

Koncept blaziranosti u suvremenom gradu

Oberan, Andrea

Undergraduate thesis / Završni rad

2018

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Croatian Studies / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet hrvatskih studija**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:111:408445>

Rights / Prava: [In copyright](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2020-11-27**



Repository / Repozitorij:

[Repository of University of Zagreb, Centre for Croatian Studies](#)



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
HRVATSKI STUDIJI
ODSJEK ZA SOCIOLOGIJU

Andrea Oberan

**KONCEPT BLAZIRANOSTI U
SUVREMENOM GRADU**

ZAVRŠNI RAD

Mentor: prof.dr.sc. Renato Matić

Sumentor: doc. dr.sc. Sara Ursić

Zagreb, 2018.

Sadržaj

1. Uvod.....	3
2. Sociološki prikaz koncepta «blaziranosti».....	4
2.1. Pojava «stranca» u suvremenom svijetu.....	5
3. Generacija «Z» - Tko su oni?.....	6
3.1. Karakteristike «Z» generacije.....	7
4. Virtualne zajednice.....	8
5. Upotreba elektroničkih uređaja u svakodnevnom životu...9	
5.1. «On-line» komunikacija.....	10
5.2. Neurološki aspekt elektroničkih uređaja.....	11
6. Umrežena mjesta.....	12
7. Zaključak.....	13

1. Uvod

Suvremeno je društvo u posljednjih dvadeset godina prošlo kroz nekoliko bitnih promjena, a u ovom ću se radu fokusirati na promjene u društvenoj svakodnevnicu pod utjecajem moderne tehnologije; na koji način oblikuje naše svakodnevnicu, ali i živote. Mnogi sociolozi, ali i psiholozi istražuju ove fenomene nastojeći dokazati vlastite hipoteze, bile one pozitivne ili negativne, međutim, jedno je sigurno – nemoguće je izbjeći korištenje «pametnih» uređaja ukoliko želimo «postojati» u modernom svijetu (Turner, 2013.).

Postavila sam sljedeću hipotezu:

Iz sociološkog aspekta moderna tehnologija ima negativne učinke na čovjeka.

Iz ove su hipoteze proizašli koncepti koji će se u ovom radu analizirati, poput «blaziranosti», «stranca» te Z generacije. Koncepti «blaziranosti» i «stranca» Simmelovi su konstrukti koji se, bez obzira na vremensku razliku, mogu uklopiti u današnje shvaćanje društvenih mreža i sociološke svakodnevnicu. Nadalje, odgovorit ću na sljedeća pitanja:

- Zašto nastaje sociološki fenomen «blaziranosti» analiziran od Georga Simmela, filozofa, ali i jednog od prvih njemačkih sociologa.
- Što predstavlja koncept stranca?
- Tko su pripadnici takozvane «Z» generacije? Kakve promjene donose u modernom društvu?

S pretpostavkom da moderni uređaji kontroliraju životni ritam pojedinca, u radu je analizirano nekoliko bitnih faktora koji utječu na svakodnevnu upotrebu modernih uređaja. To su prostorno-vremenski okviri poput svakodnevne ubrzanosti u velikom gradu. Za kraj, istražen je i neurološki aspekt koji predstavlja posljednicu prekomjernog korištenja pametnih uređaja.

Za pisanje ovog rada korištena je stručna literatura iz područja sociologije.

2. Sociološki prikaz koncepta «blaziranosti»

“Blaziranost” je pojam koji srećemo u sociološkoj terminologiji pa ga je radi lakšeg shvaćanja potrebno konceptualizirati. Njegov tvorac, Georg Simmel objašnjava

blaziranost u svom djelu Kontrapunkti kulture, u eseju «Velegradovi i duhovni život» gdje se po prvi put problematizira odnos velikog grada i čovjeka – na koji način ljudi postaju indiferentni prema onome što se oko njih (u prostoru) događa. Tako Simmel (1903:141) konceptualizira blaziranost kao ključan aspekt svakog grada tvrdeći da je ona «posljedica onih živčanih podražaja koji se brzo izmjenjuju i u svojim su suprotnostima nagomilani na malom prostoru, iz čega nam se činilo da proizlazi i intenziviranje velegradske intelektualnosti...»

Nadalje, bit blaziranosti shvaća u «otupjelosti» gdje se «značenje i vrijednost razlika između stvari te time i samih stvari osjeća kao ništavna» (Simmel, 1903:142). Simmel nam tako prikazuje modernog čovjeka, onoga koji je rezerviran, distanciran, računski nastrojen. Ubrzani način života kakav je karakterističan za velegrad postavlja pojedinca u stanje otuđenosti, ravnodušnosti prema vanjskome svijetu. Modernost je shvaćena kao algoritam koji je utvrđen matematičkim formulama, na kraju krajeva, s novcem. Novac je taj koji pokreće sve i kvantificira svaki aspekt života.

Simmel prikazuje usporedbu života u manjem gradu i u velegradu tvrdeći da je ovakav obrazac ponašanja neophodan u većem gradu zbog količine informacija koju pojedinac može u jednom danu doživjeti i da je način života nužno različit upravo zbog različitih svakodnevnih elemenata: «Kada bi stalnom vanjskom kontaktu s bezbrojnim ljudima trebalo odgovarati jednako toliko unutarnjih reakcija, kao što je slučaj u manjem gradu, u kojemu čovjek zna gotovo svakoga s kim se susreće i prema svakome ima neki pozitivan odnos, tada bi se čovjek iznutra potpuno atomizirao i dospio u posve nezamislivo duševno stanje» (Simmel, 1903: 143)

Velegradski način života kao takav je dijelom po Simmelu opravdan kako bi se život mogao normalno odvijati, gdje dominira objektivno nad subjektivnim, gdje ne postoji samo uzajamna ravnodušnost nego i averzija, odbojnost prema vanjskom svijetu zbog razvijenog nepovjerenja koje je karakteristično za velike gradove. Pojavu velikih gradova i modernog načina života tako možemo shvatiti kao uvertiru za ono što se događa pred kraj 20. stoljeća - masovno korištenje Interneta, mobitela, «gadgeta» i njihov utjecaj na život pojedinca. Simmel je odlično zamijetio, ali i predvidio na koji će se način ljudske interakcije razvijati (a, tada nije bilo Interneta, ni pametnih telefona) na većem prostoru. Zanimljivo je da se do danas nije puno toga promijenilo osim što u centru modernog života stoje društvene mreže o kojima će riječ biti u jednom od sljedećih poglavlja.

2.1. Pojava «stranca» u suvremenom svijetu

Kako bi što bolje shvatili pojam blaziranosti, potrebno je konceptualizirati termin «stranca» koji je Simmel povezivao sa velegradom. Za njega, stranac je onaj «koji danas dođe i sutra ostane – takoreći potencijalni putnik koji, premda nije krenuo dalje, nije posve prevladao odvojenost dolaženja i odlaženja. On je fiksiran unutar nekog određenog prostornog područja – ili nekog čija je granična određenost analogna prostornoj – ali njegov položaj na tom prostoru bitno je određen time što mu ne pripada unaprijed, što u njega unosi kvalitete koje ne potječu i ne mogu potjecati iz njega.» (Simmel, 1903:152) S takvim čovjekom povezuje objektivnost tvrdeći da se «objektivnost može nazvati i slobodom, objektivni čovjek nije vezan nikakvim fiksiranjima koja bi mogla predodrediti njegovo prihvaćanje, njegovo razumijevanje, njegovu procjenu danoga.» (Simmel, 1903:154) Ta se objektivnost manifestira u računskom duhu kako ga Simmel naziva, gdje nema mjesta subjektivnom i osjećajnom. Karakteristike takve objektivnosti su pasivnost i distanca.

U objektivnoj kulturi, koju Simmel spominje, pojedinci nisu privrženi grupi i ona im nije od posebne važnosti. Racionalne grupe tako naglasak stavljaju na novac koji je uvijek bio središte u velikom gradu (Simmel, 1903.). Ovakav obrazac ponašanja nam je zasigurno poznat i možemo ga danas protumačiti kao općeprihvaćeno ponašanje pojedinca u većem modernom gradu. Mada se ovakav stav ne može okarakterizirati kao poželjan, ali je zbog gore već navedenih stavki itekako potreban u urbanom prostoru kako bi pojedinac mogao normalno funkcionirati u svojoj svakodnevnici.

Međutim, kao jedna od posljedica javlja se alijenacija, odnosno otuđenje. Simmel otuđenje ne analizira poput Marxa u političkom i ekonomskom kontekstu, već otuđenje analizira u kontekstu modernog kulturnog razvoja, razvijajući tako teoriju kulturne alijenacije. U središte postavlja objektivnu i subjektivnu kulturu gdje objektivna sve više raste s urbaniziranjem gradova, a subjektivna, kako bi Simmel rekao «atrofira». Objektivnu kulturu karakterizira «dominacija u jeziku i u pravu, u proizvodnoj tehnici i u umjetnosti, u znanosti i u predmetima koji nas okružuju u našem domu...» (Simmel, 1903:148). Najveća razlika između objektivne i subjektivne kulture svodi se na podjelu rada gdje je pojedinac sve više podređen radu i njegovim rezultatima. U takvom okruženju, zapušta sebe u cjelini dovodeći se u stanje alijenacije.

U nastavku ovog rada, u jednom od poglavlja, analizirat ću koncept otuđenosti u današnjem, digitalnom razdoblju te prikazati na koji način moderna tehnologija stvara otuđene pojedince.

3. Generacija «Z»

Generacija Z spada u posljednju generaciju onih rođenih od sredine 90-ih pa do danas. Nekoliko je teorija koje pokušavaju potvrditi kada točno generacija Z započinje, ali je teško zapravo odrediti kada određena generacija prestaje, a kada počinje. Također, nema točnog podatka koliko je trenutno pripadnika ove generacije na svijetu s obzirom da se broj konstantno mijenja iz dana u dan. Ono što je u ovom slučaju relevantno jest činjenica u kojem se točno trenutku mijenja društveni način života.

Za potrebe ovog rada odlučila sam preuzeti definiciju Marca Prenskyja (2001) koji je generaciju Z nazvao «digitalnim domorocima» okarakterizirajući ih kao «izvorne govornike digitalnog jezika interneta, kompjutera, video igara i multimedijalnih platformi». Nazivaju se još i «Facebook» i «iPhone» generacijom. Pripadnici ove generacije se uvelike razlikuju od svih prethodnika jer su odrasli/odrastaju uz tehnologiju koja se konstantno mijenja i napreduje iz dana u dan.

Oni brzo upijaju inovacije, materijalistički su nastrojani, teže brzom zaradi, instant zadovoljstvima i konzumerističkom načinu života. S druge strane, oni su ambiciozni, kreativni, znatiželjni. Digitalni domoroci tako odrastaju u društvu u kojem se cijeni različitost, s naglaskom na originalnost. Sve navedeno može se shvatiti kao posljedica života u urbanom prostoru s obzirom na činjenicu kada je 2008. godine zabilježen podatak da pola svjetske populacije, točnije 3.3. milijuna ljudi živi u urbanim središtima (Turner, 2013).

S obzirom na eksponiranost pripadnika ove generacije prema različitostima u svakodnevnom životu, ne iznenađuje pretpostavka da će i dalje nastaviti s otvorenosću i tolerancijom prema onima koji su drugačiji. Međutim, kako bi ova generacija bila što bolje shvaćena, potrebno je istražiti kako i na koji način održavaju ljudske odnose, koju ulogu u svemu igra tehnologija te kako oblikuje njihovu svakodnevicu. U nastavku, prikazat ću koliko i kako ova generacija koristi tehnologiju u svakodnevnom životu te kako se takav način života odražava na međuljudske odnose, ali i kako mijenja socijalnu svakodnevicu.

3.1. Karakteristike «Z» generacije

U ovom ću poglavlju analizirati karakteristike Z generacije po uzoru na istraživanje Brucea Tulgana koji je rezultate iznio u radu pod nazivom «Meet Generation Z: The Second Generation Within the Giant «Millennial» Cohort». Bruce navodi 5 točaka koje oblikuju digitalnu generaciju:

1. Društvene su mreže budućnost.

Iako će o društvenim mrežama biti riječi poslije, potrebno je i sada naglasiti činjenicu da «digitalci» ne poznaju svijet bez društvenih mreža i virtualne povezanosti gdje su bilo kojem trenutku povezani. Oni su itekako upoznati s alatima društvenih mreža, međutim, potrebna je određena kontrola.

2. Ljudske su veze bitnije nego ikad.

Visoko angažirani pristup roditeljstvu, obrazovanje i savjetovanje dramatično se ubrzao do Z generacije. «Digitalni domoroci» će se manje odupirati autoritetu u odnosu na prethodne generacije, ali će biti tu za pojedinca jedino kada su integrirani u intenzivne radne odnose.

3. Nedostatak vještina

Ova će generacija najviše od svih patiti od sve većeg jaza između visoko kvalificiranih i nekvalificiranih pojedinaca. Z generacija mora uložiti ogromne napore za unaprijeđenje vještina poput radnih navika, interpersonalnih komunikacija, kritičkog razmišljanja. S druge strane, rasti će broj elita u radnom svijetu, onih koji imaju najveću stručnu spremu, oni koji posjeduju tehničke vještine, ali i prednosti za priliku za osobni razvoj. Zadržavanje među rastućom elitom zahtijevat će sve veću diferencijaciju.

4. Svjetsko razmišljanje, lokalna stvarnost.

Znaju više o dalekim dijelovima svijeta više od ostalih generacija, ali su daleko manje pustolovni. Z generacija je daleko najviše privržena svijetu bez granica u online prostoru, ali ključ za uključivanje u okruženje fokus stavlja na lokalni prostor.

5. Beskonačna raznolikost.

Nova generacija predstavlja u potpunosti novi način razmišljanja o razlikama. Oni se neće uklapati u već poznate obrasce te je vjerojatnije da će miješati nekoliko različitih komponenti identiteta. Na temelju toga, stvaraju vlastiti osobni identitet.

Na kraju, možemo zaključiti da su «digitalni domoroci» u svom korijenu virtualno nastrojani, bez velikog otpora autoritetu, individualni, ali neskloni koheziji u grupi kada su poslovni odnosi u pitanju. Također, s obzirom na mogućnost tehnološkog obrazovanja, velike su razlike između obrazovanih i neobrazovanih. Naglasak je na konstantnom usavršavanju kako bi mogli napredovati. S druge strane, nisu skloni avanturama i putovanjima, ali su odlučniji u prihvaćanju razlika što rezultira kreiranjem individualnosti.

4. Virtualne zajednice

S pojavom Interneta i njegovim postepenim širenjem, javljaju se virtualne zajednice koje su utemeljene na *on-line* komunikaciji. U tom trenutku kreće proces odvajanja društvenosti u jednu novu dimenziju. Po Castellsu (2003:131), kritičari Interneta tako tvrde da «širenje Interneta vodi do društvene izolacije, do sloma društvene komunikacije i obiteljskog života budući da pojedinci primjenjuju nasumičnu društvenost napuštajući *face-to-face* (licem u lice) interakciju u stvarnom prostoru». Ovaj je pristup kritički nastrojen, a temeljem istraživanja Karine Tracey «nema velike razlike u socijalnom ponašanju i svakodnevnom životu korisnika Interneta i onih koji ga ne koriste (Tracey, 2000.).» Bitno je naglasiti da Internet društvenoj svakodnevnicu dodaje jednu novu dimenziju, tzv. *on-line* interakciju. Ona se može smatrati preobraznom društvenosti u složenim društvima povezujući tako prijatelje, ali i rodbinu na većim udaljenostima. U samo nekoliko sekundi, možemo se povezati sa roditeljima koji su ostali živjeti u našem rodnom gradu, s dragim rođacima koji žive u drugoj državi ili na drugom kontinentu. Ovakva vrsta

komunikacije nam uvelike olakšava svakodnevnicu, ali i ubrzava razmjenu informacija u odnosu na prošlost kada smo s onima koji su nam bili daleko mogli jedino komunicirati pismima ili telefonom (ako ćemo se vratiti u bližu prošlost).

Također, prema Nie i Edringu, Castells (2003:138) navodi da «kod osoba koje često koriste Internet, uočen je obrazac slabljenja interakcije licem u lice i gubitak društvene okoline, iako su izvijestili kako kod većine korisnika nije došlo do značajnih promjena u životu.» Svakako u obzir treba uzeti veličinu uzorka kao i vrijeme provođenja istraživanja jer je Internet široka platforma koja uz elektroničke uređaje kontinuirano napreduje iz dana u dan. Gubitak društvene okoline može se povezati za kreiranjem identiteta na Internetu gdje u udobnosti vlastitog doma ispred vlastitih ekrana možemo biti što poželimo. Na taj se način može stvoriti lažna slika vlastitog identiteta u virtualnom svijetu gdje je pojedinac okružen onima koji ga u tom nastojanju podržavaju. Ovakva komunikacija najveći problem može stvoriti za adolescente jer su oni ionako u procesu otkrivanja vlastitog identiteta. Međutim, Sherry Turkle smatra da «virtualne zajednice pružaju dinamičan novi kontekst za promišljanje o ljudskom identitetu u doba Interneta (Turkle,1995:267).

5. Upotreba elektroničkih uređaja u svakodnevnom životu

Odrastajući uz širok spektar elektroničnih uređaja, mobilni telefon predstavlja ključnu napravu u životu onih koji pripadaju generaciji Z (Palley, 2012). Tijekom istraživanja 2010. godine došlo se do podataka gdje mladi provode u prosjeku čak 8 ½ sati dnevno koristeći tehnološke naprave (Rideout, Foehr & Roberts, 2010). Kada bi se zbrajala potpuna dnevna eksponiranost, broj raste i do 11 sati dnevno. Razlog leži u revoluciji mobilnih telefona. U samo nekoliko godina, od uređaja koji je služio za pričanje te eventualno pisanje SMS poruka, u džepu danas nosimo male prijenosne kompjutere na kojima npr. možemo gledati filmove uz istovremeno dopisivanje na društvenim mrežama.

Tako pripadnicima Z generacije «pametni telefon» predstavlja srž zabave. Sudeći po Kaiser istraživanju, u prosjeku 75% tinejdžera u Americi posjeduje mobilni telefon neovisno o godišnjoj zaradi njihovih roditelja po čemu možemo zaključiti da upotreba elektroničkih naprava nije rezervirana isključivo za pripadnike višeg sloja društva. Istraživanje je provedeno 2012. godine na tinejdžerima od 13-17 godina u kojima 90% sudionika smatra kako bi bili uzrujani kada bi se trebali odreći Interneta

(JWT, 2012). Kada se isto pitanje postavilo za druge slobodne aktivnosti poput sporta, odlaska u kino, kazalište ili u muzej, razina nezadovoljstva je bila primjetno manja u odnosu na korištenje Interneta.

S obzirom na odrastanje u digitalnom svijetu od rođenja, ne čudi da se današnja Z generacija emotivno veže – za svoje pametne uređaje. Njihov svakodnevni život sastoji se od dopisivanja s najbližima, prijateljima, istovremeno prateći društvene mreže poput Faceboka, Instagrama, Twittera. Njihova realnost započinje u «online» svijetu gdje se preslikava u stvarni život – prateći novosti, društvene i modne trendove jer žele biti prihvaćeni. U istoj studiji, JWT marketinške agencije, 60% pripadnika generacije Z smatra da realni društveni život započinje «online», a oko 50% se osjeća ugodnije pričajući s ljudima «online» nego u stvarnom životu dok 85% sudionika istraživanja od 12-18 godina posjeduje aktivne račune na Facebooku.

Nakon pregledavanja ovih statističkih podataka moglo bi se zaključiti da tinejdžeri nove generacije preferiraju online komunikaciju te da je za njih ona prikladnija i ugodnija. Međutim, koje su moguće nuspojave takvog modernog, urbanog načina života te s kakvim se problemima «digitalni domoroci» susreću?

5.1. «Online» komunikacija

Mnoga istraživanja ukazuju na to da se način ljudske interakcije uvelike promijenio u proteklih dvadeset godina (Turner, 2013.) Društva se i dalje šire, međutim, u ovom razdoblju naglasak je na individualnosti, a ne na grupi. Tijekom milenijskog razdoblja pojedinci su se družili u grupama (tijekom 1980-ih), a danas (2000. na dalje) se druže u virtualnim zajednicama iz udobnosti vlastitog doma (Tulgan, 2013). Tako interakcija licem-u-lice pada u drugi plan te u središte dolazi online komunikacija koja je prihvaćena kao praktična. S već spomenutom revolucijom «pametnih» telefona dolazimo do komunikacije koja pruža izbor i distancu, gdje je moguće «isključiti se» u bilo kojem trenutku.

Međutim, kako ovakva vrsta komunikacije utječe na Z generaciju? Nekoliko je studija dokazalo da previše online dopisivanje može itekako utjecati na društveni i emotivni razvoj pojedinca. Kod interakcije licem-u-lice naglasak je na pozornosti koja je usmjerena na jednu osobu, dok kod virtualne komunikacije najčešće dolazi do tzv. multitaskinga kada istovremeno tipkamo, slušamo glazbu, čitamo vijesti itd.

Nesporazumi su tako česta pojava kod online komunikacije zbog nedostatka nekoliko bitnih faktora: govora tijela, facijalnih ekspresija, glasa.

Tako mladi «digitalci» često mogu krivo protumačiti poruke, pogotovo ako su u pitanju emocije. Online komunikacija također utječe na vokabularno izražavanje gdje postoje skraćene riječi kako bi se poruka što brže poslala. Takav način svakodnevnog izražavanja kao posljedicu može imati ograničen vokabular što na kraju i rezultira nesporazumima jer mladi stvaraju poteškoće u svakodnevnoj interakciji. Prema Steyeru (2012) većina odraslih smatra da nova generacija odrasta u kulturi koja je manje pažljiva, suosjećajna i brižna. Svi navedeni faktori mogu se shvatiti kao direktna posljedica novog načina druženja u virtualnom svijetu.

Takav, pomalo sterilan način ljudske interakcije nažalost mora imati i negativne posljedice. Osim navedenih, jedna od njih je i anksioznost. Reid and Reid (2007) u svom su istraživanju pronašli poveznicu između dopisivanja i anksioznosti tvrdeći da tjeskobni pojedinci bolje izražavaju svoje misli i osjećaje pomoću različitih platformi za dopisivanje. Takav način komunikacije u konačnici nije u potpunosti negativan za ove pojedince, ali trebala bi u svakom slučaju postojati granica - gdje bi naglasak ipak trebao biti na komunikaciji uživo, a online komunikacija bi poslužila kao ohrabrujuće sredstvo.

5.2. Neurološki aspekt elektroničkih uređaja

Komunikacija kod mladih Z generacije može biti povezana i s poteškoćama u neurološkom razvoju (Turner, 2013). Prekomjerno gledanje televizije, konstantno dopisivanje, praćenje novosti na društvenim mrežama, video igrice – dovodi pojedinca u stanje konstantnog aktiviranja impulsa u mozgu. Takav način života kod «digitalaca» dovodi do stanja u kojem prefrontalni korteks, koji predstavlja epicentar prosuđivanja, racionalno planiranje, mogu biti oštećeni zbog konstantne stimulacije donjeg dijela mozga (Turner, 2013). Ovaj fenomen možemo povezati sa Simmelovom «blaziranošću» gdje pojedinac s vremenom otupi na razne podražaje zbog nagomilanosti istih. Međutim, nova generacija ne otupljuje na način koji je Simmel analizirao što je logično s obzirom da u njegovom vremenu moderna tehnologija kao takva nije postojala. On razlog vidi u podjeli rada koja u svojoj jednostranosti cjelokupnog razvoja sužava prostor za razvoj osobnosti (Kuvačić, 2004). Takav način života najbolje se ogleda u velegradu gdje je naglasak na računicu, kvantitetu. U

današnje vrijeme, moderan čovjek otupljuje na okolinu zbog konstantne okupiranosti s pametnim uređajima. Oni su neprisutni u svojoj prisutnosti (Turner, 2013). U takvim situacijama, pojedinci su često samo fizički prisutni dok su u mislima u razgovoru s prijateljima, na društvenim mrežama itd.

Brzina kojom se informacije upijaju je daleko veća nego prije zbog njihove dostupnosti, tzv. «google kulture» gdje je moguće svaki odgovor dobiti u jednom kliku. Prema Steyeru (2012), moderna kultura tako nastavlja mijenjati način na koji se generacija Z koncentrira, piše i reflektira. Međutim, bez obzira na lakoću dolaženja do informacija, ova se generacija radije fokusira na gledanje umjesto na čitanje. Isto tako, ne posjeduju kritičke i analitičke vještine kako bi procijenili informacije koje nađu na Internetu (Turner, 2013). Mladi tako ne trebaju više odlaziti u knjižare ili knjižnice kako bi napisali zadaću ili rad kada je sve dostupno na jednom mjestu. McNeely tako zaključuje da «cut-and-paste» kultura kod mladih predstavlja veliki problem za učitelje zbog masovnog prepisivanja i varanja na domaćim uradcima (McNeely, 2015). Imajući ovakvu modernu kulturu na umu, s njom je usko povezan i koncept «multitaskinga» kada pojedinac radi više zadataka odjednom. S pisanjem zadaće, «digitalci» često tipkaju, gledaju videe, provjeravaju novosti na društvenim mrežama, slušaju glazbu itd.

Međutim, postavlja se pitanje je li moguće fokusirati se na više zadataka odjednom. U psihologiji se upotrebljava termin «kontinuirana parcijalna pozornost» kada se pojedinac ne fokusira na ništa u pokušaju da prati sve. Iako će Z generaciju često proglasiti odličnim «multitaskerima», oni su zapravo češće u stanju parcijalne pozornosti koja je po Firatu manje efikasna i stresnija (Firat, 2013). Ljudskom je mozgu teško efikasno se koncentrirati na dva procesa informacija u istom trenutku. Ovdje se pritom ne misli samo na odrađivanje «težih» mentalnih zadataka, već i kod pričanja na telefon tijekom vožnje. Dolazimo do zaključka gdje je društvo u globalu u riziku. Zbog svih «multitasking» sposobnosti, moderna mladost ne pruža potpunu pozornost ne samo dnevnim zadacima, već i ljudima oko sebe.

6. Umrežena mjesta

Umrežena mjesta nastaju pojavom Interneta. U tom se pogledu gube geografske granice, a virtualne su beskonačne. Novi prostor koji nastaje, povezuje, kako Castells (2003:140) navodi, «mjesta pomoću telekomunikacijskih računalnih

mreža i kompjuteriziranih sustava transporta.» Proces urbanizacije tako dovodi do mnogih rasprava između onih koji proces urbanizacije «vide kao nestajanje smislenih oblika života u zajednici što ih zamjenjuju selektivne, slabije veze između kućanstava razasutih po anonimnoj metropoli, te onih koji grad identificiraju s oslobađanjem ljudi od starih oblika društvene kontrole» (Castells, 2003:141). U odnosu na manje gradove, u većim, urbanim gradovima pojedinac ima veći osjećaj slobode, individualnosti i napretka. Takvo je okruženje pogodnije za stvaranje vlastitog identiteta.

Gustoća korištenja Interneta tako je najveća u Skandinaviji, Sjevernoj Americi, Australiji, Južnoj Koreji. Slijede ih Velika Britanija, Nizozemska, Njemačka, Japan, Singapur, Tajvan, Hong Kong, Južna Europa. Pri dnu se nalazi ostatak Azije, Latinska Amerika, Bliski istok te na dnu, Afrika. Kako vidimo, najveći postotak populacije Internet koristi u urbanim područjima, a najvažniji gradovi najčešće i u najvećoj mjeri prihvaćaju Internet (Castells, 2003).

Jedan od temeljnih razloga zašto se Internet najviše širi u velegradovima jest taj što omogućava istovremeni napredak grada i globalnog umrežavanja. Po Castellsu (2003: 248), temeljni razlog leži u «prostornoj koncentraciji poslova, aktivnosti koji donose prihod, usluga i mogućnosti čovjekova razvoja u gradovima, a naročito u najvećim velegradskim područjima.» Inovacija je tako ključna za napredak ekonomije, a usluge poput financija, osiguranja, konzultinga, pravnih službi, računovodstva, oglašavanja i marketinga predstavljaju bit ekonomije dvadeset i prvog stoljeća.

Nadalje, osim ekonomskog aspekta, bitno je naglasiti i onaj kulturni koji generira vrijednosti poput medija (u svim oblicima), zabava, umjetnost, moda, muzeji – kulturna kreativnost općenito. Ovaj aspekt omogućava kreiranje individualnosti pojedinca gdje, po Wellmanu, nastaju tzv. «personalizirane zajednice» (Castells, 2003:144).

7. Zaključak

Kada govorimo o suvremenom društvu, bitno je naglasiti da ima puno fenomena koji utječu na svakodnevnicu. U ovom sam se radu odlučila fokusirati na tehnološki

aspekt, dajući detaljnije poglede o promjeni sociološke svakodnevnice pojedinca u Z generaciji.

Postavljenu hipotezu potvrđuje sljedeće:

Prvo, pripadnici Z generacije predstavljaju pojedince koji su u potpunosti različiti od svojih prethodnih generacija. Oni su individualci koji odrastaju uz pametnu tehnologiju. U većoj se mjeri druže u virtualnim svjetovima, umjesto uživo. Kao posljedica javlja se problem poteškoća u komunikaciji licem-u-lice. Osim ovih, javljaju se poteškoće u emotivnom i društvenom životu. «Digitalci» su tako indiferentiji prema kolektivu, zajednici općenito i češće su egoistički nastrojeni. Pojedinac Z generacije može se uklopiti sa Simmelovim konceptom stranca koji «nije radikalno privržen vrijednostima društva u kojemu živi.» (Kuvačić, 2004).

Drugo, javljaju se problemi u neurološkom aspektu gdje su pojedinci konstantno informirani, povezani, u doticaju s «on-line» svijetom. Poteškoće s koncentracijom, kao i mogućnost fokusiranja predstavljaju očekivanu posljedicu modernog života. Ove se posljedice mogu shvatiti kao moderna «blaziranost» koju je Simmel prikazao kao konzekvencu tadašnjeg modernog života, pritom stavljajući podjelu rada u srž svoje analize.

Bitno je naglasiti da je cilj u ovom radu bio prikazati sociološke faktore koji oblikuju modernu svakodnevnicu. Promišljanjem tijekom pisanja rada veći je naglasak bio na negativnim aspektima korištenja tehnologije zbog pretpostavke da moderna tehnologija u današnje vrijeme kontrolira pojedinca. Analiziranjem statističkih podataka dalo bi se zaključiti da tehnologija igra veliku ulogu u svakodnevnom životu. Ona (tehnologija) nas kontrolira, prilagođavamo joj se, pratimo novosti samo kako bi bili u toku. Mijenja ljudsku komunikaciju, odnose, ali i živote. Kada bi se detaljnije analizirao ovaj fenomen, vjerujem da bi teško bilo zauzeti određeni stav – za ili protiv moderne tehnologije. U obzir treba uzeti da je tehnologija u današnje vrijeme postala fundament društvene zajednice, međutim, na nama je kako ćemo nam (po)služiti.

8. Popis literature

Bruce Tulgan and RainmakerThinking, Inc. (2013). Meet Generation Z: The second generation within the giant "Millennial" Cohort. USA.

Castells, M. (2003). *Internet galaksija - Razmišljanja o Internetu, poslovanju i društvu*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.

Georg Simmel, u. V. *Kontrapunkti kulture*. Naklada Jesenski i Turk, Hrvatsko sociološko društvo 2001.

Kuvačić, I. (2004). *Uvod u sociologiju*. Zagreb: Golden marketing - Tehnička knjiga

Mitchell-Dix, S. (2015, Kolovoz 29). *Georg Simmel "The Metropolis and Mental Life"*. Retrieved Kolovoz 22, 2018, from Samantha Mitchell-Dix:
<https://rampages.us/mitchelldixs/georg-simmel-the-metropolis-and-mental-life/>

Shields, R. (2001). *Kulture Interneta - Virtualni prostori, stvarne povijesti i živuća tijela*. Zagreb: Naklada Jasenski i Turk, Hrvatsko sociološko društvo.

Turner, A. R. (2013). *Generation Z: Technology's Potential Impact in Social Interest of Contemporary Youth*. Running Head: Generation Z: Technology and Social Interest.

