

Wstęp i podsumowanie

1. Wstęp

Od kilku lat zajmuję się analizą (obecnej) młodzieży z punktu widzenia jej komunikacji, jej obrazu świata i jej sytuowania się na tle zjawisk społecznych i gospodarczych. Wyniki tych badań publikuję na bieżąco w różnych miejscach i z różnych okazji. Ponieważ zebrano już sporo takich analiz oraz z uwagi na to, że są one rozrzucone po różnych publikacjach, postanowiłem zebrać je w jednym miejscu w tej tu książce, uzupełniając ją o teksty jeszcze niepublikowane. Wydaje mi się, że z tych stosunkowo wielu analiz dotyczących rozmaitych aspektów zagadnienia wyłania się pomatu dość wyraźny obraz tej formacji społecznej i komunikacyjnej, który może pomóc zrozumieć, jaka ta młodzież jest i dlaczego jest taka. A nie inna.

Dla zarysowania szerszego tła historycznego rozpocznę tę książkę od scharakteryzowania kategorii i konceptu młodzieży w jego różnych aspektach (biologicznym, społecznym i komunikacyjnym) oraz zreferuję krótko historię 'młodzieży'. Następnie przedstawię semantykę autokonstruktów komunikacyjnych 'młodzieży' i 'młodości', czyli zrekonstruuje, jak młodzież sama się widzi, definiuje i ocenia, i te aktualne wyniki porównawczo zestawię z badaniem tego zagadnienia z roku 2007, przez co będzie można zobaczyć, czy ów autowizerunek się zmienia, czy też pozostaje (w danym przedziale czasowym) stabilny.

Kolejny rozdział to badanie tego, jaka jest młodzież. Z reguły tego typu badania empiryczne cechuje dość duża deklaratorywność wyników – kiedy pytamy respondentów (tu: młodzież) bezpośrednio o jakieś zagadnienie, uzyskujemy (siłą rzeczy) deklaracje; w ten sposób wiemy coś o deklaracjach, ale niekoniecznie również o samym badanym zagadnieniu. Dlatego postanowiłem inaczej podejść do sprawy i zapytać młodzież o to, czym się interesuje, co lubi, a czego nie lubi, za czym i przeciwko czemu jest, czym się zachwyca i kim jest. To oczywiście też deklaracje, tyle że nie owe deklaracje są dla nas interesujące, lecz to, co tkwi za nimi i co wywołało takie, a nie inne odpowiedzi; czyli z tego, jak młodzież widzi świat, staram się zrekonstruować nie ów widziany przez nią świat, lecz ją samą, która ten świat tak, a nie inaczej widzi.

Tu może drobny przykład. Kiedy zapytać młodzież, czy jest przeciwko wojnie, wtedy bez wątplenia 99% respondentów powie, że owszem (pozostały procent powie pewnie, jak zwykle w ankietach, coś dowcipnego). Czyli uzyskujemy klarowną deklarację. Kiedy jednak zapytać (jak w moim tu badaniu) ogólnie o to, przeciwko czemu respondenci są, okazuje się, że wojna wymieniana jest jedynie w 4% odpowiedzi. O tę różnicę mi chodzi, mianowicie o to, że na poziomie deklaracji wojna bez wątplenia przez wszystkich respondentów widziana jest jako coś złego, ale nie jest dla młodzieży w ogóle ważna, nie stanowi przedmiotu jej zainteresowania, skoro o wojnie wspomina (tu) tak rzadko, mimo iż obecnie prawie wszędzie dookoła toczą się wojny. W ten sposób dochodzimy do przestanek obrazu świata, a nie tylko do wynikających z tego decyzji.

W kolejnych dwóch rozdziałach zajmuję się odpowiedziami na pytania, po co młodzież żyje i po co jej pieniądze, czyli z jednej strony celem (i sensem) jej życia oraz z drugiej – stosunkiem (w tym czasie) do pieniędzy. Dowiadujemy się w ten sposób, jaki jest autokonstrukt młodzieży, jak ona sama aksjologicznie i estetycznie sytuuje się w komunikacjach i w społeczeństwie oraz jak indywidualnie definiuje swe życie i środki na jego utrzymanie¹.

Ponieważ obecnie Facebook jest dla młodzieży jej przestrzenią »społeczną« i »komunikacyjną«, w której i w (ustalonych przez innych) wyznacznikach się realizuje, przedstawiam w kolejnym rozdziale wizerunek Facebooka w oczach młodzieży, rekonstruuje tym samym, pośrednio, ją samą – również tu nie deklaratywnie, lecz rekonstruktywnie; z tego bowiem, jak widzi tę maszynę, dowiedzieć można się sporo o tym, jaka jest ona sama. Każde okulary pozwalają widzieć świat, tworząc go. A nas w nauce przede wszystkim interesują okulary, a nie to, co z ich stosowania wynika.

Skoro tyle już o młodzieży wiemy, postanowiłem zbadać również jej marzenia – pytając bezpośrednio o nie. Wyniki tego badania zawiera kolejny rozdział. Przedostatni natomiast dotyczy sposobów rozwiązywania przez młodzież problemów, ze szczególnym uwzględnieniem stosowania w tej procedurze rozwiązań kreatywnych. Badanie to nie

¹ Estetyki nie rozumiem tutaj w znaczeniu potocznym, jako »nauki« o pięknie, lecz w sensie naukowym, jako dziedzinę wiedzy zajmującą się sposobami i mechanizmami postrzegania. (Znaki '» «' stosuję tu i dalej, by zaznaczyć metaforyczne użycie danego słowa lub wyrażenia w wypadkach, kiedy nie jest to oczywiste).

dotyczy tylko samej młodzieży, niemniej jednak przeprowadzone zostało wśród takich właśnie respondentów i dlatego o nich możemy się czegoś dowiedzieć. Mam zamiar rozszerzyć je na inne kategorie wiekowe i grupy społeczne, na razie jednak nie wiem jak, gdyż przeprowadzić trzeba je w sytuacji stresowej, a z produkcją takich sytuacji wśród innych grup mam na razie problem. Ostatni rozdział natomiast prezentuje wyniki badania dotyczącego kryteriów estetyki stosowanych wśród młodzieży na przykładzie asymilacji i ujęzykowania ulubionych przez nią dźwięków.

Niepublikowane dotychczas były: rozdział o zainteresowaniach młodzieży, ostatnie trzy rozdziały oraz aktualne wyniki badania autowizerunku młodzieży, a także rozdział o historii 'młodzieży'; teksty już opublikowane zaktualizowałem i uzupełniłem o nowe spostrzeżenia, ich miejsca pierwodruku podaję w aneksie na końcu książki. Natomiast bibliografię podaję po każdym rozdziale, gdyż dotyczy ona poruszanych tam zagadnień, w ten sposób łatwiej odnieść ją do danego tematu.

Generalnie wspomnieć muszę jeszcze o jednym punkcie. Mówię tutaj ogólnie o młodzieży, ale prezentowane badania dotyczą tylko jednej z jej grup, a mianowicie młodzieży uniwersyteckiej, czyli tych kręgów, które w interdyskursie uchodzą za elitę. Wszystkie wyniki zatem traktować trzeba z ostrożnością, gdyż dotyczą tylko najlepiej wykształconej młodzieży. Co prawda w odniesieniu do analizowanej tu problematyki ta grupa jest najciekawsza [gdyż na pozostałe można uzyskane wyniki ekstrapolować], jednak pamiętać trzeba, że nie analizuję całej młodzieży. Tyle, ile zrobiłem, potrafiłem zrobić.

W całej pracy niech obowiązuje (przynaję – dość skomplikowana) konceptualizacja i terminologia dotycząca 'młodzieży' jako konstruktu. Po pierwsze, mowa będzie o młodzieży jako o kategorii biologicznej i społecznej, czyli o grupie określanej jako – na różny sposób interdyskursowo odgraniczani – młodzi ludzie w określonym wieku między x a y lat. Po drugie, w wymiarze społecznym (socjologicznym) mowa będzie o młodzieży jako specyficznej z uwagi na działania grupy społecznej, którą określa się za pomocą konstruktu komunikacyjnego 'młodzież', z tym że konstrukt ten funkcjonuje co prawda w komunikacjach, jednak stosowany jest w celu charakteryzowania grupy młodych ludzi czy to w nauce (socjologia czy psychologia), czy to w komunikacjach potocznych, codziennych, dla opisu działań postrzegalnych w ramach systemu społecznego. Po trzecie, o 'młodzieży' mowa będzie również jako o koncepcie i konstrukcie komunikacyjnym

stosowanym w komunikacjach w określonych celach. Mamy zatem do czynienia: z grupą biologiczną wyróżnialną i funkcjonalizowalną, kiedy mowa o realnych ludziach w pewnym wieku; z grupą społeczną, kiedy mowa o działaniach młodych ludzi (i skutkach tych działań), charakter których to działań może przechodzić (jako opis) w komunikację lub też pozostać na poziomie tylko postrzeganiowym. I tak młodych ludzi, czyli młodzież, postrzegać można jako pojedyncze, by tak rzec, egzemplarze ludzi w pewnym wieku, którym poprzez ekstrapolację przypisuje się następnie takie, a nie inne cechy, oraz w rezultacie takiej ekstrapolacji postrzegać można młodych ludzi, czyli młodzież, jako grupę realnie niewystępującą, gdyż nie można postrzegać grup – te można tylko wygenerować jako uogólniający konstrukt po to, by sensownie móc o nich i ich zachowaniach mówić. Można więc postrzegać, że ten pan, ta pani i ta pani, i ten pan, i ten pan, i ta pani itd. są młodzi, z czego niewiele wynika; można także wspomniane wyżej jednostki sprowadzić do grupy, przypisać im bycie ‘młodzieżą’ i wypowiadać się już nie o poszczególnych osobach fizycznych, lecz o – stworzonej na okoliczność możliwości komunikacji – grupie, której realnościowo oczywiście nie ma, a zatem i postrzegać jej nie można. Ta grupa więc to kategoria, do której przypisywać można postrzegane jednostki, które z kolei w tym układzie nie stanowią już jednostek, lecz elementy wyróżnionej wcześniej grupy – którą to grupę, tutaj: młodzież, skonstruowano, jak będzie o tym mowa niżej, w określonym czasie, w określonym celu, dla spełnienia określonych funkcji w systemie społecznym i w jego opisie (socjologicznym czy potocznym). Możemy zatem mówić o poszczególnych jednostkach jako o, by tak rzec, luźnych ludziach oraz o grupach, do których zaliczamy jednostki spełniające wyróżnione *przedtem* warunki przynależności, warunki ustalone w określonym celu, dla komunikacji. Ponadto mamy również (już niepostrzegalny) koncept ‘młodzieży’, który służy do organizacji określonych komunikacji i sam niekoniecznie pojawia się na powierzchni; a jeśli się pojawia, to w formie konstruktów wyposażonego w specyficzne historycznie i przestrzennie zmienne znaczenia. W wymiarze biologicznym młodzi ludzie nie posiadają znaczeń, lecz występują jedynie w formie obserwowalnych, to jest postrzegalnych, jednostek; w wymiarze społecznym (grupa) i komunikacyjnym (konstrukt) mamy do czynienia ze słowem ‘młodzież’, które społecznie przejmuje funkcję konstruktów dla komunikacji, a komunikacyjnie – funkcję konceptu dla organizacji tych komunikacji.

Korelując to z koncepcją trzech rzeczywistości, otrzymujemy trzy wymiary: a) istnieją poszczególne jednostki (= pierwsza rzeczywistość,

czyli realność), o których niczego nie możemy orzekać², póki ich nie postrzegamy, a postrzega zawsze ktoś w jakimś celu i z jakiegoś powodu; b) ponadto, kiedy, by tak rzec, włączymy postrzeganie (= druga, postrzeganiowa, rzeczywistość), wtedy już postrzegać możemy określone jednostki, tyle że jako jakieś, jako takie, a nie inne (na przykład młode); w tym momencie dopiero możliwe jest wyróżnianie grup, to znaczy łączenie indywidualnych (a innych nie ma) postrzeżeń w konglomeraty wnioskowań dla ułatwienia i ukierunkowywania kolejnych postrzeżeń, wtedy bowiem możemy nie tylko postrzegać, lecz także i ponadto – rozpoznawać podobieństwa, przypisywać jedne postrzegania do już dokonanych postrzeżeń, widzieć analogie i różnice itp., tworząc w ten sposób wzory postrzeżeń i wzory dla postrzeżeń; c) kiedy natomiast zaczynamy wypowiadać się (za pomocą ofert komunikacyjnych) na okoliczność tych postrzeżeń w celu sprawdzenia, czy ci inni podobnie, czy jednak inaczej coś widzą, czy możemy polegać na naszych indywidualnych postrzeganiach, czy są one dla nas korzystne, czy łączą nas z innymi podobnie postrzegającymi itd., wtedy wchodzimy w obszar trzeciej, komunikacyjnej, rzeczywistości poprzez przypisywanie, a następnie negocjowanie znaczeń tego, co postrzegamy, tworząc tym samym obiekt o charakterze komunikacyjnym (który może mieć odpowiednik w postrzeganiach bądź nie).

To dość skomplikowana konceptualizacja interesującego nas tu zagadnienia, ale i samo zjawisko jest dość skomplikowane. Nie trzeba dodawać, że konceptualizacja taka dotyczy oczywiście wszystkich tego typu konstruktów, wszystkich, które posiadają (zakładane) realnościowe podstawy lub są do takich podstaw sprowadzalne. W niniejszej pracy zajmować się będę grupą społeczną i w ramach tej grupy przeprowadzone zostały prezentowane tu badania – badania na okoliczność rekonstrukcji wśród tej grupy (składającej się z biologicznie młodych ludzi) jej autowizerunku oraz generalnie sposobu widzenia i konceptualizowania przez nią zjawisk – aby dowiedzieć się, jak reprezentanci tej grupy widzą otaczający ich świat oraz jaka jest ta grupa, która w ten (zrekonstruowany tu) sposób ów świat widzi. Czyli zajmujemy się marzeniami młodzieży czy ich wizerunkiem Facebooka, ponieważ interesują nas dwa aspekty: po pierwsze, jakie marzenia młodzież ma, oraz po drugie, jaka jest młodzież, która ma takie marzenia; jak widziany jest Facebook

² Nawet tego, że są to młode jednostki, gdyż w rzeczywistości kategoria wieku nie funkcjonuje, ponieważ jest to operator oglądu dokonywanego już przez – dokładnie na tę okoliczność – postrzegających innych. Obserwacja wprowadza bowiem sens, cel i powód, pochodzące spoza rzeczywistości (gdzie ich w niej nie ma). Realność po prostu jest, postrzeganie natomiast to już operacja.

wśród młodzieży oraz jacy są ci, którzy Facebooka w ten sposób widzą. O te dwie perspektywy będzie tu chodziło. Raz zatem o kształt obiektu u podmiotu, a raz o kształt podmiotu wynikający z analizy obiektu.

Uzyskane wyniki są co prawda bardzo rozproszone, odnoszą się do różnych aspektów bycia młodzieżą, do różnych zachowań, opinii i mniemań młodzieży, niemniej jednak wydaje mi się, że można je – jakkolwiek hipotetycznie – zebrać w kilku punktach, sprowadzając rzecz do kwintesencji, przy czym nie upieram się przy tym, że we wszystkich aspektach, które poruszę, przystają one do stanu faktycznego, chodzi oczywiście o hipotezy. Dlatego zamknę ten wstęp podsumowaniem, w którym zarysuję najbardziej rudymenarne i ogólne wnioski, jakie wyprowadzić można było z prezentowanych niżej analiz.

2. Podsumowanie

Z manifestacji uzyskanych tu danych, ale też z obserwacji komunikacji i zachowań społecznych wyłania się pewien ciekawy wniosek, który zasygnalizowałem już w tytule książki, a mianowicie, że nie ma już młodzieży lub, w osłabionej formie, że młodzi ludzie dzisiaj nie realizują już lub nie wykształcają tej formacji społecznej i komunikacyjnej, która dotychczas istniała i funkcjonowała od przetomu XIX i XX wieku pod nazwą 'młodzieży'. Wyniki wszystkich prezentowanych w tej publikacji badań wskazują (nie wprost oczywiście) na to, że przepytывani respondenci nie widzą siebie w roli młodzieży, lecz albo przesuwają tę kategorię w kierunku ludzi młodszych od siebie, albo manifestują takie nastawienia wobec zjawisk tak zwanej współczesności, które nie pozwalają na jakkolwiek wykształcone przypisanie ich do spójnej ideowo kategorii cechującej się własnymi konceptami i własną ich semantyzacją. Ci ludzie są (biologicznie) młodzi i na tym można by poprzestać. Przy czym pamiętać trzeba koniecznie o tym, że wniosek ten dotyczy 'młodzieży' jako kategorii komunikacyjnej, co nie oznacza, że poszczególni młodzi ludzie nie mają poglądów, nie wyznają jakiejś ideologii itp., tyle że nie jest to ich własna ideologia, lecz przejęta z obecnych na rynku komunikacji niespecyficznych wiekowo i semantycznie odpowiednich nastawień wobec świata konstruowanego w komunikacjach oraz w działaniach³.

³ Terminu 'ideologia' w całej pracy używam w znaczeniu niewartościującym, mając na myśli określony system wartości, zachowań, sposobów komunikowania itp. Lepszym określeniem niż 'ideologia' byłaby 'poetyka', to jednak ma literaturoznawcze konotacje, więc pozostaję przy 'ideologii'.

Jako kategoria wiekowa młodzi ludzie orientują się dziś raczej na model ideologiczny mieszczaństwa lat 50. XX wieku, z takimi wyznacznikami jak:

- zachwył ofertą rynkową (ryнку gospodarczego i komunikacyjnego) i korzystanie z tej oferty, ale też z tego zachwytu, bez samodzielnego konstruowania owej oferty czy nawet zachwytu; i tak bezrefleksyjny zachwył nad, dajmy na to, tak zwanymi mediami społecznościowymi, funkcjonujący w całej populacji, przejmowany jest przez młodych ludzi w ogóle i równie bezrefleksyjnie (to samo dotyczy, moim zdaniem, całej oferty rynkowej), co sprowadzić można do maksyminy: młodzi interesują się tym, czym wszyscy inni się interesują;
- ukierunkowanie tylko na to, co jest teraz (dostępne, oferowane, widoczne itp.);
- korzystanie w miejsce posiadania i tworzenia;
- brak (stosowalnego) horyzontu przyszłości oraz brak zainteresowania przeszłością, przez co sfera *shifting baselines* jest niezwykle wąska i odnosi się jedynie do bardzo wąsko zarysowanej terażniejszości;
- brak zainteresowania dla tego, co jest inne, co nie mieści się w stosowanym przez wszystkich modelu komunikacji, zachowań i działań oraz w obowiązującym w interdyskursie wariancie normalności;
- nieakceptowanie i nieprzyjmowanie do wiadomości wszystkiego tego, czego w świecie młodych ludzi nie ma, gdyż to, co jest, to dla nich wszystko (patrz – wszyscy są na Facebooku);
- unikanie tworzenia (niewykluczone, że z niechęci wobec ideologii) grup innych niż oferowane (a zatem już obecne) przez pozostające do dyspozycji maszyny wielkich agregatorów, co z kolei wiąże się ze stosowaniem jedynie procedury korzystania, a nie wypracowywania czegoś własnego itd.;
- daleko posunięta indywidualizacja i personalizacja własnych komunikacji i zachowań, zapobiegająca tym samym możliwości tworzenia wyróżnialnych z uwagi na własną semantykę grup społecznych i komunikacyjnych;
- orientowanie się na zmonetyzowane zjawiska i brak zainteresowania niewymiernymi aspektami rzeczywistości społecznej czy komunikacyjnej;
- silnie wykształcona desemantyzacja ofert komunikacyjnych; nie jest istotne, co się powie, lecz że się w ogóle mówi (patrz – Instagram, Snapchat, Twitter), powiedzenie czegoś wymaga bowiem twierdzenia czegoś (to jest klarownej semantyki) oraz jest obciążone ryzykiem niepowodzenia, braku akceptacji czy odmowy

przynależności, mówienie natomiast polega na desemantyzacji właśnie i jest bezkarne (skoro niczego się nie twierdzi), patrz następujący dialog:

„bolek – >jestem w gdańsku<
henryk72 – >świetnie. a ja jestem we wrocławiu<
zuza – mówi, że >jej się to podoba<„ (Twitter).

– ...

Wyznaczniki te formułują tutaj plakatywnie i w formie negatywizacji; to ostatnie nie jest jednak wartościowaniem⁴. Nie chodzi o negatywne widzenie młodzieży (o pomstowanie przeciwko młodzieży, bowiem dawniej to... wszystko było lepiej), lecz o stwierdzenie, że skoro tyle koherentnych cech i właściwości da się wyróżnić i uktada się w spójny obraz, to sensowny jest wniosek, nie że dzisiejsza młodzież jest... [tu zestaw negatywnych określeń]⁵, lecz że po prostu nie ma już młodzieży i stąd owe inne wyznaczniki obecne wśród młodych i wśród pozostałych ludzi. Ale nie ma w tym nic dramatycznego lub godnego ubolewania. Po prostu w okolicach 1900 roku powstała (z powodów, o których niżej) kategoria ‘młodzieży’, której wcześniej nie było, a dzisiaj kategorii tej już nie ma, gdyż zanikła, jako iż wyczerpały się (pewnie) funkcje, dla realizacji których ‘młodzież’ swego czasu powstała. W historii komunikacji i działań społecznych spotkać można mnóstwo takich obiektów, które się pojawiają i znowu znikają (monarchie, państwa-miasta, absolutyzmy, style historyczne, klasa robotnicza, rzemio-

⁴ Struktura (i funkcja) wartościowania polega bowiem na tym, że tylko jeden może mieć rację – ten, który twierdzi, że ją ma [gdź zastosował wartościowanie]; ten drugi twierdzi co prawda to samo, ale nie narusza to struktury wartościowania, lecz gwarantuje jej stosowalność i perpetuuje komunikację, której obojętne jest, kto ma rację, byle się o nią spierano, czyli utrzymywało komunikację. Tutaj natomiast mamy do czynienia z opisem wynikłym z obserwacji [gdzie posiadanie racji jest nierelatywne] i badań, opisem prezentowanym na okoliczność wyjaśnienia danego zjawiska w funkcji hipotezy, która w każdym momencie może zostać obalona poprzez obserwacje przeczące tej hipotezie. W nauce nie chodzi o rację, lecz o obalanie hipotez [które najpierw ktoś musi sformułować] lub o zżycanie się na niemożność ich obalenia. Ponadto wartościowanie jest zabiegiem komunikacyjnym o strategicznym celu, a opis jest ofertą komunikacyjną. Problem tylko w tym, że językowo obydwie te obiekty często po prostu trudno odróżnić i od siebie oddzielić.

⁵ Co stanowiłoby typowe dla komunikacji bezrefleksyjnej zastosowanie zabiegu retrospektywnej interpretacji, polegającej na debatowaniu o systemie decyzji bez podawania w wątpliwość przesłanek owych decyzji. W myśl zasady – zakłada się istnienie danego x, a następnie debatuje się o jego cechach i właściwościach, nie zadając pytania, czy owo – zakładane (czy wręcz imputowane) – x aby w ogóle istnieje. Zakładać bowiem można wszystko. Więcej nawet – z tego też zawsze coś wynika, gdyż na tym ten mechanizm polega.

sto itp., o dinozaurach nie zapominając)⁶. Zmienia się system społeczny i zmieniają się komunikacje (te ostatnie najpierw): system społeczny zmienia się w kierunku rozpadu społeczeństw narodowych czy państwowych na rzecz społeczności lokalnych oraz funkcjonalnych (to jest organizowanych na okoliczność realizacji jakiegoś konkretnego celu, a następnie rozwiązujących się)⁷, komunikacje – w kierunku indywidualizacji, personalizacji i komunikowania w ramach *filter bubbles* i komór z echem, z mniej lub bardziej pełnym wyłączeniem się z realnego bądź społecznego otoczenia (patrz – sposoby korzystania ze smartfonów w przestrzeni publicznej), nic więc dziwnego w tym (by powrócić do początku zdania), że znika lub zanika młodzież; widać nie jest już nikomu do niczego potrzebna⁸. A to, że kiedyś była potrzebna, świadczy tylko o tym... że kiedyś była widać potrzebna. Bez młodzieży świat się nie zawali. Będzie po prostu inny. A w historii dziejów zawsze oraz co i rusz był inny. Na tym zresztą polega ewolucja. Zatem nie o ubolewanie tutaj chodzi, lecz o naukową obserwację zachodzących przemian i zjawisk, oczywiście bez wartościowania ich samych.

[Dygresja terminologiczna. W tym kontekście warto wspomnieć o różnicy między konceptami 'filter bubble' a 'komory z echem' (szczegółowo wypracował to C. Thi Nguyen)⁹. Przez działalność wielkich agregatorów (tu referuję Felixa Stephana)¹⁰ sfera publiczna rozpadła się na epistemologiczne w swoim charakterze *filter bubbles*, które zastępowane są obecnie przez kolejną strukturę – właśnie komory z echem. Działanie *filter bubble* (czyli jej funkcja poznawcza) polega na tym, że w konfrontacji z ofertą rynkową komunikacji informacje, wiedza, przekonania posiadane przez jednostki przejmują funkcję wiodącą, co prowadzi do tego, że odmienne informacje, inne elementy wiedzy czy inne przekonania nie są uwzględniane, lecz odrzucane, lub precyzyjniej: jedynie odrzucane.

⁶ Nawet jeśli niektóre z nich w rudymenarnych – acz już bezfunkcyjnych – formach jeszcze istnieją, jak na przykład monarchie.

⁷ Przy czym obserwować można, że obecnie w niektórych regionach system społeczny broni się przed tymi próbami stabilizacji czy powrotu do tradycyjnych modeli społeczeństwa, stąd pojawienie się nacjonalizmów, izolacjonizmu, populizmu, tendencji czy struktur faszystowskich itp.

⁸ Jedynie dziadkom – do ubolewania nad upadkiem młodzieży, oczywiście.

⁹ Patrz – C. Thi Nguyen, *Escape the echo chamber*, 2018, <https://laeon.colessays/why-its-as-hard-to-escape-an-echo-chamber-as-it-is-to-fee-a-cult> [17.05.2018].

¹⁰ Felix Stephan, *Die Rückkehr der Sekte in Zeiten der Filterblase*, „Süddeutsche Zeitung“, 17.04.2018, s. 1–4, <http://www.sueddeutsche.de/kultur/kultur-und-oeffentlichkeit-die-rueckkehr-dersekte-in-zeiten-der-filterblase-1.3946364> [19.04.2018].

W komorach z echem natomiast odmienne informacje nie są (tylko) odrzucane, lecz pomijane i delegitymizowane; to, co jest inne, nie ma racji bytu, nie jest prawdą itd., lecz pojawia się – w przekonaniu zamkniętych w takiej komorze – w wyniku manipulacji co prawda bliżej nieokreślonych, ale w każdym wypadku wrogich nam kręgow. O ile przeciwko oddziaływaniu *filter bubbles* można jeszcze argumentować, konfrontować zawarte w nich poglądy z faktami, prezentować inne możliwe stanowiska itp., o tyle w wypadku komór z echem tego typu procedury komunikacyjne nie są już stosowalne, gdyż brak na to systemowego miejsca, jako że uczestnicy takiej komory nie akceptują argumentacji jako uprawnionej procedury negocjowania znaczeń. Jak mówi Nguyen, komory z echem wychodzą poza daną (na przykład facebookową) grupę i funkcjonują podobnie jak sekty. Konfrontacja takiej sekty (komory z echem) ze światem zewnętrznym nie prowadzi do modyfikacji własnych stanowisk (procedura taka nie jest w ogóle przewidziana), lecz do traktowania świata zewnętrznego jako zagrożenia, jako zbioru „upadłych jednostek, które są stracone w zmanipulowanym przez ciemne siły świecie i uratować mogą się tylko poprzez przystąpienie do danej sekty” (Stephan 2018, 3), operującej wyłącznie opozycjami typu ‘A – Nie-A’ (dobry – zły; nasz – nie nasz itd.). W ten sposób niwelowane są różnice, odmienności, wielość punktów widzenia oraz produkowana jest w rezultacie obojętność w ogóle oraz wobec stanowisk innych niż własne. Zaś przestanką i technologią tworzącą stabilność takiej komory z echem jest precyzyjne rozpoznanie drugiej (wrogiej) strony opozycji i stosowna jej likwidacja, jak z właściwym sobie wdziękiem wyraził to Steve Bannon: „Właściwą opozycją nie są demokraci, lecz media. A jak je zwalczać? *Flood them with shit*” (Stephan 2018, 4)].

Z prezentowanych tu badań wynika ponadto jeszcze jeden dość ciekawy i intrygujący wniosek na temat formy (w sensie George’a Spencera Browna) analizowanego tu konstruktu ‘młodzieży’; wniosek, który – przynajmniej w moim przekonaniu – wyraźnie wspiera tezę o nieistnieniu już ‘młodzieży’, a wynikający z podejścia samych respondentów do zagadnienia; niżej bowiem relacjonował będę, jakie są moje wnioski z przeprowadzonych badań, ale ciekawe jest też, jak sami młodzi ludzie asymilują odpytywane przez ankiety treści, czyli jak radzą sobie z narzuconą im perspektywą traktowania ich jako młodzież.

Z wszystkich wyników uzyskanych z odpowiedzi na pytania omawianych tu ankiet wyłania się następująca strategia zastosowana przez respondentów w celu asymilacji dość niewygodnego dla nich problemu

autodefinicji siebie¹¹, którą spuentować można za pomocą algorytmu: ‘młdziez mówi, co sądzi o młdzieży, którą sama sądzi, że nie jest’, lub w osłabionej wersji: ‘młdziez mówi, co sądzi, że inni o młdzieży sądzą, czego ona sama nie sądzi’; ale coś powiedzieć musi czy powinna, kategoria ta bowiem – nawet jeśli już tylko historycznie – nadal funkcjonuje w komunikacjach o niej, niekoniecznie jednak – w jej komunikacjach.

Jak z takiego dylematu wybrnąć? Rozwiązanie wyłaniające się z danych jest równie proste, jak eleganckie. Ponieważ w świecie młodych ludzi wszyscy są tacy sami, używają tych samych urządzeń, wszyscy są na Facebooku i stosują Twittera, Snapchata, Instagrama itp., kupują w tych samych sklepach, bo innych (już) nie ma, operują tymi samymi globalnymi markami tych samych globalnych produktów tych samych globalnych producentów itd., nie dziwi, że dla tej »młdzieży« – czyli dla tych młodych ludzi – dzisiaj wszyscy są ‘młdzieżą’, bo tak się zachowują, wyglądają, kupują, mieszkają i komunikują jak oni sami, z czego młdziez wyciąga wniosek, że jest... dorosta jak wszyscy, którzy ją otaczają; a ci wszyscy z kolei sądzą, że są młdzieżą (lub chcą nią nadal być), z czego wynika, że młdzieży nie ma, bo skoro wszyscy robią to samo, to – niezależnie od tego, jak to nazywają (dorostością czy młdzieżą) – tego nie ma. Warunkiem bowiem, aby cokolwiek wyróżnić¹², jest to, że nie może to być wszystko¹³. Stąd (biologicznie i społecznie) młodzi ludzie widzą się po prostu jako członkowie *niezdyferencjonowanego społeczeństwa*¹⁴. Tyle że to ostatnie dziś (też) już nie istnieje¹⁵.

¹¹ Gdyby mnie zapytać, jacy są starszycy, też miałbym z tym problem, już chociażby dlatego, że za starszycy się (oczywiście!) nie uważam. Lecz tylko nim jestem.

¹² Czyli w terminologii George’a Spencera Browna (1997): ‘oznaczyć/oznaczenie’, generujące tym samym granicę między w ten sposób oznaczonym a (niespecyficznym) *unmarked space*. Bez oznaczenia nie ma obiektu. Patrz szerzej – Fleischer 2018. Patrz też niżej – bibliografia artykułu o semantyce autokonstruktów młdzieży.

¹³ Uwaga, że po drugiej stronie ‘wszystkiego’ jest ‘nic’, jest nie na miejscu, gdyż jak wiemy, ‘wszystko’ i ‘nic’ są funkcjonalnie tożsame.

¹⁴ Jakim społeczeństwem europejskie były w latach 50. XX wieku. Przeciwnie czemu właśnie powstała rewolta młdzieżowa pokolenia ‘68.

¹⁵ Nie ma tu oczywiście potrzeby, by młodym ludziom współczuć; żyją po prostu w takich czasach i na kształt tych czasów zezwolili. A co do niezdyferencjonowanego społeczeństwa – dzisiaj (w Europie i w USA) mamy do czynienia ze społeczeństwami kastowymi w rozumieniu zarówno strukturalnym, jak i funkcjonalnym, zaś formy rządów są oligarchiczne. Wystarczy przyjrzeć się danym dotyczącym pochodzenia społecznego studentów czy robotników: zdecydowana większość osób studiujących wywodzi się z rodzin, w których już rodzice posiadają wyższe wykształcenie, większość zaś osób pracujących w fabrykach pochodzi z rodzin robotniczych. Patrz – Fleischer 2017, 139; Welzer 2016.

Cała ta skomplikowana i kompleksowa sytuacja (lub taki mój jej opis) spowodowana może być też tym, że koncept komunikacyjny miesza się tu z realnością i z wymiarem społecznym, z którymi 'młodzież' sobie (póki co) jeszcze nie radzi.

Prezentowane tu wnioski oparte są oczywiście na niezmiernie karkotomnej interpretacji, z czego i ja zdaję sobie (jak widać) sprawę. Mnie jednak znacznie bardziej niż ubolewanie nad stanem młodzieży interesuje odpowiedź na pytanie: a co, jeśli tak jest? Czyli: co z takiej interpretacji dla nas naukowo owocnego wynika i do jakich kolejnych badań animuje? Bo nam tylko o to chodzi. Od zmieniania świata jest młodzież.

Ewidencje dla tych wniosków niech stanowią zamieszczone tu badania.

Literatura

Fleischer Michael, 2017, *Konstrukcja rzeczywistości*, 3. Kraków.

Fleischer Michael, 2018, *Notatki 4*. Kraków.

Spencer Brown George, 1997 [1969], *Laws of Form. Gesetze der Form*. Lübeck.

Welzer Harald, 2016, *Die smarte Diktatur. Der Angriff auf unsere Freiheit*. Frankfurt am Main.