Čitanje pred izazovima novih generacija

Znanstvenici William Strauss i Neil Howe tvorci su „generacijske teorije“ prema kojoj stanovnike „globalnog sela“ dijele u 10 skupina (generacija). Generacije traju od 20 do 22 godine, a čine ih ljudi na čiji su mentalitet i način razmišljanja, utjecali zajednički povijesni, kulturni, društveni i ekonomski događaji. Na svijetu trenutno živi 10 generacija: *Izgubljena* (r. 1890. – 1915.), *Međuratna* (r. 1901.-1913.), *Najveća* (r. 1910. - 1924.), *Tiha* (r. 1925. -1945.), *Baby boomer* ( r. 1945.-1964.), *Generacija X*(r. 1965.-1979.), *Xenijalci* (r. 1975.-1985.), *Milenijalci* (r. 1980. – 1994.), *Generacija Z* (r. 1995. – 2012.) i *Alfa* (r. 2013. – 2025. ). Karakteriziraju ih brojne međusobne sličnosti, ali i razlike. Prenošenje i razvijanje kulture čitanja kod pripadnika novih i budućih generacija misija je izgrađenih čitatelja.

Tko *diktira* trendove čitanja pripadnicima Z i Alfa generacije? Knjižničari, učitelji, roditelji, književnici, predstavnici medija, youtuberi, influenceri, zvijezde iz svijeta sporta i showbiza? Mogu li se pripadnici prethodnih generacija u ulozi poticatelja čitanja, metodički transformirati i odgovoriti na izazove koje pred njih postavljaju najnovije i buduće generacije? Potencijalno najveći utjecaj na ključne segmente života u zajednici (a čitanje je de facto jedan od njih) imaju odgojno, obrazovno i društveno aktivni pojedinci, između 25. i 67. godine života, prema generacijskoj teoriji, pripadnici prethodnih generacija. Kako bismo stekli dojam o nivou izazova koji se nalazi pred njima, objasnimo temeljna obilježja pripadnika prethodnih i pripadnika tzv. nove generacije. Pripadnike prethodnih generacija obilježile su političke, gospodarske i ekonomske promjene. Odrasli su u vremenu papirne i verbalne komunikacije, kada je telefon u isto vrijeme bio potreba i luksuz. Prijateljstva su se sklapala na igralištima, u školama i na izletima. Djeca su se igrala igračkama s prijateljima kojima su znali stvarno ime, prezime i adresu. Knjige, primjerice enciklopedije, bile su izvori znanja, informacija i širenja vidika. Stres se liječio čitanjem romana, stripova, časopisa i viceva. Novi nastavci čekali su se s nestrpljenjem, a po njih se nerijetko potezalo na kioske s tiskovinama. Križaljke kao *mentalna teretana* služile su razvijanju razmišljanja i poboljšanju pamćenja. Kreativnost i nove vještine učili su se iz priručnika, a brusili u praksi. Nepoznate riječi pronalazile su se u rječnicima. Novine su bile prozor u svijet, a znati čitati u najranijoj dobi, stvar prestiža u ekipi! Posljednje analogno djetinjstvo imala je generacija *Milenijalaca* (r. 1980. – 1994.) koja je u punoljetnost zakoračila ruku pod ruku s računalima, neograničenom internetskom vezom i društvenim mrežama. Pripadnicima novih generacija, tzv. Z i Alfa, digitalno je normalno! Pametni telefoni, tableti i računala, sastavni su dio života, kao i aplikacije iPhone, iPad, Android itd. Nove tehnologije od njih ne zahtijevaju učenje. Neprimjetno se nadograđuju na prethodne, zamjenjuju ih atraktivnijima i rastu paralelno s korisnicima. Ne nameću se kao izbor, nego kao imperativ! Pristup informacijama je prostorno i vremenski neograničen. Dostupne su „ovdje i sada“ uz pomoć dodira ekrana, klika ili glasovne upute. Potreba za čitanjem u svrhu dolaska do informacije svedena je na minimum. Zamijenile su je vizualno atraktivne i lako pamtljive ikone, video zapisi i glasovne upute. Izgubila se razlika između virtualnih i stvarnih prijatelja. Virtualni prijatelji koje pronalaze na društvenim mrežama jednako su važni kao i prijatelji u stvarnom životu, ako ne i važniji. Komunikaciju „oči u oči“ zamijenila je komunikacija „preko ekrana“. Virtualnim prijateljima se lakše otvaraju, s njima dijele brojne zajedničke interese, zabavljaju se, ali i predstavljaju na način „kako i koliko“ žele! Roditelji i učitelji polako i sigurno gube ulogu edukatora, jer se radi o samoukoj populaciji koja samostalno pokorava nove tehnologije i uči uz pomoć videotutoriala. U strahu od propuštanja nečega važnoga i kašnjenja za trendovima, puno vremena provode online. Odrastaju u pametnim domovima uz glasovne asistente kao što su Siri, Alexa i Google Assistent, s kojima komuniciraju, donose im odgovore na pitanja, savjetuju ih itd. Umjetna inteligencija se polako i sigurno uvlači u sve pore društva nudeći mišljenje bez napora razmišljanja. Postavlja se pitanje, zašto čitati, pamtiti i učiti ako su odgovori dostupni „na dlanu“?! Nove tehnologije su vlasništvo. Pravo vlasnika je raspolagati s vlasništvom kako želi uz obvezu poštivanja ljudskih prava i sloboda druge osobe! Kako bismo koristili bilo koju aplikaciju ili društvenu mrežu, potrebno je otkriti brojne osobne podatke, nerijetko i lokaciju na kojoj se nalazimo. Krše li se time prava pojedinaca na zaštitu osobnih podataka? Neosporno! Međutim, vlasnici spomenutih digitalnih resursa, uzimanje osobnih podataka od korisnika opravdavaju pravilima poslovanja te korisnicima jamče zaštitu istih, odnosno interno korištenje, bez davanja na raspolaganje trećim osobama ili poslovnim subjektima. Postavke pripadnika nove generacije programirane su za stalne promjene, istraživanje, slijeđenje i iščekivanje trendova. Nove tehnologije treba uzeti s dozom opreza, kao lijek, proučavajući njihove indikacije i kontraindikacije. Ključna je upornost, razumijevanje i suosjećanje pripadnika prethodnih generacija s novim generacijama, te osmišljavanje novih metoda! Ako znamo kako su idoli Z i Alfa generacije youtuberi i influenceri, popularne osobe koje imaju veliku vidljivost u svijetu interneta, a time i utjecaj na navike, ponašanja i stavove mladih ljudi, zašto ih ne iskoristiti u svrhu promicanja knjige i čitanja kao što to čine modna, prehrambena, kozmetička i industrija zabave? Radi se o generaciji stvaratelja, sukreatora, željnih sudjelovanja u kreiranju novih sadržaja. Sukladno navedenim tezama, BookTok se izdvaja kao idealan primjer poticanja i promoviranja čitanja. Što je BookTok? BookTok je kratica za „Book TikTok“. Radi se o zajednici knjige, autora i čitatelja. Čitatelji raspravljaju, recenziraju i preporučuju pročitane knjige izrađujući zanimljive videozapise o njima. Više od 112 milijardi pregleda na TikToku govori o popularnosti BookTok-a među mladima, ali i o zavidnoj razini promocije knjige i čitanja, kao i mogućnošću kreativnog izražavanja sudionika. Velika je vjerojatnost kako bi se knjige koje preporuče influenceri, youtuberi, kao i popularne osobe iz svijeta sporta i showbiz-a popularizirale u krugovima njihovih pratitelja i vjerojatno bile pročitane. Ali, uvijek postoji ali… Modna, kozmetička i prehrambena industrija donose veću zaradu te su kao takve primamljivije promotorima raznih profila. Također, problem je i u izboru žanrova, naslova, autora, razumijevanju pročitanoga itd. Navedene skupine imaju pratitelje različitih dobnih, spolnih, obrazovnih i drugih karakteristika. Kako se prilagoditi različitim ukusima i očekivanjima? Teško ili nikako. Sigurnije je birati univerzalne teme zabavnog karaktera, igrati sigurno i osigurati si dovoljan broj pretplata, pogleda, lajkova i dijeljenja s ciljem zarade. Kao knjižničarka (*milenijalka*) u školskoj knjižnici sa 700 članova Z i Alfa generacije, primjećujem kako učenici biraju popularne knjige koje izgledom podsjećaju na profile društvenih mreža, bogato ilustrirane sa što manje teksta! Naglasak je na građi laganoj za čitanje, čija je glavna svrha razonoda čitatelja. Radnja se odvija brzo uz dozu stalne napetosti i neizvjesnosti, s naglaskom na novo, neviđeno i drugačije. Primjeri omiljenih naslova su: *Gregov dnevnik, Tom Gates, Kapetan Gaćeša* i sl. Važna je i vidljivost te prisutnost knjige i knjižnice na popularnim društvenim mrežama. Nakon što je vidio preporučenu knjigu na Instagramu ili TikToku, učenik je *prirodno* prepoznaje kao trend i velika je vjerojatnost kako će je posuditi, možda i pročitati. Roditelji, učitelji, književnici i knjižničari, ako žele njegovati kulturu čitanja kod pripadnika novih i najnovijih generacija, moraju igrati po njihovim pravilima, upoznati ih, saznati tko su i kako uče. Osobno evoluirati od metuzalema do transformera! Dakle, ključ je razvijanje uspješne strategije poticanja čitanja koja se temelji na stečenom iskustvu, proučavanju i kreiranju novih metoda.

Ivana Strapač, mag.educ.phil. et mag. bibl.

Stručna suradnica knjižničarka-savjetnica

Lektura/korektura: Renata Matičević, prof. i mag. bilb.

Izvori:

<https://www.socialpilot.co/social-media-terms/what-is-booktok> (2024-03-15)

<https://www.skole.hr/upoznajte-generaciju-z-tko-su-i-kako-uce/> (2024-03-11)

<https://mood.hr/power/generacija-alpha/> (2024-03-15)

<https://www.mirovina.hr/novosti/na-svijetu-trenutacno-zivi-ovih-10-generacija-kojoj-vi-pripadate/> (2024-03-11)