da su one isto u mlađim danima svašta objavljivale na društvene mreže, pogotovo Facebook-u, ali da mlađa generacija baš pazi na kakvu sliku drugi ljudi imaju o njima što prije nije bio toliki slučaj. Kako se mijenja tehnologija tako i mišljenja i prakse novih generacija, primjerice sugovornice spominju Bluetooth kao način slanja slika ili videozapisa dok je novim generacijama to nepoznato jer odrasta s kvalitetnijom i poboljšanom tehnologijom. Nadalje, sve ovisi i o odgoju i o društvenoj okolini s kojom su okruženi. Govore i o trendovima koji se sve brže mijenjaju s novom generacijom. Jedna sugovornica ističe kako svaka generacija treba napredovati kako bi mogla utjecati na društvene promjene i napredak. Izjava ove sugovornice glasi: „kako se razvija osoba tako se razvija i njegovo napredovanje kroz prijašnje generacije“. Pripadnica starije Milenijalne generacije tvrdi da tehnologija na nas može utjecati negativno jedino ako pretjeramo s njom. Osoba mora biti sposobna funkcionirati i izvan virtualnog svijeta te ističe kako ne možemo kriviti tehnologiju za loš utjecaj na generacije, do negativnog utjecaja medija dolazi jer osobe prekomjerno koriste tehnologiju te se u potpunosti izoliraju od stvarnog svijeta. Sugovornik iste generacije smatra da sve ovisi od osobe do osobe jer ne konzumira svatko isti sadržaj na Internetu, primjerice netko tko više gleda BBC News više će biti pod utjecajem američke kulture, a time i podjelom na generacije. Ovaj sugovornik smatra kako je podjela na generacije više američki fenomen dok odgovori sugovornica Gen Z generacije dokazuju vidljivost identificiranja s Gen Z

kulturom i u Hrvatskoj baš zbog učestalog konzumiranja online sadržaja. Pripadnik generacije X vjeruje da mediji utječu negativno jer komunikacija u živo ipak zahtjeva neke druge tipove razmjene informacija nego preko društvenih mreža. Činjenica je da se ljudi trebaju zabavljati, ali na više realan način, dok je danas trend bijeg u virtualni svijet koji je po njegovom mišljenju negativan i „neozbiljan“. Milenijalni sudionik sa foruma Reddit vjeruje da Internet u velikoj mjeri ima negativan utjecaj, ali iako ima prednosti zaostao je što se tiče osobnih veza i doprinio ovisnošću.

Generacija koja dolazi nakon Gen Z počinje s djecom rođenom 2012. i nastavit će se barem do 2025. te se naziva generacija Alpha. Iako su dobne granice za ovu generaciju trenutno prilično nejasne jer je najnovija generacija, s vremenom će se razvijati i mijenjati. Vjeruje se kako će baš ova generacija najviše napredovati jer odrasta u tehnološkom napretku, ali to su pretpostavke kojima se može i Gen Z okarakterizirati jer ona također odrasta izložena digitalnoj tehnologiji od malih nogu (Pinsker, 2020). Kao što je već ranije u radu napomenuto, mlađe generacije one u koje najviše slijede internetske trendove te prihvaćaju takav način komuniciranja i povezivanja na virtualnim mrežama. Zbog čega bi mnogi sadržaj na Internetu, posebice društvenim mrežama, mogao utjecati na mlade u smislu da utječe na njihova mišljenje, stil života, stavove i ponašanje. Provodeći intervju, sugovornicima sam postavila pitanje te tematike kako bi ukazala na potvrdu ili negiranje vlastite hipoteze. Sugovornica generacije Z odgovara da društvene mreže definitivno utječu, primjerice s „stvaranjem lažne slike o sebi i s različitim mišljenjima drugih ljudi na društvenim mrežama koja su poduprta od strane drugih osoba“. Druga sugovornica pak ističe da ne utječu samo društvene mreže na naše mišljenje već i stvarni svijet, ali s društvenim mrežama je virtualno komuniciranje i raspravljanje postalo normalan i svakodnevan način komuniciranja. Stavlja naglasak na to da su mlađi „daleko od definiranih života“ i dalje se sami pronalaze. U ovom kontekstu opet spominje vlastito ne svrstavanje u Gen Z s svjesnošću da starimo jer sami svrstavamo u Gen Z one mlađe od sebe. Ovaj stav dokazuje da se sugovornica ne želi svrstavati u vlastitu generaciju zbog već postojećih i prihvaćenih stereotipa. Pripadnica generacije Milenijalaca se slaže s postavljenim pitanjem jer tvrdi kako društvene mreže mogu preusmjeriti način našeg razmišljanja što onda utječe na naš način života isto kao i sugovornik iz Gen Y govoreći da je to „mentalitet krda“ i da su ljudi uvijek bili podložni takvom efektu, a danas se to još izražajnije može vidjeti na društvenim mrežama putem „prividne i površinske ljepote“. Na forumu Reddit, sudionik generacije Y, pretpostavlja da društvene mreže ne utječu na razmišljanje, osim ako ih se ne počne koristiti prije nego što se dosegne tinejdžerska dob. Osobno smatra da „mediji samo odražavaju

uobičajene osjećaje, često puta samo očito generaliziraju ili jednostavno uzimaju sve što je popularno, ali ljudi i to čine“. Pripadnik generacije X ne smatra da mediji utječu na njegovo ponašanje iako mediji mogu formirati određeni stav u nekoj mjeri, ali kod njega je to već od prije formirano dok je kod mlađih to veća mogućnost jer oni još uvijek pronalaze sami sebe.

7. Utjecaj tehnologije i medija na generaciju Baby Boomera i Gen X

Generacije se određuju i prema korištenju medija jer dolazak digitalnog doba razlikuje generacije u obrascima korištenja tehnologije. Karakteristike generacijskih skupina povezane su s tehnološkim napretkom, odnosno sve većim korištenjem društvenih mreža i medija na svakodnevnoj bazi te mijenjanjem vremena. U tom se smislu Baby Boomeri povezuju s informacijskom revolucijom radija i TV-a. Smatra se kako su najveći potrošači medija televizije, radija, časopisa i novina te da 90% ove generacije ima Facebook račun jer se prilagodila usvajanju tehnologije zbog drugih novijih generacija (Kasasa, 2021). Iako Generacija X nije odrasla u prisutnosti digitalnih tehnologija, danas je snažno medijski orijentirana i digitalno povezana uporabom društvenih mreža, pogotovo Facebook-a, a nekolicina ih ima Instagram i Twitter. Istraživanje iz 2016. godine utvrdilo je da je 84% Generacije X bilo aktivno na Facebook platformi (Giarla, 2019, str. 4). Budući da nisu odrasli uz tehnologiju, već su joj se prilagodili kako se ona razvijala, ova generacija se može prozvati tkz. „digitalnim imigrantima“ (Calvo-Porrall, 2019, str. 3). Generalizacijski, ova generacija i dalje dnevno čita tiskane medije te sluša radio i televiziju (Kasasa, 2021). Mnogi pripadnici generacije X koriste različite oblike digitalne komunikacije kako bi bili u doticaju sa svojim prijateljima i rodbinom, a kao primarni komunikacijski alat koriste e-poštu (Giarla, 2019, str. 3) Neki trendovi identificirani među korisnicima društvenih medija Generacije X su njihova potrošnja online vijesti i videa. Mnogi u ovoj generaciji tvrde da su digitalne “lažne vijesti” krive za bahatost društva te da društveni mediji uništavaju mlade i njihova stajališta na različite teme, primjerice politike. Međutim, nedavno je istraživanje pokazalo da su starije generacije, kao što je Gen X, krive za većinu lažnih vijesti koje se šire i dijele među generacijama na internetu. Usto, mnogi primjećuju promjene u načinu komuniciranja unutar mreže i u interakciji uživo. Vjeruju kako je tehnologija obuzela živote mlađe generacije u tolikoj mjeri da više ne mogu „živjeti u trenutku“ ako nisu na društvenim mrežama. Brinu se da zbog brzog širenja tehnologije, društvene mreže i mediji negativno utječu na mlađe generacije (Giarla, 2019, str. 5). No, Gen X i dalje uvelike koristi društvene medije i spremni su utjecati na promjenu u društvenoj komunikaciji. Danas postoji cijela generacija (Milenijalci i Gen Z) koja ne može zamisliti svoj život bez tehnologije, a istovremeno postoje generacije (Baby Boomeri i

pojedinci iz Generacije X) koje nisu odrastale s tehnološkom inovacijom te se neki još uvijek ne mogu prilagoditi.

8. „OK Boomer“

Časopis *Time* u prosincu 2019. objavio je da je aktivizam Grete Thunberg, koja je zaslužna za poticanje zabrinutosti o klimatskim promjenama, utjecajan na medijima, pogotovo američkim te ju prikazuju kao poveznicu generacije Milenijalaca i Gen Z. Ovdje nastupa izraz „OK Boomer“ koji je populariziran krajem 2019. godine te ga mainstream mediji prepoznaju kao izraz koji definira karakter ove dvije generacije. Izraz prikazuje buntovne karakteristike povezane s globalnim i društvenim pitanjima, spolnom diskriminacijom i slične teme (Lim; Lemanski 2020, str. 4). „OK Boomer“ postao je viralan putem Tik Tok aplikacije, 15. listopada 2019., zbog Petera Kulija koji je pojam iskoristio u svojoj rap pjesmi kao *meme* izraz za ismijavanje savjeta starijih generacija (Baby Boomera i Milenijalaca) za Gen Z. Putem Twittera se koristio s hastagom #Ok Boomer dominirajući i u online svijetu i uživo putem medija zbog čega je nastala Twitter debata mlađe i starije generacije što prikazuje novi generacijski rat (Lim; Lemanski 2020, str. 8). Taj izraz samo je prikaz već odavno prisutnog sukoba između mladih i starih, ali ovaj put u virtualnom obliku. Također, time se može primijetiti prisutno odvajanje Gen Z od generacije Milenijalaca koji su uglavnom povezani s Gen Z što se tiče zagovaranja društvenih i ekoloških promjena. Upravo na tu temu generacijskog sukoba sugerira sudionik sa foruma Reddit koji više preferira Gen X, Tihu Generaciju (prethodnica Baby Boomera), Gen Z te Alphu više nego Generacije Baby Boomera i Milenijalaca. Navodi kako je tome razlog jer su obje generacije prilično slične što se tiče poticanja generacijskog sukoba na generacije koje slijede nakon njih. U tom slučaju, navodi da se Gen X sukobljava s Baby Boomerima, a Milenijalci s Gen Z. Usto, važni su i obiteljski problemi prisutni kod mlađih i starijih generacija, primjerice „većina Milenijalaca su djeca Boomera pa se uvijek svađaju“.

9. Zaključak

Sudionici Gen Y i Gen Z koji su bili subjekti intervjuja, na pitanja su većinski odgovarali u terminima mojeg pregleda literature. Primjerice, sudionici se ne žele svrstavati zajedno s mlađom generacijom jer već imaju predodređenu mentalnu sliku o njoj koja se širi putem društvenih mreža. Dvije pripadnice Gen Z generacije smatraju se da mijenjanjem društvene i tehnološke okoline mijenjaju i generacije te se brinu da mlađe generacije ne provode dovoljno vremena u „stvarnom“ svijetu. Usto, Internet može negativno utjecati na identitet osobe, za što su također izrazile zabrinutost za mlađe generacije jer putem društvenih mreža sve više mladih stvara idealnu sliku o sebi koja u većini slučajeva nije stvarna. Ranija istraživanja dokazuju da

TikTok kao platforma koju najviše koristi generacija Z, utječe na kratkotrajno pohranjivanje pamćenja kod mladih, a same sugovornice iste generacije to su primijetile i navele kao negativnu karakteristiku. Mišljenja najviše odstupaju od sudionika rođenog 1962. godine koji se ne svrstava u ni jednu generaciju i nema takav pogled na grupiranje u generacije i takvo shvaćanje društvenog svijeta. Budući da je rođen u vrijeme kada tehnologija nije bila toliko razvijena i pristupačna kao danas, njegovo djetinjstvo razlikuje se od djetinjstva današnjih mladih generacija koje svoj identitet pronalaze u virtualnim svjetovima. Iako dolazi iz manjeg sela u Zagorju, vidljivo je da to nema utjecaj na njegov odnos sa sadašnjom tehnologijom jer aktivno koristi medijske portale za čitanje vijesti, no ne koristi popularne društvene mreže kao Gen Z ili Milenijalci. Kako se ne karakterizira generacijom Baby Boomera, smjestila sam ga pod generaciju X upravo zbog korištenja Facebook-a i slušanja radija i televizije što su stereotipne osobine te generacije. Odgovori ovog sudionika potvrđuju kako su se starije generacije na određeni način prilagodile današnjem tehnološko promjenjivom okruženju o čemu govore i istraživači koji su analizirali starije generacije u odnosu na mlađe. Također, hipoteza se potvrdila s pretpostavkom da je podjela na generacije više prisutna u Americi, ali tehnologija itekako doprinosi podjeli globalno jer putem Interneta više pojedinaca ima pristup ovim što je u trendu, a to je u ovom slučaju dominirajuća skupina Gen Z. Postoji razlika u odgovorima ljudi na forumima i u intervjuima jer je kod sudionika s foruma primjetno veće odjeljivanje Generacije Z od najmlađe Alphe, dok sudionici u intervjuu i Gen Z i Alphu stavljaju pod istu generaciju zbog čega, pretpostavljam, i dolazi do samog izoliranja iz iste generacije. Sugovornica generacije Z osjeća veću povezanost s Zillenijalcima jer u generaciju Z svrstava mlađu generaciju s kojom se u potpunosti ne identificira. Odgovori s foruma više su potkrijepljeni činjenicama o generacijama što dokazuje veću upoznatost s tim fenomenom u Americi i na društvenoj platformi TikTok i forumu Reddit. Dokazano je da je ovaj fenomen generacija više prisutan u Americi nego u Hrvatskoj prema znanstvenoj literaturi, koja ponajviše u ovom pogledu istražuje američko društvo, ali i prema odgovorima sudionika. Zbog čega bi bilo potrebno dodatno istražiti fenomen generacije u Hrvatskoj osobito zato jer Hrvatska ima različit razvoj zbog Jugoslavije nego kao što je tekao razvoj u Americi. Iako je upravo zbog Amerike taj fenomen postao globalno tehnološko raširen na što se mlađe generacije sve više mogu poistovjetiti s vršnjacima na drugom kraju svijeta. Budući da se generacije označavaju prema dobrom rasponu, moje istraživanje fokusiralo se i na tu percepciju kod sudionika. Sugovornici generacije Z i Milenijalne generacije složili su se da ne postoji jasan prag koji u potpunosti definira svaku generaciju i svakoga u određenoj generaciji što spominje i sociologinja Nerina Jansen. Usto, sudionik s foruma iz generacije Y smatra da dobne skupine

ne moraju nužno odgovarati kronološkoj dobi jer članovi generacije koji su dodani svakoj dobnoj skupini započeli su s određenim prekretnicama.

Kroz rad primjetan je naglasak na generacijskom sukobu novih i starijih generacija, na koji se sudionici sami referiraju, jer kako je svaka generacija, odrastajući u drugačijim i promjenjivim okruženjima, sklona stvaranju promjena, to dovodi do generacijskog konflikta među generacijama. Primjerice, sudionik rođen 1962. godine spominje generacijski sukob koji je oduvijek prisutan, ali danas u većoj mjeri zbog tehnološkog napretka čime i dolazi do stvaranja novih vrijednosti koje utječu na društvo bilo u pozitivnoj ili negativnoj mjeri. U današnjem tehnološkom okruženju taj konflikt vidljiv je kroz pojam „OK Boomer“ koji se koristi na društvenim mrežama, posebno TikToku, od Gen Z kako bi se humorom iskazalo neprihvatanje stavova Baby Boomera i Milenijalaca. Kako se većina ispitanika usprotivila bilo kakvoj stereotipizaciji, no isto tako, u njihovim odgovorima o svrstavanju sebe unutar neke od generacija, primjetan je već prirodan tok kritičkog razmišljanja kod ljudi na većinu tema koje ih okružuju. Zapravo, u ljudskoj prirodi jest kritizirati i time stvarati određene predodžbe, pa makar u velikoj mjeri i ne svjesno, čineći upravo generalizaciju i stereotipizaciju. Iako većina sudionika ipak tvrdi da ne treba generalizirati i svrstavati svakoga u određenu generaciju jer je svatko pojedinac i razlikuje se od ostalih na svoj način, no činjenica je da svaka generacija odrasta u zasebnim uvjetima bez obzira na istovjetnost okruženja. Ono što je vrlo važno za shvatiti jest da su većinski svi sudionici mlađih generacija u toku s Internetskim trendovima što onda na određen način utječe na njihova mišljenja bez obzira na njihov kulturni i geografski habitus. Odnosno, zbog veće mogućnosti pristupu Internetu, rasprostranjena digitalna komunikacija ima globalni utjecaj i na pojedince i na društvo u cjelini. Ovo istraživanje dokazuje da danas više ne postoji pretjerana razlika u mišljenju onih koji dolaze sa ruralnih/seoskih u odnosu na urbane sredine, iako postoje iznimke. Danas svi imaju omogućen pristup Internetu pa se više mlađe generacije u Americi ne razlikuju toliko s istom generacijom u Hrvatskoj zbog novog načina virtualne komunikacije, a time i stvaranja drugačijih društvenih normi i društvenih promjena, iako društvo djeluje na način da starije generacije sadrže autoritet što i ističe sudionik starije generacije.

10. Literatura

Bibliografija:

- Benkler, Y. (2013). *Change: 19 Key Essays on How Internet Is Changing Our Lives*. BBVA.

- Bristow, J. (2015). *Baby boomers and generational conflict*. Springer.
- Calvo-Porrall, Cristina; Pesqueira-Sanchez, Rogelio (2019). *Generational differences in technology behaviour: comparing millennials and Generation X*. *Kybernetes, ahead-of-print*
- Campana, S. (2022). TikTok, Coronavirus, and Generation Z: How the Social Platform Became an Outlet a Generation With Pandemic Related Mental Health Struggles Was Looking For.
- Day, A. (2013). *The Problem of Generalizing Generation*. *Religion and Society: Advances in Research*, 4(1), 109–124. doi:10.3167/arrs.2013.040107
- Dimock, M. (2019). Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. *Pew Research Center*, 17(1), 1-7.
- Gaertner, S. L., & Dovidio, J. F. (2005). Categorization, Recategorization, and Intergroup Bias. In J. F. Dovidio, P. Glick, & L. A. Rudman (Eds.), *On the nature of prejudice: Fifty years after Allport* (pp. 71–88).
- Giarla, V. (2019). Generational social media: How social media influences the online and in-person relationships of gen X, Gen Y And Gen Z.
- Hannerz, U. (1996). *Transnational connections* (Vol. 290). london: routledge.
- Jansen, N. (1974). Definition of Generation and Sociological Theory. *Social Science*, 49(2), 90–98.
- Jones, Chris and Shao, Binhui (2011). The net generation and digital natives: implications for higher education. Higher Education Academy, York
- Jost, J. T., & Hamilton, D. L. (2005). Stereotypes in our culture. *On the nature of prejudice: Fifty years after Allport*, 208-224.
- Lamb, S., (2015) Generation in Anthropology. In: James D. Wright (editor-in-chief), *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 2nd edition, Vol 9. Oxford: Elsevier. pp. 853–856. ISBN: 9780080970868
- Lim, Y. J., & Lemanski, J. (2020). A generational war is launched with the birth of Ok Boomer in the digital age. *The Journal of Society and Media*, 4(1).
- Marcus, G. E., Fischer, M. M. *Antropologija kao kritika kulture*.
- McLuhan, M. (1995). The playboy interview. *Essential McLuhan*, 233-269.

- Oktarini, N. P. U., Dewi, N. P. K., Putra, M. R. A. K., Ataupah, J. H. A., & Oktarini, N. L. D. D. (2022). Analysis of the Positive and Negative Impacts of Using Tiktok For Generation Z During Pandemic. *Journal of Digital Law and Policy*, 1(2), 53-58.
- Ortner, S. B. (1998). Generation X: Anthropology in a media-saturated world. *Cultural Anthropology*, 13(3), 414-440.
- Sanchez, Barbara C. (2020) "Internet Memes and Desensitization," *Pathways: A Journal of Humanistic and Social Inquiry*: Vol. 1 : Iss. 2 , Article 5
- Sarraf, A. R. A. (2019). Generational groups in different countries. *International Journal of Social Sciences & Humanities*, 4(1), 41-52.
- Tapscott, D. (2008). *Grown up digital* (p. 384). Boston: McGraw-Hill Education.

Internetski izvori:

- Aliev, T. (2021). Zillennials: The Next Generation Audience. Dostupno na: [www.linkedin.com https://www.linkedin.com/pulse/zillennials-next-generation-audience-tim-aliev](https://www.linkedin.com/pulse/zillennials-next-generation-audience-tim-aliev)
- Foot, R., Cooper, C. (2019). Baby Boomers in Canada. In *The Canadian Encyclopedia*. <https://www.thecanadianencyclopedia.ca/en/article/baby-boom>
- Kasasa. (2021) “Boomers, Gen X, Gen Y, Gen Z, and Gen a Explained.” www.kasasa.com/exchange/articles/generations/gen-x-gen-y-gen-z.
- Pinsker, J. (2020). Oh No, They’ve Come Up With Another Generation Label. Retrieved from The Atlantic <https://www.theatlantic.com/family/archive/2020/02/generation-after-gen-z-named-alpha/606862/>
- r/generationology - What do you think about different generations and their differences? (2019). reddit: https://www.reddit.com/r/generationology/comments/uwlybi/what_do_you_think_about_different_generations_and/

Video izvori:

- Alexander, L. (2019). The Rise of Romanticising Mental Illnesses & Why It Must Be Stopped. (posjećeno 2.6.2022.) <https://www.youtube.com/watch?v=qJV0Ps84x1o&list=TLPQMjMwNTIwMjI9slSKUhEeQA&index=4>

- TEDx Talks. (2019) “What Makes “Generation Z” so Different? | Harry Beard | TEDxAstonUniversity.” YouTube, www.youtube.com/watch?v=qyCn3APagyU