

Co czyta pokolenie Z?

Problematyka współczesnej literatury młodzieżowej dostępnej w Polsce

dr Weronika Kostecka
Wydział Polonistyki
Uniwersytetu Warszawskiego



Pracownia Badań
Literatury dla Dzieci i Młodzieży
Instytut Literatury Polskiej
Uniwersytetu Warszawskiego



Czym i jakie jest pokolenie Z?

Następująca po pokoleniu Y (millenialsach) **generacja osób urodzonych od drugiej połowy lat 90.** do pierwszych lat drugiej dekady XXI w. (wg niektórych opracowań – już od 1990 r., ale wg większości – od 1995 lub 1996).

- Inne nazwy: **postmillenialsi**, zoomerzy, iGen, **Gen Z**
- Wychowywali się / wychowują się w czasie **recesji** gospodarczej i rozmaitych **kryzysów**. Duże podziały wewnętrzne (światopogląd, sytuacja ekonomiczna), ale też cechy wspólne (*Pawłowska, 2013*).
- W Polsce momentem przelomowym dla pokolenia Z – wejście do Unii Europejskiej, najpoważniejszym kryzysem – pandemia COVID-19 (*Zespół Facebooka, b.d.*).
- **Różnią się od millenialsów**, a w wielu kwestiach przejawiają wręcz przeciwstawne zachowania (społeczne, tożsamościowe, konsumenckie, a także kulturowe i lekturowe).

Czym i jakie jest pokolenie Z?

- „(...)urodzili się już w czasach istnienia powszechnego dostępu do komputerów, internetu i technologii mobilnych. Generacja [Z] jest pierwszą, która nie musiała się uczyć korzystania z tych zdobyczy postępu mechanicznie, ale **wychowywała się i socjalizowała w środowisku telefonów komórkowych, ciągłego dostępu do sieci i mediów społecznościowych**” (Catek, 2021, s. 105).
- Przedstawiciele i przedstawicielki pokolenia Z można określić mianem „**cyfrowych tubylców 2.0**” (Kosacka, 2020, s. 51). Dużo czasu spędzają w **sieci**, która jest dla nich „naturalnym” środowiskiem (choć wbrew stereotypom ważne są też dla nich pozawirtualne kontakty – pokazała to pandemia; Zespół Facebooka, b.d.).
- „Potrzeba dostępu i łączenia się z siecią przez urządzenia mobilne” (Stunża, 2017, s. 89) – brak Wi-fi to powód do zaniepokojenia (**FOMO** – lęk przed przeoczeniem czegoś).
- Używają **TikToka i Instagrama**, a nie Facebooka (tam są boomerzy!).
- Nie tylko odbierają, lecz przede wszystkim **kreują** treści internetowe, jak również w bardziej zaangażowany i zmediatyzowany sposób reagują na nurtujące ich problemy.
- Szybkość i powszechność internetu sprawia, że **trendy (kulturowe, społeczne) szybciej przenikają** z „centrów” na obszary „peryferyjne”.



Co czyta pokolenie Z? Gatunki i konwencje

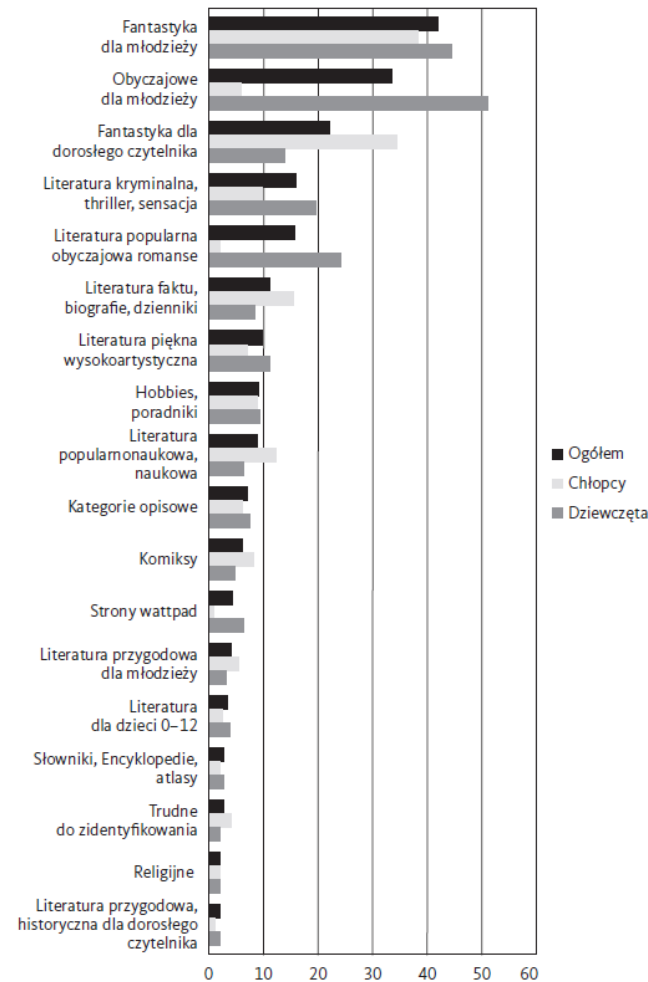
- 1) **fantastyka dla młodzieży**
- 2) **obyczajowe dla młodzieży**
- 3) **fantastyka dla dorosłego czytelnika**

Zasacka, 2020, s. 109 [źródło wykresu]

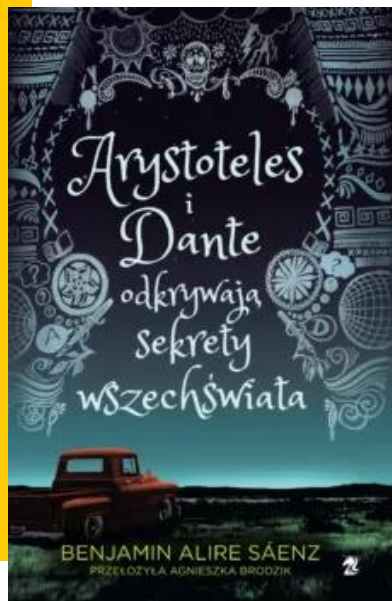
„Biografie czytelnicze nastolatków są budowane na momentach przelomowych, krokach milowych rozwijających umiejętność czerpania przyjemności z lektury, kształtowaniu potrzeb czytelniczych. Są nimi lektury dostarczające nowych, nieznanych wcześniej doświadczeń czytelniczych, stanowiących odkrycie nowego gatunku, tematyki, sposobu konstruowania fabuły. **Szczególne miejsce zajmuje tu literatura fantastyczna [...].**”

Zasacka, 2014, s. 17

Wykres 8.1. Pleć nastolatków a typy książek czytanych w czasie wolnym, N = 1 159 (w procentach)



Nowe wydawnictwa – literatura YA (young adult, dla młodych dorosłych, młodzieżowa)

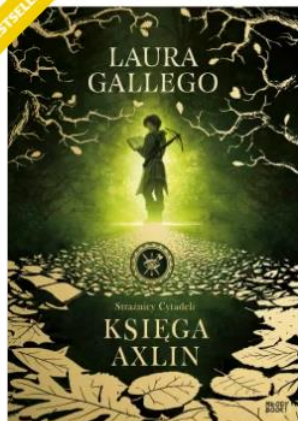




Nowe wydawnictwa – literatura YA (young adult, dla młodych dorosłych, młodzieżowa)



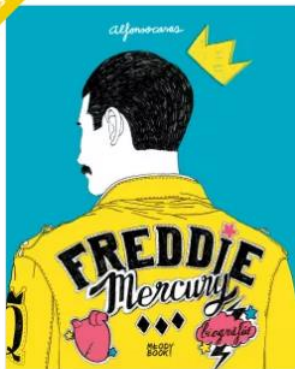
BESTSELLER



Strażnicy Cytadeli. Księga Axlin

Laura Gallego

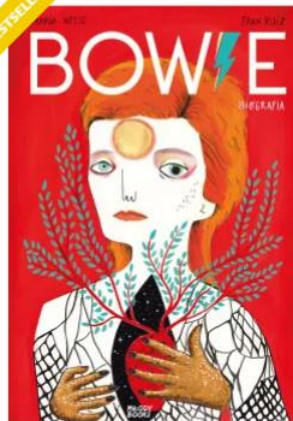
BESTSELLER



Freddie Mercury. Biografia

Alfonso Casas

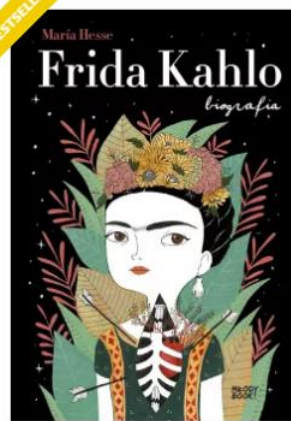
BESTSELLER



Bowie. Biografia

María Hesse, Fran Ruiz

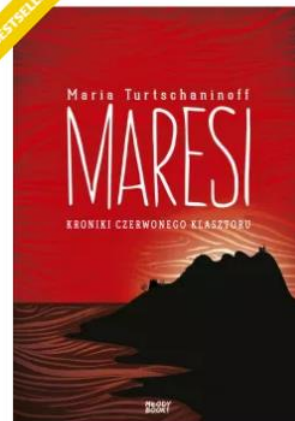
BESTSELLER



Frida Kahlo. Biografia

María Hesse

BESTSELLER

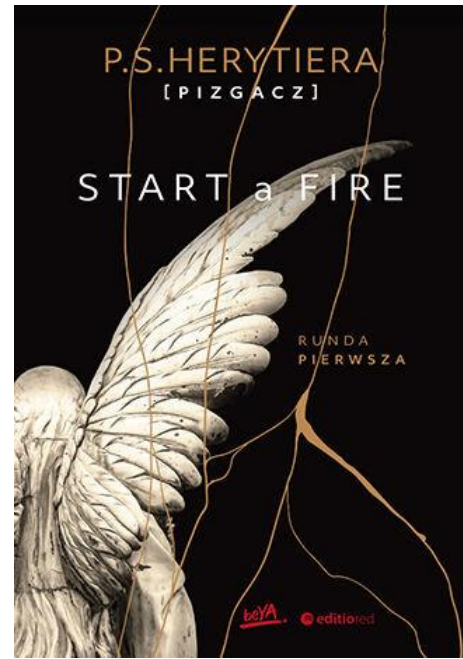
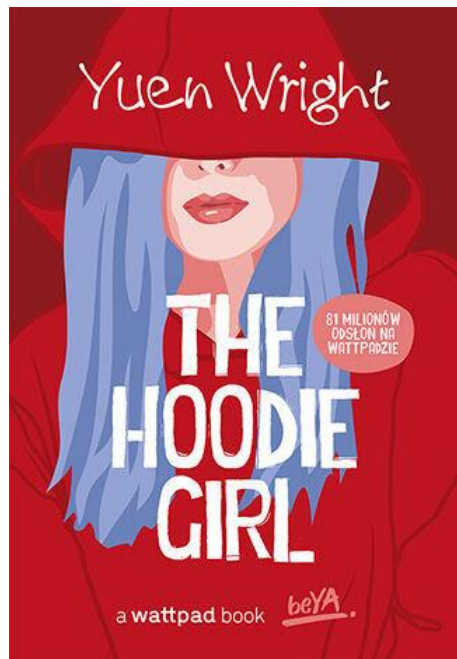
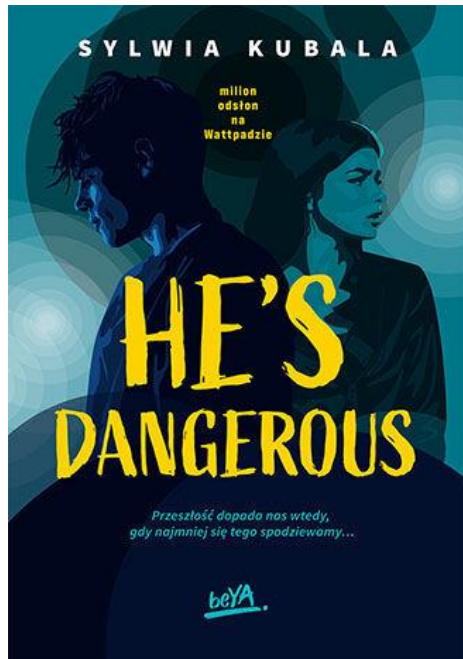
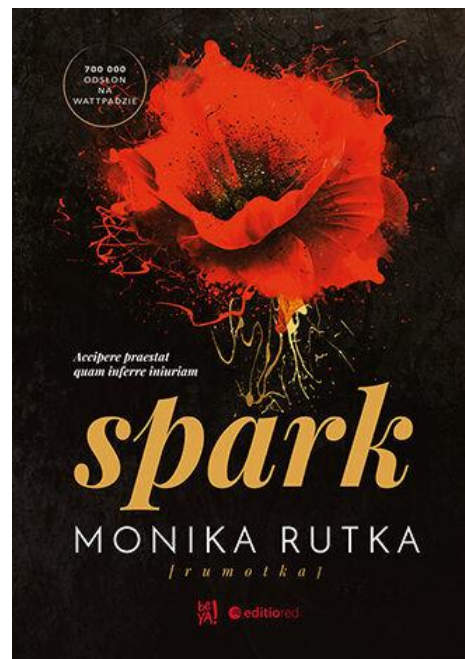


Maresi. Kroniki Czerwonego Klasztoru

María Turtschaninoff

Nowe wydawnictwa – literatura YA
(young adult, dla młodych dorosłych,
młodzieżowa)

beyA.



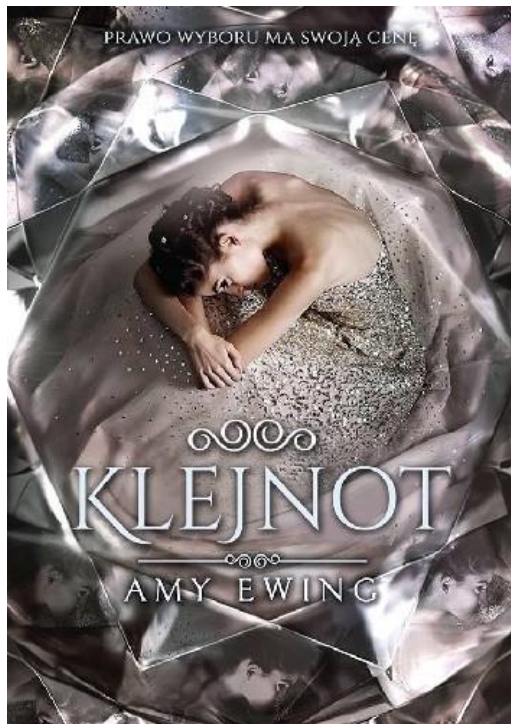
Zagraniczne powieści młodzieżowe czytane w Polsce



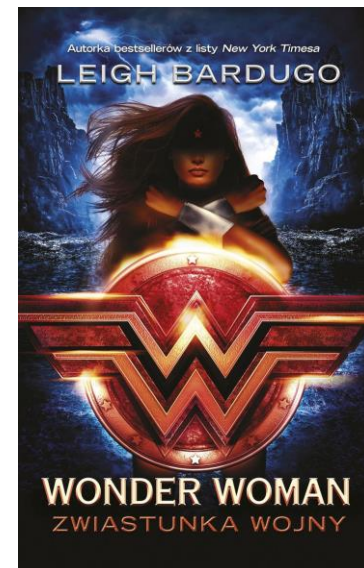
Zagraniczna fantastyka czytana w Polsce



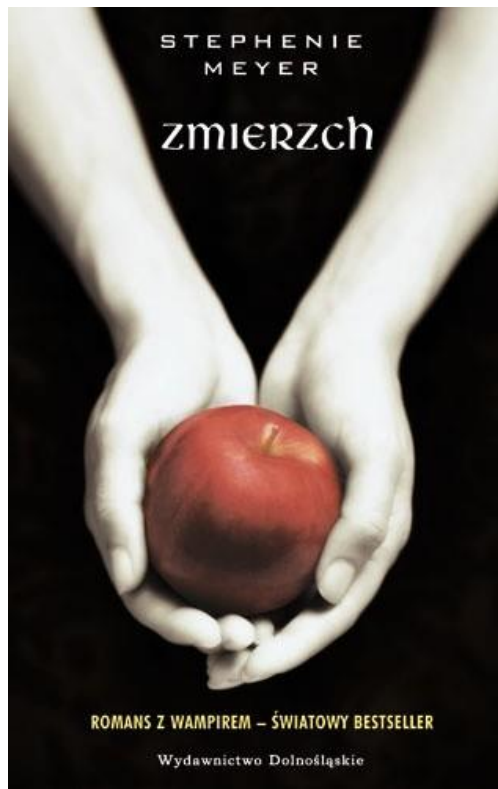
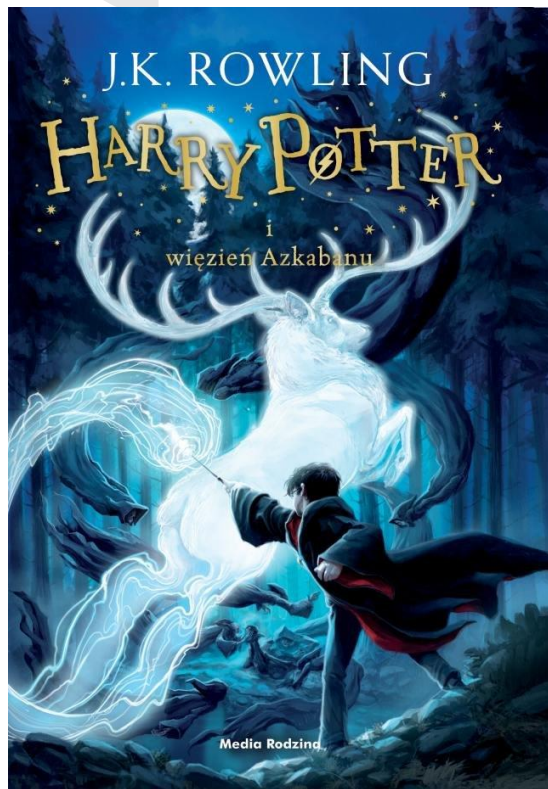
Zagraniczna fantastyka czytana w Polsce



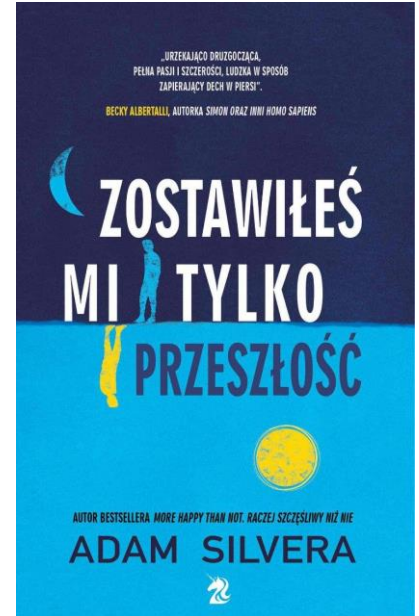
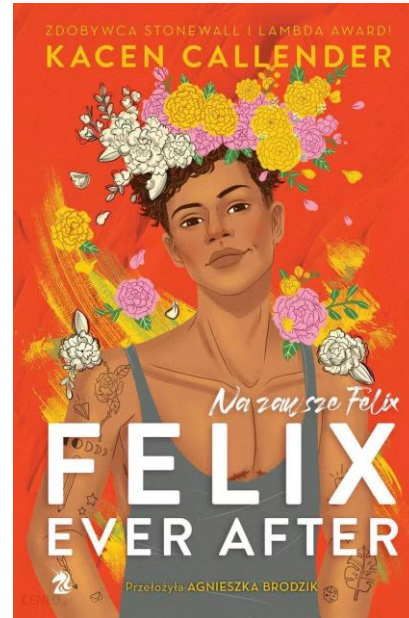
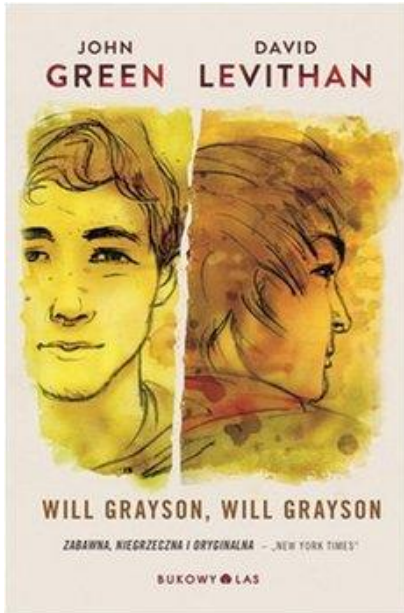
Zagraniczna fantastyka czytana w Polsce



Modne serie po latach



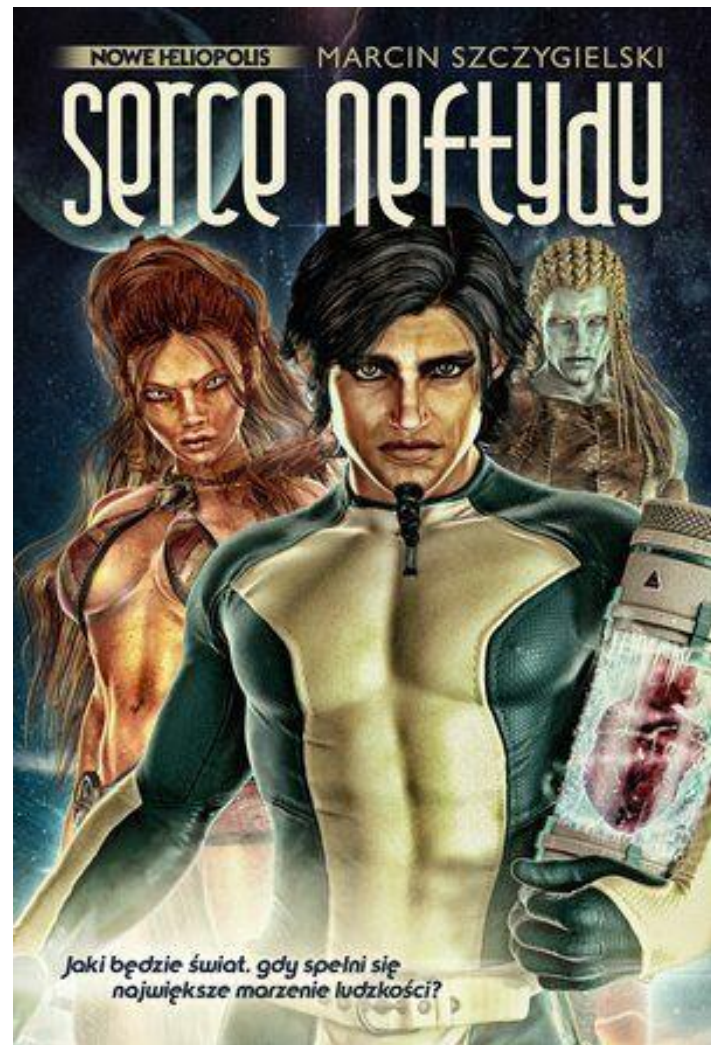
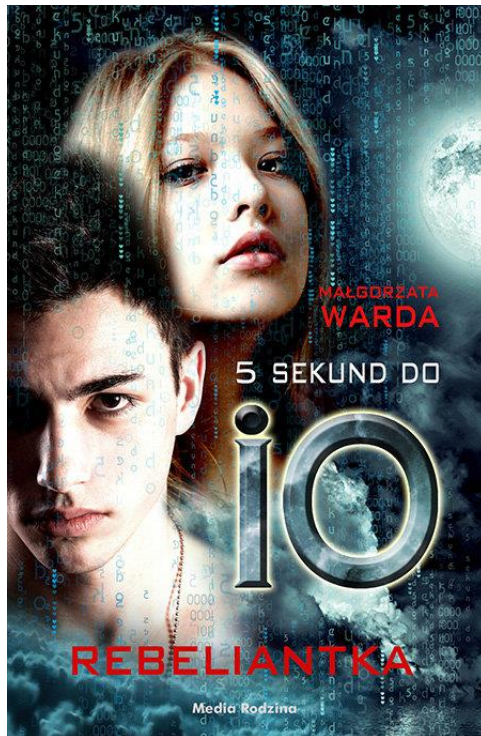
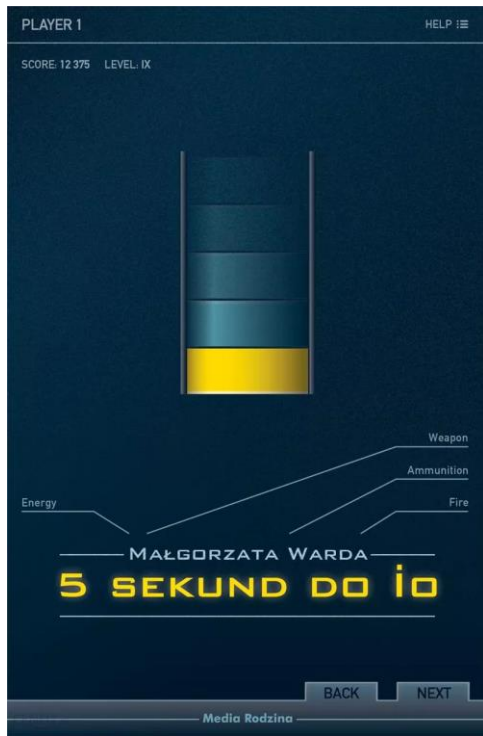
Zagraniczne powieści obyczajowe czytane w Polsce



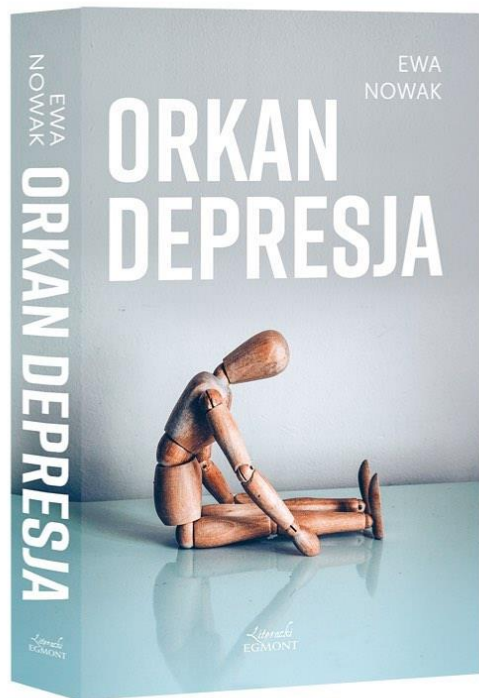
Przegląd tematów rodzimych powieści YA



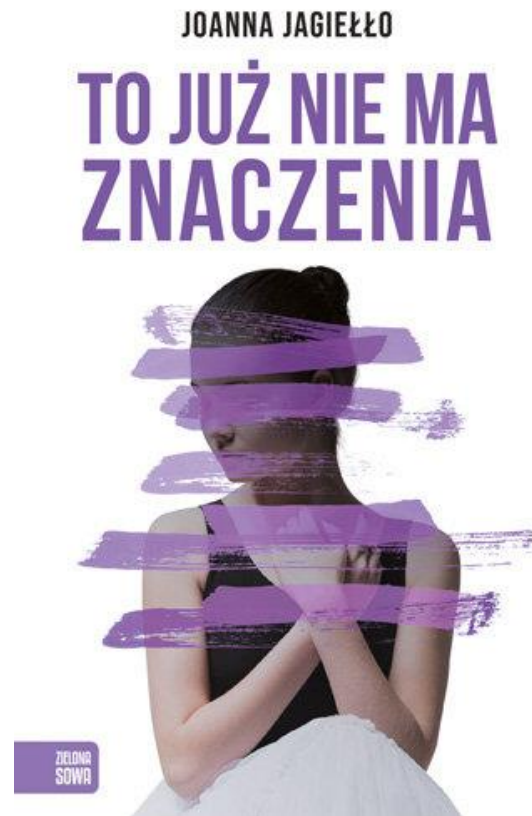
Po apokalipsie, po człowieku



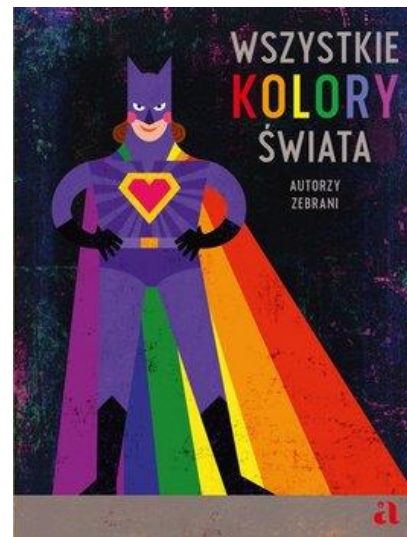
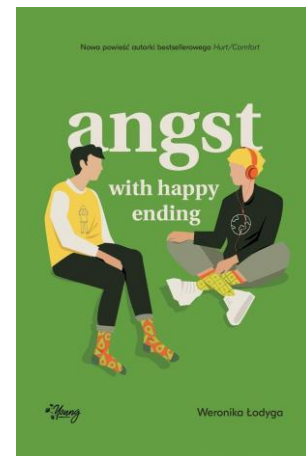
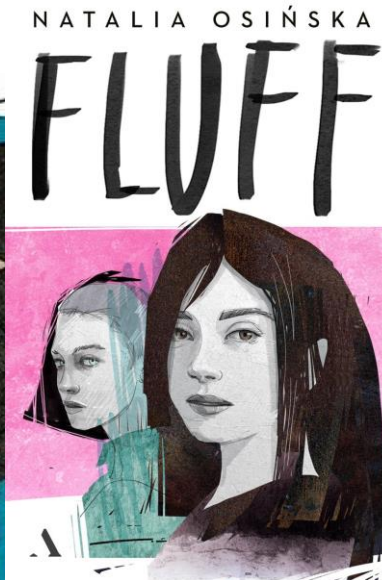
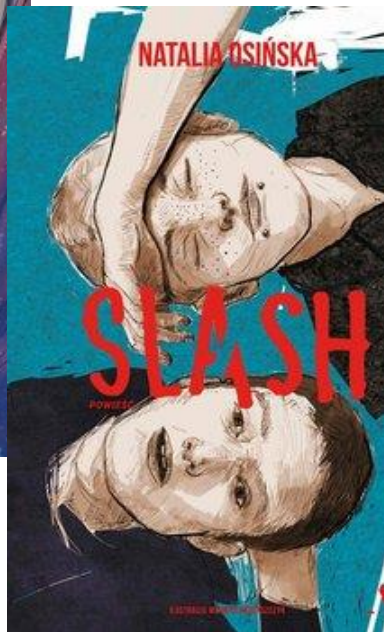
Zdrowie psychiczne, samotność
wśród bliskich, izolacja, rodzina
dysfunkcyjna



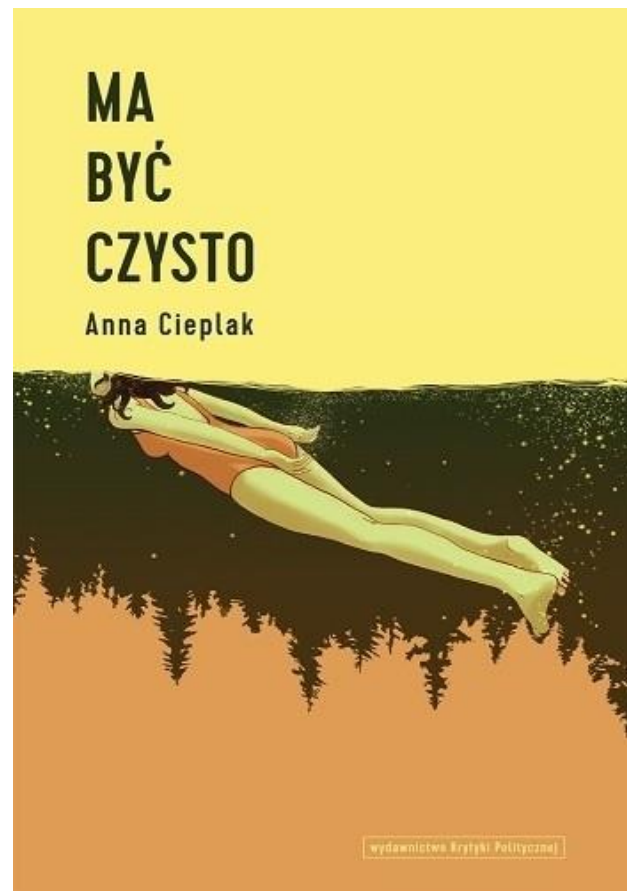
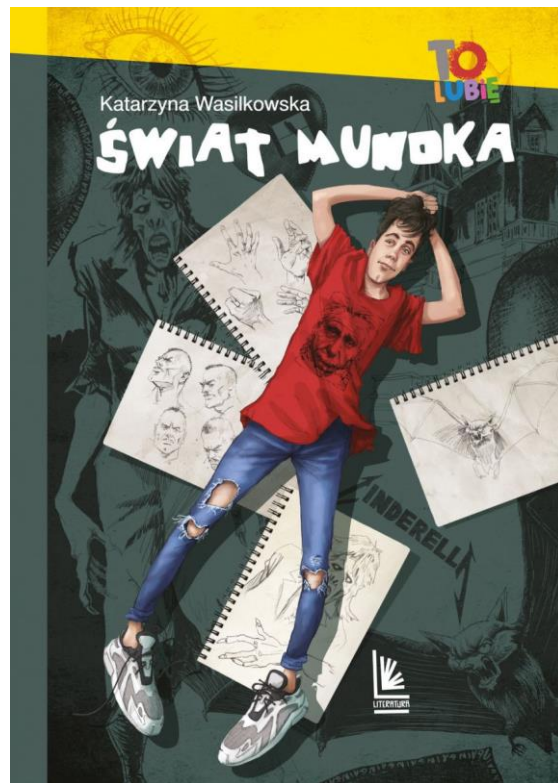
#MeToo




Tożsamości LGBTQ+



Nierówności ekonomiczne, społeczne






Za pomocą jakich kanałów komunikacyjnych zoomerzy poszukują książek?

Jak wykorzystać media społecznościowe do promocji czytelnictwa?

- **Nie Facebook!**
- **TikTok**, hashtagi **#polishbooktok**, **#booktok**;
- **Instagram**, hashtagi **#bookstagram**, **#bookstagrampoliska**;
- Vlogi na **Youtube**, ale prowadzone przez osoby w ich wieku i z ich pokolenia (np. **Get Booky**, **Bestsellerki**, **Zaksiążkowane**);
- Media społecznościowe wydawnictw, np. bardzo dobrze prowadzi swoje kanały **We Need YA**;
- Podcasty (niekoniecznie stricte o książkach, np. **Tu Okuniewska** polecała *Orkan. Depresję*).

Dobrym rozwiązaniem jest prowadzenie **mikrobloga na Instagramie** (zdjęcia książek z opiniami) oraz **konta na TikToku**, zwłaszcza z krótkimi, humorystycznymi filmami.

Niektóre biblioteki tak robią, np. <https://www.tiktok.com/@bibliotekabemowo>, <https://www.tiktok.com/@bibliotekalegionowo>.



Podejście obserwujące praktyki i postawy czytelnicze z perspektywy psychologicznej i pedagogicznej zakłada, że jednym z kluczowych komponentów decydujących o ich kształtowaniu jest zaangażowanie w lekturę, o którym decyduje odpowiednia motywacja. [...] **jedynie czytanie, które dostarcza przyjemności, może konkurować z innymi alternatywnymi rozrywkami** [...]. Warunkiem podstawowym jest pewna sprawność czytelnicza oraz samodzielny wybór książki, skorelowany z wewnętrzną motywacją. Przyjemność czerpana z czytania jest silnie związana z aktywnością czytelniczą i zaangażowaniem w lekturę, które zależy od tego, czy jest ona zbieżna z zainteresowaniami czytelnika.

Zasacka, 2013, s. 96-97



Bardzo dziękuję za uwagę!

Bibliografia:

- Catek, A. (2021). Pokolenie Z – próba diagnozy. *Zeszyty Prasoznawcze*, 64(1), 105–108.
- Kosacka, K. (2020). The narratives about contentment in two generations of digital natives. *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska. Sectio J Paedagogia-Psychologia*, 33(3), 49–66.
- Pawłowska, M. (2013). *Generacja Z. Młodzi, otwarci, wychowani w dobrobycie, żyjący w świecie wirtualnym, skazani na kryzys*. Pobrane z: <https://natemat.pl/55617.generacja-z-mlodzi-otwarci-wychowani-w-dobrobycie-zyjacy-w-swiecie-wirtualnym-skazani-na-kryzys>.
- Stunża, G. D. (2017). Edukacja wersja beta. Pokolenie Z i pokolenie Alfa a kompetencje uczestnictwa w kulturze. *Kultura Popularna*, 50(1), 86–94.
- Zasacka, Z. (2020). Czytelność młodzieży szkolnej 2017. *Rocznik Biblioteki Narodowej*, 51, 11-243.
- Zasacka, Z. (2014). *Czytelność dzieci i młodzieży*. Warszawa.
- Zasacka, Z. (2013). Nastolatki i ich przyjemności z czytania książek (s. 95-115). W: M. Antczak, A. Brzuska-Kępa, A. Walczak-Niewiadomska (red.), *Kultura czytelnicza dzieci i młodzieży. Szkice bibliologiczne*. Łódź.
- Zespół Facebooka. (b.d.). *Poznaj polską generację Z*. Pobrane z: <https://tiny.pl/97rzk>.

Kontakt:

w.kostecka@uw.edu.pl