

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA HUMANITNÍCH STUDIÍ

Studium humanitní vzdělanosti



Barbora Nováková

Alternativní spiritualita, mileniálové a masová media.

Uplatnění fenoménu esoteriky v současném kulturně historickém kontextu.

Bakalářská práce

Vedoucí práce: PhDr. Václav Hájek, Ph.D.

Praha 2021

Abstrakt

Tato teoretická bakalářská práce se zabývá generací mileniálů, médií a alternativní spiritualitou. V první části se věnuji pojmu generace, následně vymezuji a lehce charakterizuji každou jednotlivou generaci. Konkrétněji se věnuji generaci mileniálů, jejich charakteristice, životnímu stylu, vztahu k masovým médiím, a hlavně tedy jejich vztahu k sociálním sítím. V navazující kratší kapitole se zaměřuji na nová media a platformy sociálních médií a s pomocí grafického znázornění představuji platformy, které mají největší dosah mezi uživateli internetu generace mileniálů. Následující část je věnována spiritualitě, jejímu vymezení a kulturně-historickému kontextu. Mým záměrem bylo především propojit tyto tři zmíněné fenomény, tj. generaci mileniálů, média a alternativní spiritualitu. Tento záměr se snažím realizovat v poslední kapitole, kde navrhuji dvě hypotézy, kterými odůvodňuji zvyšující se nárůst popularity alternativní spirituality na sociálních sítích mezi mileniály. První z hypotéz je spojená s „tekutou“ modernitou a druhá s „kulturou individualismu“.

Klíčová slova: generace, mileniálové, média, spiritualita, modernita, kultura individualismu

Abstract

This theoretical bachelor thesis focuses on the generation of millennials, the media and alternative spirituality. In the first part, I discuss the concept of generation, then define and lightly characterize each generation. I focus more specifically on the millennial generation, their characteristics, lifestyle, their attitude towards the mass media, especially towards the social media. In a subsequent shorter chapter, I focus on new media and social media platforms, using graphical representations to present the platforms that have the greatest reach among millennial internet users. The following section is devoted to spirituality, its definition and cultural and historical context. My intention was mainly to connect these three mentioned phenomena, i.e. the millennial generation, the media and alternative spirituality. I try to realize this intention in the last chapter, where I propose two hypotheses to justify the increasing popularity of alternative spirituality on social media among millennials. The first hypothesis is linked to the 'liquid' modernity and the second is linked to the 'culture of individualism'.

Keywords: generation, millennials, media, spirituality, modernity, culture of individualism

Prohlašuji, že jsem předkládanou práci vypracovala samostatně. Veškeré použité prameny a literatura byly řádně citovány. Práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze dne 26.7. 2021

.....

podpis

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala PhDr. Václavu Hájkovi, Ph.D. za jeho ochotu, odborné vedení mé práce, poskytnutí cenných rad a podnětů, za čas a vstřícnost při konzultacích. Dále bych ráda poděkovala svým rodičům za nedocenitelnou podporu a trpělivost během celého mého studia, a stejně tak i mým přátelům. Děkuji.

Obsah	
ÚVOD	1
I. VYMEZENÍ POJMU GENERACE	2
Typy generací.....	3
Generace Baby boomers	4
Generace X.....	5
Mileniálové (generace Y).....	6
Generace Alfa	7
Generace mileniálů	7
Vzdělání	8
Pracovní oblast.....	8
Životní styl.....	9
Náboženství a spiritualita.....	11
Technologie a informace.....	12
II. MÉDIA	13
Nová média	14
Sociální média.....	16
III. SPIRITUALITA	18
Spiritualita a historie	18
Alternativní „moderní“ spiritualita	19
Spiritualita a média	22
IV. MOŽNOSTI INTERPRETACE	23
Modernita.....	23
Tekutá modernita	24
Postmodernita.....	26
Mileniálové jako stresovaná generace	28
Kultura individualismu	30
ZÁVĚR	35
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ	37

ÚVOD

Bakalářská práce se zabývá třemi fenomény, tj, generací mileniálů, médií a alternativní spiritualitou, které se pokusím navzájem propojit. Internet otevřel bránu novým možnostem, jak získávat informace a komunikovat s lidmi, kteří sdílejí zájem o podobná témata. Mileniálové, jako generace digitální, je tímto internetovým světem informací ovlivněna a nasycena více než jakákoliv jiná generace, a to může mít i svá negativa. Masmédia, a především tedy sociální média mohou v některých jedincích vyvolávat určitou míru stresu, kterou poté paradoxně řeší opět na stejných platformách, jež zmíněný stres způsobily.

Jednu z metod, jakými se lze vyrovnávat se stresem, může pro některé tvořit alternativní spiritualita, která v současné době zažívá poměrně vysoký nárůst popularity právě skrze masmédia, a především mezi mileniály. Esoterika (a s ní záležitosti spojené), již není skrývaná, jak tomu bylo dříve, ale stává se jakousi součástí popkultury a součástí povědomí stále více lidí. Nejen internet nyní překypuje esotericky zaměřenými tématy, ale např. i knihkupectví nabízejí širokou škálu literatury o osobním rozvoji, praktikách jógy či astrologii apod.

Cílem této teoretické práce je hypoteticky nadnést, jakou roli alternativní spiritualita může skrze zmíněná média hrát. První z hypotéz se pokusím spojit s přirovnáním alternativní spirituality ke „kotvě“, která může znamenat pro jedince vystresované či „vyděšené“ „tekutostí“ moderní doby záchytný bod. Primárním pro mě v této fázi bude dílo *Tekutá modernita* od Zygmunta Baumana. Druhá hypotéza bude založena na „kultuře individualismu“ a teorii, že se alternativní spiritualita může stát součástí sebeprezentace mileniálů a jakousi „výkladní skříní“ současné proměnlivosti. Zde budu vycházet z díla *Kultura individualismu* od autorky Małgorzaty Jacyno.

I. VYMEZENÍ POJMU GENERACE

Než se v této kapitole dostaneme k jejímu jádru, což jsou mileniálové a jejich kultura, musíme si zprvu představit pojem generace a následně si i jednotlivé generace vymezit. Je nutné podotknout, že zmíněné vymezení se v otázce několika málo let pramen od pramene liší, a proto nemůže být zcela přesné, stejně jako samotný pojem generace, který je nositelem několika významů. Jedním z tradičních příkladů může být pojetí biologické, se kterým je spojený termín „z generace na generaci“, zde tento pojem chápeme jako potomstvo jedné dvojice rodičů a tedy jako „průměrný časový interval mezi narozením rodičů a narození jejich potomků“ (Dictionary [online]). Rozpětí jedné generace je z tohoto biologického pojetí umístěno mezi 20-25 lety.

Vzhledem k tomu, jak rychle kohorty podléhají změnám ve spojitosti s technologiemi a rozšířenými možnostmi studia a kariéry, výše zmíněné rozpětí už není relevantní a v současnosti se už spíše využívá definice sociologická. Tento pokles relevantnosti biologické definice pojmu generace odůvodňuje ve své knize Mark McCrindle tak, že se mění průměrný porodní věk žen, dříve byl tento průměr 25 let a dnes 31 let. Proto, kdybychom i nyní aplikovali biologickou definici, rozpětí generace by bylo až moc široké, kdežto se sociologickou definicí sahá toto rozpětí kolem cca 15 let (McCrindle a Wolfinger, 2009).

Vzhledem k povaze této bakalářské práce využiji právě tuto sociologickou definici, která zní: „velká, sociálně diferencovaná skupina osob, které jsou spojené dobově podmíněným stylem myšlení a jednání a prožívající podstatná období své socializace ve shodných historických a kulturních podmínkách“ (Encyklopedie soc. [online]).

Neil Howe a William Strauss (1991) souhlasí s tvrzením, že generace jsou tvořeny určitým časovým obdobím a definují je jako skupinu lidí, kteří sdílejí stejný časový úsek a prostor, ve kterém žijí, což znamená, že sdílejí i „kolektivní osobnost“. Tento časový úsek přirovnávají k délce jedné životní fáze. Howe a Straus byli mezi prvními, kdo termín mileniál použili, jejich kniha z roku 1991 s názvem *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*, byla široce uznávána pro svůj příspěvek k analýze generačních rozdílů

v historii USA a jejich potenciálního dopadu na budoucnost (Pew Research Center [online], 2009).

Podle McCrindla ale tato definice není příliš nápomocná, jelikož vzhledem ke kulturním, ekonomickým a politickým změnám se zkracují tradiční životní fáze, se dětství dle něj zkracuje a mnohem dříve se do popředí dostávají povinnosti spojené s dospělostí. Rozdělování populace na různé generace vychází z předpokladu, že charakter a vlastnosti v průběhu dospívání z vysoka ovlivňuje prostředí, ve kterém se člověk nachází. Prostor se postupem času mění, nýbrž výše zmíněné kulturní, historické či sociologické a technologické podmínky zůstávají relativně konstantní (McCrindle a Wolfinger, 2009).

Sociolog Aleš Kabátek tvrdí, že specifické rysy generačních skupin určují historické, ekonomické, společensko-politické a kulturní poměry. Díky těmto poměrům a jejich interakcím se tyto skupiny sociálně vyvíjejí a v následnosti na to se jejich potřeby dají identifikovat, vyjádřit a následně i uspokojit (Sociologický časopis [online]). Dá se usoudit, že pokud lidé vyrůstají ve stejném časovém období, pravděpodobně sdílejí podobné zkušenosti a charakterové rysy. Tuto hypotézu je možné dokázat tvrzením, že lidé z různých generací mají odlišné názory, jinak uvažují a může mezi nimi často docházet k nedorozumění v rámci komunikace, vzniká tzv. generační mezera (Sheahan, 2005).

Dnes se společné rysy skupin (vzhledem ke globalizaci) snadno prořezávají hranicemi těchto poměrů. Lze to vyjádřit tak, že mladí lidé z několika různých zemí jsou díky novým technologiím a masovým médiím formováni stejným způsobem, podléhají obdobným trendům a sociálním vývojem, nehledě na kulturní odlišnosti jejich země. Dnešní mládež sleduje poměrně stejné filmy, poslouchá stejnou hudbu, sleduje stejné módní trendy a vyhledává stejné značky. Pro McCrindla (2009) to znamená první světovou generaci vůbec, generaci, která je ovlivněna věkem, životní etapou, technologiemi, zkušenostmi a událostmi, tedy digitální generace mileniálů.

Typy generací

Generace, jak už jsem uvedla výše, vytvářejí kulturní, politické a historické události. Každá z nich je tedy specifickým produktem společnosti a od ostatních se odlišuje. Odborná i populárně naučná literatura uvádí několik generačních typů začínajících Tichou generací,

pokračující generací Baby Boomers, generacemi X, Y, Z a generací Alfa. Každou z nich časově vymezím a charakterizuji, blíže se budu věnovat především generaci Y neboli mileniálům. Je důležité upozornit na to, že není žádné pevně určené časové vymezení, definice různých sociologů se liší v rozmezí pár let a ani není pevně stanovené pojmenování. Nejasnost v pevné časové definici generací souvisí hlavně s kulturními rozdíly a společenským a ekonomickým vývojem v daných zemích.

Tichá generace

Tichou generaci tvoří lidé, kteří se narodili v období od poloviny 20. do začátku 40. let 20. století, většinou se uvádí rozpětí let 1924-1945. Výše zmíněný Neil Howe (1991) na druhou stranu tuto generaci zařazuje mezi roky 1925-1942, lze tedy opravdu vidět, že není žádný pevný bod, co se generací týče. Podíl na názvu Tichá generace nese fakt, že se tato generace více soustředila na pracovní sféru než na aktivismus, zjednodušeně řečeno, místo aby se pokoušeli změnit nějakým způsobem systém, se s ním snažili naučit fungovat. Toto označení bylo poprvé použito v časopisu Time roku 1951 v článku The Younger Generation ve spojitosti s tím, že laicky řečeno „drželi hlavy sklopené“, vyrůstali v období druhé světové války a hospodářské krize a tehdy bylo „bezpečnější“ nechávat si svůj názor pro sebe, „nepřetékali“ ambicemi a zkrátka se snažili co nejlépe přežít v daných podmínkách.

Tichá generace je charakteristická vysokou pracovní morálkou a svou působností v továrnách průmyslových společností, dalším typickým znakem je jejich nízká početnost oproti ostatním generacím zapříčiněnou celkovou a finanční nejistotou tehdejší doby. Nejsou technicky zdatní a jejich rodinný prototyp je tradiční a konzervativní, muž se stará o finanční zabezpečení, živí rodinu a žena se stará o domácnost (Forbes [online]).

Generace Baby boomers

Do této generace se řadí lidé narození v období 1946-1964. Konec druhé války byl klíčovou událostí v otázce formování generací v západním světě. Těžko najdeme událost, která tak moc ovlivnila kulturu jako tato. Léta po válce byla opakem let válečných. Depresi a chudobu nahradil ekonomický růst a naplno zaměstnaný lid. Úsporný režim předběhl technologický pokrok a rostoucí svoboda (McCrindle a Wolfinger, 2009).

Předchozí generace se vyznačovala nízkým množstvím příslušníků a tato generace byla jednou z nejpočetnějších, z tohoto faktu pochází její název, který znamená generační populační explozi. Ovlivněna byla mocenským rozdělením Evropy. Západní vzpoura proti tradičnímu rodinnému modelu se projevila i v České republice, kde byl komunistický systém, a to hlavně v zaměstnanosti žen. Generace Baby Boomers je spojována s perfektními pracovními návyky. Technologie, které byly tenkrát k dispozici, jsou například gramofon, tranzistorové rádio a televize.

Generace X

Generace X je definována, jako ti, kteří se narodili od roku 1965-1979, někdy se uvádí i rok 1980 a bývá přezdívána generací „umělou“ kvůli svému označení „X“, které bylo marketingovou nálepkou vyjadřující, že příslušníci této generace v mládí neměli společné cíle ani hodnoty. Buď si každý našel své individuální „X“ nebo se rozhodl ho nevyhledávat vůbec. Tuto generaci velmi ovlivnil vznik nových subkultur, uměleckých hnutí, politických poměrů a vědeckých teorií. To vše vytvořilo z X individuálně a sebevědomě smýšlející generaci, odmítající jeden jediný celkový pohled na svět. Sice stále sdíleli hodnoty svých rodičů jako je kariéra, rodina, zakládání si na dobré pověsti, ale zároveň byli schopní fungovat a vžít se do několika nových revolučních poměrů a životních stylů zároveň. Co se politické sféry týče, vyžadovali více svobody a pravomocí (Chum, 2013). V oblasti technologií se pohybují lépe než jejich generační předchůdci, v jejich mládí bylo možné koukat na hudební videoklipy, poslouchat walkmena, vyráběli se už první počítače a spolu s nimi i počítačové hry. V porovnání s ostatními generacemi jsou X více heterogenní, vyrůstali během kulturní transformace modernismu na postmodernismus, což ovlivňovalo jejich pohled na vědu. Zatímco Baby Boomers vnímali vědu jako exaktní, generace X vědy propojovala a transverzálně využívala (Kubátová, 2013).

V České republice se uvádí také pojem „Husákovy děti“, ve spojitosti s působením Gustava Husáka v politice. Tajemník Gustav Husák v té době vedl Komunistickou stranu Československa, která tehdy realizovala pro-populační státní politiku. Ovšem někteří z odborníků termín „Husákovy děti“, tedy silnou populační vlnu na začátku 70. let, považují za zavádějící. Podle nich nárůst porodnosti způsobila poválečná generace, která kvůli nejisté situaci v 60. letech rodičovství odložila na později. Zástupci této populační vlny za svého mládí neznali nezaměstnanost, jelikož byla nezákonná a až po roce 1989, kdy se mohlo

svobodně podnikat apod. dostali teprve možnost k seberealizaci a k výše zmíněnému individualismu. Ovlivnění byli například upálením Jana Palacha a protesty související s okupací ruských vojsk na území Československé socialistické republiky. Uvádí se, že tato generace je výrazně postojová a vyhledává hodnoty, které se vyplatí po celý život pěstovat (CZSO [online]).

Mileniálové (generace Y)

Jak už jsem výše zmínila, časové vymezení mileniálů se liší, ale obecná shoda stojí za tím, že mezi mileniály patří ten, kdo se narodil od začátku 80. let minulého století do doby před počátkem nového tisíciletí. Někdy je tato generace popisována jako generace Y, protože je následníkem generace X nebo jako digitální generace vzhledem k jejich blízkému vztahu k technologiím a jejich technologickým zdatnostem. Jsou to tedy osoby, které se narodily v digitálním věku, s přístupem k internetu a digitálním technologiím, a navíc se širokým spektrem počítačových dovedností a znalostí. Název mileniál souvisí s přechodem tisíciletí a jejich budoucím ovlivněním tisíciletí následujícího.

Mileniálové sdílejí společnou globální kulturu, která není striktně definována věkem, nýbrž určitými atributy a zkušenostmi související s tím, jak interagují s informačními technologiemi, samotnými informacemi, mezi sebou navzájem a s ostatními lidmi a institucemi. Postupně promění tržní nabídku, transformují průmyslová odvětví, vzdělávání a globální politiku (Palfrey a Gasser, 2008). Nejen, že tato generace tvoří značnou část populace, ale má i značnou výdělečnou sílu, vzhledem k růstu její přítomnosti v pracovní sféře, takže to, jaká média využívají ke konzumaci informací a jaké informace jsou objektem jejich zájmu, bude mít pro obchodníky zásadní vliv a v blízké budoucnosti i dopad na trh. Tato generace je detailněji popsána v druhé kapitole.

Generace Z

Příslušníci této generace se narodili zhruba od roku 2000-2013 a jsou to potomci převážně generace X, zástupci této generace se narodili do aktivního digitálního světa, jsou zvyklí být online a pracovat s aktuálními technickými vymoženostmi už od útlého věku, berou to jako součást života. Vyrůstají ve světě, kde je denně 5,1 miliardy vyhledávání přes Google, 4 miliardy zhlédnutí denně na YouTube a více než 1 miliarda aktivních

Facebook účtů (McCrindle a Wolfinger, 2009). Narodili se do světa, který se rapidně mění, a tak jsou považováni za velice flexibilní. Velmi rychle dospívají a brzy se začínají učit anglicky.

Generace Alfa

Časové vymezení se pohybuje zhruba mezi roky 2010-2025, jsou či budou potomky primárně generace Y a Z. I když jsou zatím nejmladší generací, už teď mají značný vliv nad rámec svých let. Formují prostředí sociálních médií a ovlivňují populární kulturu (McCrindle, 2020).

Generace mileniálů

V minulé kapitole jsem lehce charakterizovala všechny generace, naznačila jejich vztah k technologiím a časově je zmapovala. Primární zájem mé práce tvoří generace mileniálů, proto v této kapitole detailněji rozeberu jejich kulturu, charakteristické znaky, rysy a postoje k sociálním médiím.

Mileniálové se narodili do poměrně klidné doby, tím se liší od předchozích generací. Během jejich dospívání nedošlo k žádné výrazně tragické události, válkám apod. Právě naopak, nastaly přívětivé změny, např. v České republice se po sametové revoluci zrodila demokracie. Zlom nastal po teroristickém útoku 11. září 2001, který vzbudil dlouhodobé nepokoje a nejistotu v otázce bezpečí. Charakteristika mileniálů by byla podle Kubátové odlišná, pokud by k tomuto incidentu nedošlo, ale i s takovými událostmi se vyrovnávají zdařileji oproti starším generacím (Kubátová, 2013).

Mezi jejich signifikantní povahové rysy patří vysoké sebevědomí, společenskost, flexibilita, optimismus, liberálnost a otevřenost ke změnám. Zakládají si na svém sebevyjádření jak na sociálních sítích, tak i v reálném životě. Podle studie z Pew Research Sercher už v roce 2010 mělo 4 z 10 mileniálů jedno či více tetování, 1 ze 4 mileniálů byl vlastníkem piercingu jinde než v oblasti uší. Dnes jsou tyto poměry jednoznačně vyšší, vzhledem k rozšíření popularity tetovacích salónů ve spojitosti s novou společenskou mentalitou, kdy tetování nepředstavuje takové společenské „tabu“ jako kdysi a kdy dochází k jakési normalizaci těchto a podobných způsobů sebevyjádření.

Vzdělání

Mileniálové jsou orientovaní na úspěchy, chtějí vynikat v tom co dělají a co je baví, překonat všechny cíle a aspirace. To je vede k hledání nových vzdělávacích možností a k vyšší vzdělanosti oproti předchozím generacím. Vzdělávací trajektorie mladých žen napříč generacemi byla obzvláště strmá. Ze zástupkyň tiché generace dokončilo čtyři roky na vysoké škole pouze devět procent, u mladých „mileniálek“ je čtyřikrát pravděpodobnější, že ve stejném věku dosáhnou bakalářského titulu. Úspěšnost v oblasti vzdělávání nezůstává pouze u zastupitelstva ženského pohlaví, i zástupci mužského pohlaví jsou mnohem vzdělanější než dřívější generace mladých mužů. Zmíněné vysoké úrovně vzdělání ve věku 21-36 let naznačují, že generace mileniálů reprezentuje momentálně nejvzdělanější generaci (Pew Research Center [online], 2018). Vzdělávací systém dodal mileniálům smysl pro zodpovědnost a potřebu vstřípení a dosažení cílů, tolerantnost i schopnost pracovat v týmech, a všechny zmíněné kvality se následně odráží v pracovní sféře.

Pracovní oblast

Ve spojitosti s pracovní sférou se více rozšířilo povědomí o mileniálech a generacích obecně. Tato skupina mladých lidí se význačně odlišuje od předchozích skupin a překopává tak klasické pracovní standardy a přístupy. Už výše jsem zmínila jejich schopnost manipulace s technologiemi od útlého dětství, vyrostli tak ve vysoké informovanosti a v nepřetržitém kontaktu s ostatními na sociálních sítích. Všechny tyto novinky a odlišnosti vyvolaly řadu pozitivních i negativních reakcí na mileniály i z řad zaměstnavatelů. Starší generace na ně většinou nahlíží s určitým skepticismem. Většina z nich si spojí mileniály s malou chutí do práce, ale s velkou touhou po penězích a kariérním růstu. Na druhou stranu různé výzkumy potvrdily opak, má se za to, že mileniálové jsou ochotni vyvinout co nejvíce úsilí, aby jejich organizace byla úspěšná. Nevadí jim obětovat svůj volný čas v práci, jako například pauzu na kávu a pracovat přesčas (Kowske a spol. [online], 2010).

Poslední z mileniálů právě vstupují nebo zanedlouho budou vstupovat na trh práce, s tím souvisí zvýšená popularita naučné literatury a seminářů na téma, jak fungovat s mileniály, co od jejich výkonu mohou zaměstnavatelé očekávat, jaká jsou jejich očekávání, dovednosti a jaké inovace mohou firmám přinést apod. Článek v Harvard Business Review se přiklání k tvrzení, že tato generace opravdu vykazuje nové rysy, na které není pracovní

sféra zvyklá, ale jeho autor Bruce Pfau namítá, že zmíněné rysy nejsou nijak zásadně odlišné od změn, které se přirozeně vyskytují s každou novou generací (Pfau [online], 2016).

Kubátová (2013) vysvětluje, že tato generace preferuje volnou pracovní dobu mimo kancelář a vyhýbá se rutinní práci. Důležitější, než finanční ohodnocení je pro ni fakt, aby ji náplň zaměstnání doopravdy bavila, mohla dále rozvíjet své schopnosti a v práci kariérně růst. Neznamená to, že by mileniálům nezáleželo na mzdě a její výši, očekávají, že zaměstnavatel jim zkrátka nabídne dostatečně motivující plat a vzhledem k situaci na trhu práce, kde je nedostatek talentovaných zaměstnanců s tím mohou počítat.

Následně odkazuje na výzkum Pwc agentury orientovaný na generaci mileniálů v zaměstnání a jejich reorganizaci pracovní sféry. Z výzkumu vyplývá, že nejdůležitějšími znaky, které vytvářejí přitažlivost zaměstnavatele, jsou jak příležitost pracovního rozvoje, tak i finanční mzda a podpora rozvoje. Co se týče faktorů, které rozhodují, zda pracovní nabídku přijmou, uvedli dotazovaní nejčastěji příležitost k osobnímu růstu, dobré jméno zaměstnavatele, obsah práce a nástupní mzdu. Ze zmíněných informací se znovu potvrdil fakt, že tato skupina lidí shledává růst osobní i kariérní velice důležitým (Kubátová, 2013).

Životní styl

Mileniálům záleží na tom, aby si ze svých aktivit odnesli nějaký zážitek, chtějí si tak vytvářet trvalé a životní vzpomínky. Salamander ve svém článku uvádí k tomuto tvrzení příklad svatby, kdy za generace Baby Boomers bylo časté uspořádat velkou a drahou svatbu. Mileniálové obecně upřednostňují menší, jednodušší a intimnější svatby, protože to důležitější pro ně je onen zážitek ve formě líbánek, cestování. Jejich postoje ke svatbám silně ovlivňují svatební průmysl a toto ovlivnění se bude prohlubovat s přibývajícím věkem generace Z. Mileniálové se berou méně často než jejich generační předchůdci a také mnohem později. V porovnání z hlediska stejné věkové kategorie až 75 % mileniálů nikdy nemělo svatbu oproti 43 % zástupců Tiché generace, 52 % generace Baby Boomers a 67 % generace X. Přesto, že se jejich názor na manželskou instituci, líbánky a samotný svatební den liší od názoru jiných generací, stále dodržují tradiční postupy (Forbes [online]).

Další důležitou složkou života mileniálů, ovlivňující určitým způsobem trh jsou hodnoty, které tato generace sdílí a na kterých si zakládá. Net generace dodala váhu záležitostem jako je například šikana a duševní zdraví. Nebojí se promluvit, vyjádřit svůj názor a bojovat proti věcem, které podle nich nejsou správné, tento fakt je mnohdy přikládán i sociálním médiím. Jejich tolerantnější postoje a nutnost sebevyjádření způsobily pokles rasismu, rozšíření povědomí o LGBT komunitě a obecně změnu názorů na dřívější „tabuizované“ skupiny lidí. Ovlivnění trhu je například takové, že mileniálové se vyhýbají nákupům u společností, které nějakým způsobem diskriminují určitou rasu či sexualitu.

Neméně důležitým zájmem měnící stávající hodnoty, je zájem o naši planetu a její budoucnost. Mnoho mileniálů žije „eco-friendly“ tedy s ohledem na planetu. Trh to ovlivňuje například tak, že se více vyhledává udržitelné zboží, značky postupně přestávají testovat na zvířatech a vytvářejí veganské varianty kosmetických přípravků. Lidé přechází na životní styl s nulovým nebo alespoň menším plýtváním, recyklují, starají se o čištění oceánů apod. Nehledě na věkovou kategorii se uvádí, že spíše recyklují lidé, kteří mají vysokoškolské vzdělání než ti, kteří takového vzdělání nedosáhli a jak už jsem zmínila, mileniálové jsou nejvzdělanější generací. Do recyklace se zapojuje až 78 % mileniálů s vysokoškolským titulem (Pew Research Center [online], 2010). Tato generace lidí jednoduše chce se svým životem dělat i něco jiného, než vydělávat si na živobytí a zakládat rodiny. Zajímá se o světové problémy jako je globální oteplování a vyhynutí zvířat, rozšiřuje tyto informace k ostatním generacím, chce být zapojená a najít svůj životní účel tím, že se nechá inspirovat změnou, kterou chce udělat.

Poslední aspekt života mileniálů, který bych chtěla zmínit a kterým se liší od předchozích generací, je orientace na zdravé stravování. Mnoho mileniálů se považuje za vegetariány či vegany a nebojí se do takových potravin investovat a připlatit si například za náhražky masa či mléka. Specialisté doporučují výrobcům potravin a provozovatelům restaurací brát tyto trendy vážně a reagovat na ně. Mnoho tradičních marketingových strategií těchto odvětví se mohou rapidně stát nepoužitelnými či zastaralými a úspěšné budou značky, které se rychle dokáží adaptovat těmto měnícím se skutečnostem (Eclinchier [online]).

Náboženství a spiritualita

Mileniálové jsou méně věřící než starší generace, tento pokles vyvolal nejprve odpor generace Baby Boomers k organizovanému náboženství a následně tento trend pokračoval. Například méně, než polovina mileniálů tvrdí, že věří v Boha s naprostou jistotou, a jen čtyři z deseti tvrdí, že náboženství je v jejich životě velmi důležité. Oproti tomu starší generace mnohem častěji tvrdí, že náboženství pro ně tvoří jeden z nejdůležitějších aspektů života. Mileniálové v tomhle zaměření nebyli většinou ani vychovávaní, čtvrtina z nich uvedla, že nebyla vychována v žádné konkrétní víře a pouze jeden ze tří dotazovaných uvedl, že se pravidelně účastnil s rodiči či jiným svým zástupcem pravidelných bohoslužeb (Pew Research Center [online], 2010).

Dá se říct, že čím méně se mileniálové orientují na náboženství, které je podle průzkumů jednou z nejnižších priorit mladých dospělých, tím více se orientují na spiritualitu. Většina z nich se identifikuje jako duchovní, spirituální člověk, který věří, že existuje „něco víc“, nýbrž tím nemyslí Boha. Zmíněný odklon od organizovaného náboženství je stále více rozšiřujícím se trendem v Západních zemích. Amerika nadále zůstává poměrně náboženským národem, až 70 % Američanů se považuje za věřící, ve srovnání s Německem, kde věřící populace tvoří pouze 22 %, v Británii se věřící procento lidí pohybuje kolem 23 % a ve Francii kolem 24 % (McCrindle a Wolfinger, 2009).

Mileniálové cítí hluboké odcizení od tradičního náboženství, ať už je to katolicismus, judaismus či buddhismus, i taková náboženství je důležité zmínit, protože v posledních letech vzrostla popularita náboženství právě jako je hinduismus nebo výše zmíněný budhismus. Spousta mladých lidí vnímá tuto situaci tak, že tradiční náboženství neprezentují jejich víru nebo jsou proti samotné instituci. I když tedy mileniálové nejsou nábožensky založení, stále touží po tom, co náboženství nabízí, a to ve smyslu, který samotnou víru přesahuje. Je to společenský smysl, pocit že člověk někam patří, pocit sounáležitosti a pocit, že ve vesmíru je něco většího než my sami a zkouší různými způsoby toto vše najít, někteří to nachází ve spiritualitě, meditaci a jiní zase v astrologii.

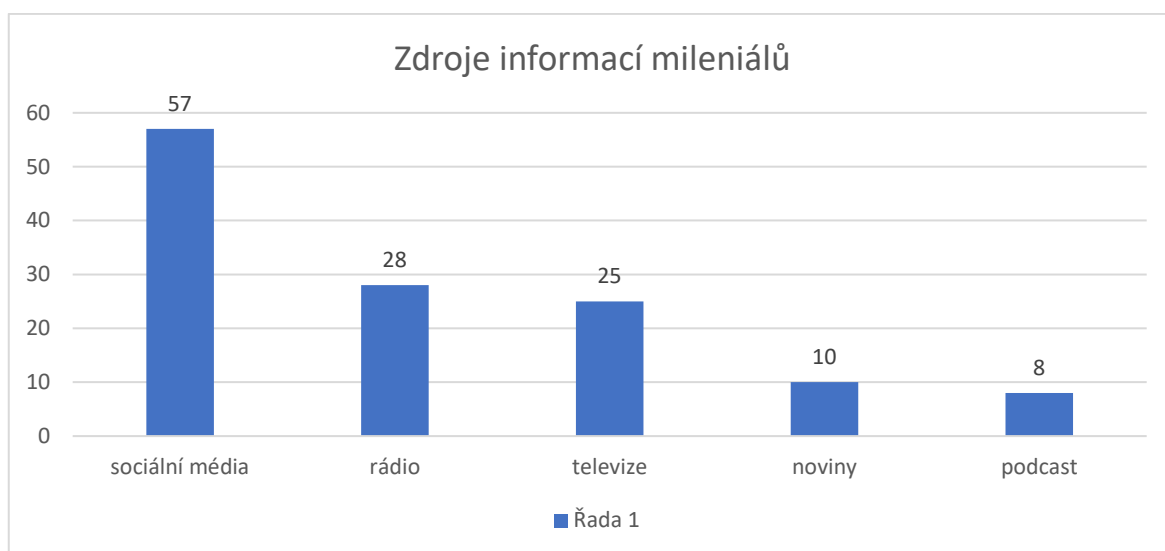
Technologie a informace

Jak už jsem nastínila v předchozí kapitole, mileniálové mají velmi blízký vztah k technologiím a v určité míře je tato generace i technologickou zdatností často definována. Samotní její zástupci zastávají názor, že jejich moderní využívání technologií je to, co je od ostatních generací odlišuje. Až 75 % z nich má vytvořený účet na sociálních sítích, skrz které probíhá jejich socializace. Net generace využívá internetovou síť k osvojení socializace a k vytváření své identity. Mnoho mladých lidí se rádo pohybuje na sociálních sítích kvůli pocitu nedostatečného přijetí či pochopení v realitě. Sociální sítě vytvářejí tedy i jakési útočiště, pokud je reálné prostředí dle jejich názoru nějakým způsobem omezené. Skrz online život si mileniálové vytvářejí nová přátelství, rozvíjí svou identitu a interpretují sociální podněty (Palfrey, Gasser, 2008).

Neodlišují se svým online chováním pouze od starších generací, ale rozdíly panují i mezi nimi, například mileniálové navštěvující vysokou školu jsou více online, častěji využívají sociální sítě k seznamování, chatování a zjišťování informací než ti, kteří nemají s vysokou školou žádné zkušenosti. Tito mladí lidé byli mezi prvními, kteří si osvojili sociální média, využívají tyto stránky na vysoké úrovni, nicméně v posledních letech vzrostlo používání sociálních médií i mezi staršími lidmi. Většina veřejnosti chová na moderní technologie pozitivní názor, i když existuje podstatná menšina, která na ně nahlíží negativně. Samozřejmě značná část mileniálů se vzhledem k jejich míře užívání přikládá k těm pozitivním, obecně jsou však rozdíly věkových skupin v těchto postojových otázkách relativně malé, více než polovina veřejnosti se shoduje na tom, že moderní technologie razantně usnadňují život.

Výzkumní agentura NMS Market Research ve svém průzkumu o mileniálech tuto generaci rozdělila na dvě části, a to na mladší a starší mileniály. Tento výzkum uvedl, že 95 % mladších zástupců této generace tráví čas na sociálních sítích, oproti 82 % starších mileniálů a 62 % příslušníků generace X. Značný rozdíl se vyskytuje ve sledování televize, mileniálové obecně raději sledují seriály a filmy na internetu, kdežto starší generace preferují koukání na televizi. V rozdělení na mladší a starší část mileniálů, výzkum reflektuje preferenci klasických médií vzhledem k založení rodiny a trávení času s ní. Velká část pozornosti této internetové generace spadá na YouTube, Facebook a Instagram (Mediaguru [online]).

Co se týče získávání informací, data z průzkumu z března roku 2020, který se uskutečnil ve Spojených státech ukázala, že nejčastější platformou, kterou mileniálové využívají jako zdroj informací jsou sociální média, až 57 % respondentů uvedlo jako svůj denní zdroj novinek a zpráv sociální sítě. Menší procento dotazovaných uvedlo jako zdroj rádio a televizi a jako nejméně častý zdroj informací zvolili noviny a podcasty (Watson, 2020). Pro srovnání, primárním zdrojem zpráv pro Baby Boomers a Tichou generaci je z velké části televize a poté noviny. Generace X je na tom podobně jako mileniálové, primárním zdrojem je pro ně internet, televize a rádio.



Zdroj: Statista 2021, vlastní zpracování

II. MÉDIA

Digitální média, nová média, sociální média a masmédia, všechny tyto termíny využívající pojem „média“, označují prostředky komunikace a sdílení. Obecně a nejčastěji se pod tímto slovem rozumí sdělovací prostředky masového dosahu. Původní význam slova médium, které pochází z latiny, byl zprostředkovatel či prostředník a střed. Aktuální význam není pevně určený pouze k jednomu vysvětlení, nýbrž se s tímto pojmem setkáváme v mnoha různých oborech. Například v okulturních vědách je toto slovo spojováno s osobou, která má schopnost komunikace s „nadpřirozenem“, v přírodovědném oboru značí přenašeče a v sociálních vědách, jak už jsem zmínila, označuje slovo médium prostředek komunikace. I výše zmíněný termín „nová média“ není tak snadno definovatelný a absence jednotné definice vyvolává mnoho nedorozumění a odlišných pohledů na věc. V současnosti se tímto termínem však obecně rozumí elektronická média rozšířená kolem rozmezí milénia,

tedy jak osobní počítač, telefon a tablet, tak i internet a jednotlivé weby a aplikace. Dalším možným vysvětlením je, že nová média jsou média založená na elektronické platformě, využívající výpočetní procesor, jsou interaktivní a je u nich možná přímá zpětná vazba (Pavlíček, 2010).

Nová média

Nová média tvoří protiklad „starým/ tradičním“ médiím, kam patří televize, rádio a tisk. Autor pohybující se v žurnalistice Štěpán Kotrba (2004) charakterizuje hlavní vlastnosti nových médií následovně:

- Multimedialita-sjednocení textu, obrazu, zvuku, animace a videa. Užití různých médií ke zprostředkování informací prostřednictvím počítače a jejich kombinovanou komunikaci po více kanálech.
- Interaktivita-umožňuje uživateli okamžitě reagovat na zprostředkované informace, zasahovat do sdíleného obsahu, komentovat sdílený obsah a zásadně odlišuje nová média od těch tradičních.
- Kolaborativnost-spolupráce ve virtuálních týmech odstraňující lokální bariéry. Přináší možnost výběru a možnost porovnání společně s konkurencí zdrojů informací.
- Virtulita-umožňuje vytvářet osobní virtuální svět, se kterým pak člověk může nakládat a manipulovat dle libosti. Vznik virtuálních společností rozšiřuje možnosti komunikace a má i značný vliv na identitu jedince.
- Komunikativnost-díky novým médiím je komunikace výrazně jednodušší, rychlejší a přístupnější. Zároveň se ve virtuálním světě podoba komunikace odlišuje a bývá vstřícnější než v realitě.
- Globalita-expanduje zmíněnou komunikaci po celém světě nehledě na geografické či jazykové bariéry, vzhledem k možnosti automatického překladu textu apod.
- Internacionalizace, distribuovanost, diverzifikace, mobilita-možnost získání informací nezávisně na místě, čase atd. Nová média přináší část světa do našeho soukromí a zároveň část našeho soukromí světu okřývají. Ve spojitosti s tím nově definují termín soukromí a jeho ochranu.

Pavlíček uvádí ještě tři další pojmy charakterizující vlastnosti nových médií:

- Prohledávatelnost-tedy možnost rychle a jednoduše prohledat obsah s informacemi za pomoci výpočetního výkonu procesoru, umožňující je dále selektovat a nacházet mezi nimi spojitosti, shody apod. Tato inovace měla za výsledek změnu práce s dokumenty a byla vyvinuta klávesová zkratka Ctrl+F, která spouští univerzální vyhledávací algoritmus napříč mnoha operačními systémy, a takovou funkci v papírové dokumentaci nenalezneme.
- Hypertextovnost-první zmínka o hypertextu pochází už z roku 1945 a byla použita v článku *As We May Think* pod názvem Memory Extender (Memex). O dvacet let později představil společnosti pojem hypertext Theodor Nelson, který ho následně i jako první počítačově realizoval. Nehledě na to, jak dlouho se o hypertextu ví, povědomí o něm se plně rozšířilo až se vznikem webu. Hypertext je text na displeji elektronických zařízeních s hypertextovými odkazy na jiný text, ke kterému má čtenář okamžitý přístup. Od klasického textu se liší svou nelineárností, nemá začátek ani konec. Dále se využívá i pojem hypermédium, což je hypertext s přidanou audiovizuální částí. Hypertextové programy mění naše přijímání a získávání informací, osvobozují od hranic textu, ale nesou s sebou i případné negativum, a to že by se nesoustředěný člověk mohl v takhle neomezeném textovém poli a síti znaků snadno ztratit a zapomenout svůj primární zájem vyhledávání.
- Otevřenost-výrazný rozdíl mezi novými a tradičními médii tkví v působnosti konzumenta. Nová média poskytují určitou volnost, nabízejí větší demokratičnost a „moc nad obsahem“ je v rukou uživatele. Co se týče například televize, můžeme ji pouze akceptovat a ztotožnit se s jejím obsahem, nebo ji vypnout. Komunikační model tradičních médií (televize, tisk, rozhlas) spočívá v centralizovaném vysílání. Tato klasická média představují jakousi dominantu či autoritu zastupující mainstreamový pohled na společnost.

S nárůstem popularity nových médií klesla působnost těch klasických. Na internetu lidé už nejen pracují, ale tráví i svůj volný čas, právě na úkor sledování televize nebo čtení novin. Oblíbenost nových médií lze nalézt ve zmíněné možnosti rychle reagovat, možnosti komunikovat, vyhledávat a vytvářet diskuze, jednoduše se uživatel může aktivně podílet na jejich obsahu, a ne pouze přihlížet, jak to dovolují média klasická.

Revoluce nových médií má větší dopad na kulturu komunikace než leckteří jejich předchůdci. Knihtisk ovlivnil pouze jednu část komunikace a tou je mediální distribuce, fotografie pouze nepohyblivé obrazy, oproti tomu nová média ovlivnila kulturní komunikaci na všech úrovních, jak akvizici, tak už výše zmíněnou distribuci, manipulaci a uchovávání. Zároveň ovlivňuje i veškeré typy médií, od textu až po obraz a zvuky (Dvořák, 2010).¹ Negativní stránkou je nesoustředěnost a snížená pozornost, na internetu se údajně snadno ztrácí pojem o čase. Společnou negativní stránkou obou médií, jak nových, tak starých, je riziko vypěstování si závislosti na nich, která může z vysoké míry ovlivnit „normální“ fungování v životě, byť je „pouze“ rázu psychického.

Sociální média

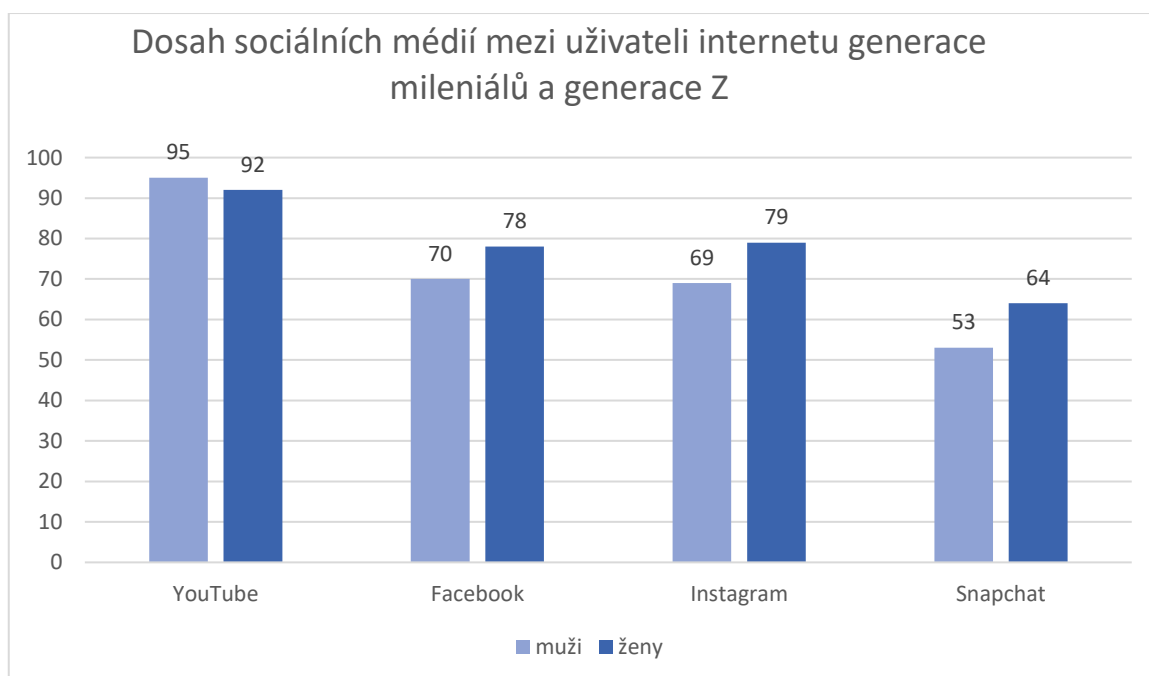
Sociální média jako jedna z podmnožin médií umožňují nepřetržitý tok informací, jsou neodmyslitelnou součástí dnešní společnosti a života mileniálů. Jsou počítačovou technologií, která umožňuje a usnadňuje sdílení nápadů, myšlenek a informací prostřednictvím virtuálních sítí a virtuálních komunit. Uživatelé sociálních médií se do těchto komunit zapojují prostřednictvím chytrého telefonu, počítače nebo tabletu skrz webový software či aplikaci. Nejčastěji jsou sociální média užívána pro komunikaci mezi lidmi, tedy posílání zpráv, videohovory apod. Jejich síla tedy spočívá ve schopnosti celosvětově propojovat informace a lidi. Globálně existuje více než 3 miliardy lidí užívající sociální média, která se neustále mění a vyvíjí. Do této podmnožiny médií se řadí sociální sítě jako je např. Facebook, Twitter a LinkedIn, sítě pro sdílení multimediálního obsahu jako je Instagram, Snapchat a YouTube a diskuzní fóra, kam patří např. Reddit a Discord.

Uživatelé sociálních médií jsou především z mladších vrstev. Pew Research Center uvádí, že až 90 % Američanů ve věku od 18 do 29 let využívá alespoň jednu formu sociálních médií a až 80 % z nich usíná s mobilním telefonem u hlavy, podobných výsledků bychom dosáhli nejspíše tedy i v Evropě, vzhledem k tomu, že jsou sociální média globální záležitostí (Dollarhyde, 2020). V roce 2019 v České republice používala aktivně minimálně jeden typ sociálního média téměř polovina společností (47 %) a od roku 2013, kdy tato data začínala být sbírána, se procento firem využívající sociální média ztrojnásobil. Nejvíce

¹ Obdobným způsobem se vyjadřuje i Friedrich Kittler (2018) ve svém díle *Gramofon, film, typewriter*.

zastoupeným médiem v tomto případě jsou sociální sítě, na nichž mělo založený profil 45 % firem (Czsco [online]).

Co se týče generace mileniálů, byl dříve nejvíce navštěvovaným médiem Facebook, tedy celosvětově rozšířená sociální síť, usnadňující komunikaci mezi lidmi s možností sdílet informace, fotky a videa. Průzkum z roku 2019 ovšem ukazuje, že dosah Facebooku klesl a platforma s největším dosahem mezi uživateli internetu generace mileniálů, ale i generace Z je YouTube, který je největším webovým serverem pro sdílení videosouborů. Z dat vychází, že až 92 % žen a 95 % mužů využilo tuto online platformu. Po YouTube následuje Instagram, který byl vytvořen za účelem sdílení a upravování fotek, nyní tato bezplatná online aplikace umožňuje i sdílení videí a vytváření živých vysílání, stejně jako to umožňuje Facebook, pod který od roku 2012 Instagram spadá. Dosah Instagramu je značný hlavně u žen, 79 % dotazovaných uvedlo užívání této aplikace oproti 69 % dotazovaných mužů. Naproti tomu Facebook měl 70 % a 78 % dosah. Jako další aplikaci uvedu ještě k porovnání Snapchat, aplikaci spočívající v zasílání fotek a videí. Dříve byla velmi populární, ale obdobnou funkci později nabídl i Instagram a v následnosti na to se dosah Snapchatu snížil.



Zdroj: Statista 2021, vlastní zpracování

III. SPIRITUALITA

Během posledních desítek let se začala objevovat nová forma religiozity označovaná jako (alternativní) spiritualita či duchovno, která nyní strhává mnoho pozornosti a lze ji považovat za velmi diskutovaný a rozšířený pojem, zejména mezi příslušníky „mladších“ generací, tedy generací Y, Z. Je paradoxním rysem západní společnosti, kde po ní vzrůstá hlad, vedle upadající tradiční náboženské praxe. Samotný pojem *spiritualita* pochází z křesťanství, není tak pojmem novým, ale s příchodem milénia se značně změnila jeho podoba a poselství, které s sebou nese, také proto není jednoduše vymezitelný. Obecně respektovaný americký specialista ve výzkumu mystiky Ralp Hood (1996) prohlásil, že „spiritualita je velmi populární slovo, jehož význam je však krajně nejasný a jehož užitečnost ve výzkumu je omezená.“ Jiní z oboru považují „novou spiritualitu“ jako rychle se prosazující kulturně historický fenomén. Alternativní spiritualita bývá vnímána jako jedním z největších nositelů změn západního přístupu k náboženství, je vesměs soukromým a neinstitucionálním vyznáním. Odklání se od tradičních forem víry a směřuje spíše na osobní růst, na vnitřní „já“ a vnitřní „harmonii“.

Spiritualita a historie

Spiritualita vychází z latinského kořenu slova *spiritus* neboli duch a původně dech, které se snaží přetlumočit řecké substantivum pro ducha *pneuma* a k němu související adjektivum *pneumatikos* objevující se v novozákonních pavlovských listech, znamená to, že ten, kdo se oddá Pánu, s ním bude sdílet i jednoho ducha (Sheldrake, 2003). První zmínky o spiritualitě nacházející se již v křesťanství vysvětlují tedy to, že se jevila jako výsledek působení božího Ducha v lidské duši a v lidském jednání. Říčan uvádí teologické vysvětlení křesťanské spirituality následovně: „Křesťanská spiritualita je sebezpřesahná víra, v níž se spojení s Bohem, v Ježíši Kristu skrze Ducha vyjadřuje ve službě bližnímu a v účasti na realizaci Boží vlády v tomto světě“ (Schneiders, 2002 in Říčan, 2007, s. 47). Spiritualita v tomto pojetí reprezentuje vnitřní život člověka, iniciovaný působením Ducha, formovaný Bohem a jeho duchovní život. Zmíněné formování bývá ovlivněné nějakou částí křesťanské tradice, je obvyklé tedy hovořit např. o kněžské spiritualitě či ignaciánské a mystické spiritualitě apod.

Se spiritualitou je spojena záležitost duch versus tělo, v pavlovské teologii termín „Duch“ a „duchovní“ nestojí proti termínům „fyzický“ a „materiální“ (jejichž základem je řecké *soma* a latinské *corpus*), nýbrž stojí proti všemu, co není v souladu s Duchem božím (v řečtině substantivum *sarx*, v latině *caro*) a tím může být jak fyzická stránka, tak i mysl a vůle. Kontrast z toho vycházející spočívá tedy v životním postoji. „Duchovní“ je zde opravdu pouze to, co je projevem božího Ducha nebo to, co je jím ovlivněno. Dualistický protiklad duchovního a fyzického tedy není podstatou toho, jak je v pavlovské teologii pojat člověk a jsoucno. Proto je podle Shledrakeho „zcela neospravedlnitelné, jestliže uvádíme pavlovský kontrast jako odůvodnění pro tělesné odřikání nebo pro odmítání hmotné reality, jako tomu bylo v jisté části klasické křesťanské spirituality“ (Sheldrake, 2003, s. 44). V klasické křesťanské spiritualitě byla tato dualistická myšlenka založena na platónském protikladu tělo versus duch, kdy je duch brán jako něco vyššího a lepšího, přičemž na druhé straně je potřeba podřadné tělo krotit, tuto myšlenku nalezneme např. v Platónově díle *Faidros*.

Alternativní „moderní“ spiritualita

Existence nových náboženství sice není žádným novým fenoménem, ale v posledním století, a hlavně posledních čtyřiceti letech můžeme být svědky rychlého nárůstu nových náboženství, sekt a forem alternativní spirituality. Jedním z důvodů vysvětlující takový nárůst je vznikání nábožensky pluralitních společností. To znamená, že vzniká stále více společností, které jsou multikulturní a multireligiózní. Lidé se stěhují z místa jejich narození do jiných zemí a do jiných kultur, a proto velké množství z nás žije v nábožensky pluralitní společnosti. Na rozšířeném povědomí o existenci mnoha odlišných kultur a náboženství se podílí nejen moderní doprava ulehčující cestování a poznávání nových zemí, ale i masová média jako je televize a dnes už i sociální média, díky kterým jsou informace o nových náboženství a kultuře šířeny daleko rychleji, nejen mezi příslušníky mladších, ale i starších generací (Partridge, 2006).

Je nutné zmínit, že ani pluralitní společnosti nejsou nově se vyskytujícím jevem, ale s příchodem 20. století se dosud nevídaným způsobem veřejně představilo a spolu s tím i více porozumělo náboženství jiných lidí, respektive zejména na Západě se toho vědělo o mimokřesťanských náboženství na počátku 20. století poměrně málo. Tato změna přinesla

nejen tedy gramotnost, co se týká odlišných náboženství, ale mnohdy i toleranci a zájem o ně. Poté už ani úkaz, kdy se lidi v moderních pluralitních společnostech odkloní od tradičních institucí a přikloní spíše ke spiritualitě, není tolik překvapujícím, křesťanství na Západě ztrácí a alternativní spiritualita zažívá významný růst, který můžeme zaznamenat už od šedesátých let, která přinesla zájem o východní mystiku a do povědomí lidí se dostávala například i jóga, buddhismus apod. Tato šedesátá léta 20. století byla dobou změny od klasické moderny k moderně západní.

Na tomto růstu dále mělo od osmdesátých let 20. století významný podíl hnutí New Age, založené na očekávání příchodu blaženého věku, ke kterému mělo dojít právě díky rozšíření spirituality. Ta je zde chápána jako osobní, nedogmatická zbožnost, založená na přímém náboženském zážitku a vyhýbající se institucím a jejich autoritativním nárokům. Nový věk má nahradit „starý“ věk dominující křesťanstvím a s tím spojené dualitě Boha a člověka, ducha a fyzická, dobra a zla, víry a vědy apod. Spiritualita má vést člověka k vnitřní harmonii, k harmonii s přírodou a vytvářet sjednocení namísto protikladů.² Popularita spirituality je tvořena na jedné straně zájmem o mimocírkevní náboženství na Západě v druhé polovině 20. století a na druhé straně krizí náboženských institucí a s nimi spojenou religiozitou (Vojtíšek, Dušek, Motl 2012).

Pojem spiritualita se stal tedy nositelem nejen osobního vztahu k posvátnu, ale následně i pozitivního ohodnocení duchovního zážitku. Spiritualita se stala označením individuálního, nezávazného, neinstitucionálního náboženského zájmu, ve kterém hraje hlavní roli autentický vnitřní zážitek na bázi denního používání rozšiřující lidské schopnosti, zaměřující se na vlastní já, přírodu nebo zkrátka na samotný „život“ (Partridge, 2006). Tímto způsobem se pojem spirituality postupně odpoutal od svého křesťanského původu a jeho obsah se přeorientoval spíše na duchovní záležitost, která není svázaná žádnou náboženskou tradicí, může v těchto mimokřesťanských tradicích sice nalézat inspiraci, ale tyto zdroje inspirace už nejsou nadále chápány jako autoritativní. Moderní (nebo postmoderní³) či alternativní spiritualita umožňuje jedinci jakousi individuální cestu, a tuto individuálnost je užitečné odlišit od toho, co se běžně považuje za „náboženství“.

² Obdobné představy o propojení a splnutí těla a ducha ve sjednocení se objevují už v 19. století v období romantismu.

³ Postmodernita zde chápána jako pluralitní, nevážící se na jeden směr a spiritualita tak nese rysy postmoderního stylu.

Spiritualita, náboženství a sekularizace

„Ať už působila jako nezbytný důsledek modernizace nebo spíše jako její sebenaplňující se prorocství, sekularizace evropská i v dalších náboženstvích výrazně zasáhla a vedla k úpadku zájmu značné části společnosti o církevní religiozitu.“ (Lužný, Nešpor, 2007, s. 130) Náboženská scéna se na Západě proměnila zejména po druhé světové válce, kdy se poté začal objevovat sekularizační trend⁴, který zapříčinil zúžení tradičního pojmu náboženství. I když jsou tedy západní společnosti charakterizovány jako pluralitní, náboženství zde zažívá výrazný úpadek svého postavení a své společenské přitažlivosti. Tomuto procesu, kdy se společnost stává více ne-náboženskou, než náboženskou se přezdívá „sekularizace“.

„Sekularizace souvisí s modernizací, v níž moderní společnosti potlačují růst tradičního institucionálního náboženství.“ (Partridge, 2006) Během posledních staletí tedy ztratily náboženské instituce v různých oblastech kontrolu nad hospodářskou mocí, vše důležité, co tehdy zřizovala církev, jako vzdělání apod. spadá nyní pod světské autority, díky tomu vliv náboženských autorit postupně slábl⁵. Došlo tedy k vyvlastňování církevního majetku do rukou necírkevních. Snižovala se účast na církevních obřadech a započalo i odmítání se identifikovat s určitým církevním seskupením. Max Weber popsal sekularizaci jako odkouzlení světa.

Pojem sekularizace je tedy opět pojem, na který se dá nahlížet z různých směrů, ale pro tuto práci je nejvhodnější vysvětlení, že tento proces lze uchopit jako průkopníka poté přichází alternativní spirituality, a díky porozumění sekularizující se modernitě lze poté správně pochopit postmodernitu, kterou s sebou nese. S moderní, alternativní spiritualitou přichází ruku v ruce důraz na individualitu, ve kterém hraje roli i zmíněná postmodernita, která je poháněná konzumní kulturou⁶, víra se tak stává spíše soukromou záležitostí než veřejnou, jak tomu bylo dříve, kdy společnosti sdílely jedno dominantní náboženství a hodnoty.

⁴ Kořeny sekularizačního trendu nacházíme v Evropě už v době osvícenství, konkrétněji tedy především v době kolem Velké francouzské revoluce, jedním z děl, ve kterém se tento trend objevuje je např. Kapesní bohosloví čili Stručný slovník křesťanského náboženství, jehož autorem je Paul Heinrich Dietrich von Holbach (1957), který patřil mezi přední francouzské encyklopedisty 18. století. Cílem tohoto díla bylo rozluštění všech nesnází, které by mohly vzniknout v oboru teologie.

⁵ Nebylo to ovšem pravidlem, záleželo na politické situaci a moci.

⁶ Těto kultuře se přezdívá i spotřební kultura, jejíž studiu se v domáckém akademickém prostředí věnuje sociolog Pavel Zahrádka ve svém díle *Spotřební kultura: Historie, teorie a výzkum*. Je to taková kultura, kde ve zkratce dochází ke spotřebě materiálů v přemíře nad základními potřebami.

Fakt, že tradiční institucionální náboženství na Západě upadá je zjevný, ale na druhou stranu s sebou nese rozkvět nových, alternativních duchovně založených forem religiozity, které jsou spíše v sounáležitosti s moderní (postmoderní) západní kulturou. Některé vycházejí z hnutí New Age a východních tradic, některé z okultismu, a některé jsou čistě záležitostí západního světa. Může se tedy aktuální situace pro náboženství zdát velice nepříznivá, ale podle Bergera, který je jedním z hlavních strůjců teorie o sekularizaci je současný svět stejně náboženský, jako kdykoli dříve a „hledání smyslu, který přesahuje omezený prostor empirické existence v tomto světě, je trvalý rys lidstva... Uhasit tento popud navždy by vyžadovalo změnu druhu.“ (1999) Západní duchovnost se nevrací k dřívějším náboženským tradicím, ale objevuje nové způsoby náboženského života ovlivněné moderní (postmoderní) západní kulturou.

Spiritualita a média

Rozšíření spirituality během osmdesátých let 20. století, které mnoho sociologů spojuje s pozdní modernitou (postmodernou), dalo za vznik velkému množství duchovně zaměřené literatury, knihkupectví, meditační hudby a úzce na toto téma zaměřeným obchodům s různými meditačními pomůckami, „léčivých“ minerálů, vonných olejíčků, vykuřovadel apod. Na jedné straně se toto „hnutí“ staví lehce kriticky k pozdní modernitě a požaduje duchovní prohloubení západní modernistické perspektivy, ale podle Nešpora se na ní na druhé straně určitým způsobem přizívuje, právě díky vniknutí do masového trhu. Tento fenomén nazývá „spirituální nakupování“, které se rozšířilo ze specializovaného odvětví do veřejné sféry, a to odpovídá dle jeho názoru představě Thomase Luckmanna o výskytu privatizace náboženství a vzniku spirituálního trhu, díky kterému působí církve, masmédia a jiné komerční podniky tvořící posvátno jen jako dodavatelé (Nešpor, Lužný, 2007).

Spiritualita se v dnešní době samozřejmě nedrží pouze v obchodní sféře, ale s patřičnou viditelností ovládla svět médií, od telefonických výkladů karet v televizi po různé meditační videa na YouTube, astrologické výklady po Instagramu apod. Zdá se, že „mladé“ generace jsou tímto duchovně fascinovány a velmi ovlivňovány. Jak už jsem uvedla v kapitole o mileniálech, většina se řadí právě spíše mezi duchovně než nábožensky založené. V následující kapitole se chci tedy věnovat dvěma hypotézám, proč mladé generace,

především generace mileniálů natolik podlely „trendu“ spirituality a jaké jsou jejich možné důvody ztotožnění se s ní.

IV. MOŽNOSTI INTERPRETACE

Modernita

První z hypotéz je spojena s představou o moderním a postmoderním světě, je tedy nutné tyto pojmy definovat. Důvodem, proč zmiňuji jak modernitu, tak i postmodernitu je, že se různé teoretické pohledy v této oblasti rozcházejí. Někteří teoretikové odmítají označení současnosti za postmodernitu, mezi něž se řadí např. Zygmunt Bauman, Anthony Giddens nebo Ulrich Beck. Současnost zařazují do fáze modernity či pozdní a radikální modernity, oproti tomu např. Jean-François Lyotard velmi zřetelně odlišuje modernitu od postmodernity a řadí se mezi postmoderní filosofy.

Sociolog Anthony Giddens definuje modernitu jako způsoby a organizace společenského života, který se začíná objevovat v Evropě v 17. století a postupně proplouvá do celého světa. Podle něj s sebou přináší i mnohé nespojitosti jako např. historii postrádající totální formu, narůstající pocit, že jsou lidé vtaženi do situací, které nemohou ovlivnit nebo jim porozumět a postupnou ztrátu důvěry lidstva v budoucnost. Také rozlišuje tři zdroje modernity, které spolu bezprostředně souvisejí, a to oddělení času a prostoru, vyvázání a reflexivní přivlastňování vědění. (Giddens, 2003).

Ulrich Beck charakterizuje modernitu ve vztahům k rizikům, které tato doba přináší a své pravděpodobně nejznámější dílo *Riziková společnost* napsal po výbuchu v Černobyli. Jeho hlavní argumenty spočívají v tom, že enviromentální rizika jsou převládajícím produktem industriální společnosti, a ne pouze jejím nešťastným vedlejším účinkem. Tvrdí, že riziková společnost je způsob, jakým se moderní společnost organizuje v reakci na rizika. Modernita, progres či vývoj se staly problémem, nikoliv řešením a je toho názoru, že v tomto světě rizikové společnosti zažíváme skryté, neviditelné poškození způsobené výhrami modernity, tedy především úspěchu západní společnosti v zamezení materiální nouzi. Mezi zmíněná rizika řadí jak dopravu, tak elektrárny produkující emise, pesticidy,

plasty, klimatické změny apod., které se nám mají vrátit zpět ve formě bumerangového efektu, nehledě na společenskou stratifikaci či hranice států⁷. Zároveň je modernita ve vztahu k rizikům charakteristická tím, že rizika v době před modernitou byla rozpoznatelná smysly a nebylo tak náročné jako dnes je rozeznat (Beck, 2011).

Tekutá modernita

Bauman rozděluje modernitu na pevnou a tekutou. Charakteristika modernity tekutostí spočívá v tom, že tvar podléhá změně a na rozdíl od pevných látek si nedokážou kapaliny udržet svůj tvar a je pro ně tak důležitější tok času než prostor, protože ten naplní pouze na určitou chvíli. Pohyb kapalin je snadný a pohyblivost tekutin je tedy spojena s určitou lehkostí a rychlostí. Těmito argumenty využívá Bauman tekutost jako metaforu modernity neboli metaforu pro současnou fázi dějin.

Celý proces modernizace dle něj můžeme chápat tedy jako proces zkapalňování tzn. rozpuštění pevných těles, které odolávají času a jsou lhostejné vůči jeho toku. Doba před modernitou byla až moc ustrnulá, nehybná a resistantní vůči změně, modernost volala po rozbourání této ztuhlosti a v pevné fázi mělo toto tavení či zkapalňování vyklidit prostor pro nová pevná tělesa, která měla být pevná trvale, kdežto v tekuté modernitě se tělesa pouze rozpouští. Toto zkapalňování můžeme považovat za radikální změnu společnosti, jedince, smyslu života a životních cílů. „Síly způsobující tekutost se přesunuly od „systému“ ke společnosti, od politiky k „politice života“ – sestoupily z „makro“ úrovně na „mikro“ úroveň společenského soužití.“ (Bauman, 2020, s.15) Výsledkem je individualizovaná, privatizovaná, emancipovaná a fragmentarizovaná modernita, v níž odpovědnost spadá na každého jednotlivce.

Ve společenské perspektivě tato radikální změna zasáhla do vzorců jednání a chování jednotlivců. V pevné modernitě bylo na místě tvoření životních plánů, na rozdíl od toho, s přeměnou z pevné formy na tekutou tyto sociální struktury následně přestaly plnit svou funkci. Společnost v tekuté modernitě podléhá neustálým změnám, které požadují okamžité akce a reakce, přizpůsobení a flexibilitu, tudíž je závaznější plánování pravděpodobně zcela nereálné. V pevné fázi byla nutná soudržnost a spolupráce, v tekuté fázi už je vše závislé

⁷ Např. výbuch v Černobylu neohrozil pouze Černobyl či Ukrajinu jako samotnou a rizika výbuchu nesly i země sousedící.

pouze na jedinci a na jeho schopnostech, takže spolu s nutnou schopností flexibility přichází i podstatná nejistota, osamělost a v krajních případech i bezmoc.

Jedinec již postrádá opěrný bod, tím byl dříve v pevném období sociální stát (určitá soudržná ideologie), který se v období tekutosti proměnil ve stát bezpečnosti a spolupráce v pevném období, která se v období tekutosti proměnila v soutěživost. Lidé navazují dočasné vztahy tvořené za určitým cílem či pod záminkou nějakých výhod z nich plynoucích. Nutnými vlastnostmi, který si člověk musel v této rychle se měnící, hektické době osvojit jsou pružnost a zmíněná flexibilita, je nezbytné, aby jedinec dokázal rychle reagovat a přizpůsobit se změnám, které tato doba s sebou přináší. „Ve světě, kde hrubým stavebním materiálem identit, které jsou z nezbytnosti nestabilní, jsou úmyslně nestálé věci, musí být člověk neustále ve střehu. Především si však musí hlídat vlastní flexibilitu a tempo přizpůsobení, aby dokázal hbitě sledovat rychle se měnící vzory světa „tam venku“.“ (Bauman, 2020, s. 116) Tyto schopnosti nahrazují dříve požadovanou konformitu, tedy podřízení se pravidlům a dominanci, ta se ale v tekuté formě do určité míry vytrácí.

Nejistota týkající se přítomnosti a budoucnosti doprovázející společnost v tekuté modernitě souvisí se dvěma faktory, první z nich spočívá ve vymanění se ze sociálních vazeb. S tímto procesem získali jedinci obraz otevřeného a neomezeného světa, ve kterém se individuálně mohou rozvíjet a zdokonalovat. Ale to zároveň přineslo určitou zranitelnost a slabost, právě díky nepřítomnosti ochrany někdejších sociálních vazeb, ze kterých byli jedinci vymaněni. Dá se tedy říci, že ona individuálnost produkuje obavy současné doby, kdy mezilidská pouta byla tekutou modernitou zpřetržena. V pevné fázi byly sociální vazby zastupovány i různými svazy, které měli jedince spojovat ve smyslu společných zájmů a solidarity, nicméně tím, že v tekuté fázi se solidarita rozpadla, rozpadly se mnohdy i tyto svazy a sdružení. Nyní máme privatizovanou verzi modernity a pokud dojde k selhání, odpovědnost padá na záda každého jedince.

Druhým faktorem, který souvisí s nejistotami současné doby, je strach z nedostatečnosti, rozšířený již v celé společnosti. Tato nedostatečnost spočívá např. z lidského strachu ze špatných hodnocení, je čím dál důležitější vlastnit nějakou individuální image, reklamu a sebe prezentaci, což v pevné formě nebylo. Lidé patřili do určitých skupin či vrstev, ve kterých sdíleli společnou image. Byli považováni za jeden celek. V tekuté fázi je vyžadováno, aby se jedinec prezentoval jako samostatná jednotka,

jinak by hrozilo odsunutí na okraj společnosti. „Úkol sebeidentifikace má i své výrazně rušivé postranní účinky. Stává se ohniskem konfliktů a podněcuje nutkání, jež jsou vzájemně nekompatibilní. Jelikož tento všemi sdílený úkol musí každý realizovat ve výrazně odlišných podmínkách, rozděluje lidi místo aby je v situaci, která inklinuje ke spolupráci a solidaritě, spojoval v jediný celek, podněcuje je k bezohledné soutěživosti.“ (Bauman, 2020, s. 123) Zde se tvoří jakýsi paradox, na jedné straně je tedy strach z vyčlenění ze společnosti a na druhé straně je vlastně vše tak individuální, že samotná společnost jako by neexistovala. Klíčovým aspektem modernity je měnící se vztah mezi časem a prostorem, modernost začíná, když od sebe odtrhneme čas a prostor a stanou se z nich dvě nezávislé kategorie⁸ (Bauman, 2002).

Postmodernita

Pojem „postmodernita“ je užíván jako synonymum postmodernismu, postindustriální společnosti apod. „Postmodernismus, ať to znamená cokoli, lze nejlépe pochopit jako výraz stylů a hnutí v literatuře, malířství, užitém umění a architektuře. Týká se aspektů estetické reflexe povahy modernity.“ (Giddens, 2003, s. 46) Giddens nesouhlasí s tím, že by současná doba měla být označovaná za postmodernitu. Tvrdí, že k takové změně, k jaké docházelo např. při přechodu z tradiční společnosti k moderní ještě nedošlo, a spíše než, že jsme se dostali za modernitu, prožíváme fázi její radikalizace. Pokud bychom se totiž dostávali do fáze postmodernity, znamenalo by to, že nás trajektorie sociálního vývoje táhne od institucí modernity k jinému a novému sociálnímu řádu. Upozorňuje, že Západ ztrácí své výsadní postavení, a to kvůli tomu, že se jeho instituce globálně rozšířily. „Ještě nežijeme v postmoderním sociálním světě, ale stále více můžeme spatřovat záblesky vznikajících způsobů života a forem sociální organizace, které se odlišují od těch, které byly podporovány moderními institucemi.“ (Giddens, 2003, s. 51)

Lyotard uvádí, že pojem „postmoderní“ označuje stav kultury po modernistických proměnách, které prodělala věda, umění a literatura od konce 19. století a tyto proměny pojímá ve vztahu ke krizi narativních koncepcí.⁹ „Věda je od původu s vyprávěním

⁸ Překonávání velkých vzdáleností od určité doby trvá kratší čas. „Moc se dnes dokáže pohybovat rychlostí elektronického signálu - takže čas, potřebný pro přesun jejích zásadních složek, byl redukován na okamžikost. Moc se ve všech praktických ohledech stala skutečně exteritoriální (nezávislou na místě) a není již s místem těsně spjata ani není zpomalována jeho odporem.“ (Bauman, 2020, s. 19)

⁹ Zlomovým momentem jsou poté šedesátá a sedmdesátá léta 20. století a především rok 1968.

v konfliktu. Když je poměruje svými vlastními kritérii, většina z vyprávěných příběhů se jeví jako bajky. Ale pokud se neomezuje jen na výpovědi o uživatelských pravidelnostech a pokud hledá to, co je pravdivé, je povinna legitimizovat svá pravidla hry. A tu se pak pro ni její vlastní statut stává předmětem určitého legitimizačního diskurzu, kterému se dostalo označení filosofie.“ (Lyotard, 1993, s. 97)

Pokud se tento metadiskurz soustředí na velká vyprávění jako je hermeneutika smyslu, rozvoj bohatství nebo dialektika Ducha, označuje vědu, které hledá svou legitimizaci v něm jako „moderní“. Tvrdí, že pokud se vědění legitimizuje určitým metanarativním příběhem, dochází poté k otázkám testujícím právoplatnost institucí, které řídí sociální vazby a zároveň zmíněné instituce vyžadují svou legitimizaci.

V postmodernitě nás už velké metanarativní příběhy, které interpretovaly svět pomocí různých náboženství (respektive různých velkých sociálních a politických projektů) neovlivňují, společnost se přiklonila k univerzálním popisům světa postaveném na vědeckých představách o realitě, a i ty postupně selhávají, vzhledem k neustálé novým poznatkům a kritickým reflexím, které se zároveň navzájem konfrontují. To vše má za výsledek jakousi skepsi a pokusy o zrelativizování téměř všeho. Problém shledává ve smyslu dnešní konzumní doby přehlcené informacemi, kdy už prakticky vymizel cíl hledání pravdy, nýbrž se objevuje tendence informace pouze přenášet a nadprodukovat.

„Když věci v krajní míře zjednodušíme, je za „postmoderní“ pokládána nedůvěřivost vůči metanarativním příběhům. Ta je bezpochyby výsledkem pokroku věd; tento pokrok ji však zároveň sám už předpokládá. Tomu, že metanarativní legitimizační dispozitiv se stal přežitkem, odpovídá zejména krize metafyzické filosofie a krize univerzální instituce, která na ní byla závislá. Narativní funkce ztrácí své funkory, velkého hrdinu, velká nebezpečí, velká putování myšlenky a velký cíl. Rozplývá se v shluky jazykových prvků, narativních, ale i denotativních, preskriptivních, deskriptivních atd., přičemž každý z nich je nositelem pragmatických valencí *sui generis*. Každý z nás žije na křižovatce mnoha z nich.“ (Lyotard, 1993, s. 97-98)

Myšlenky modernity byly zpochybněny mnoha autory, stejně tak jako myšlenky postmodernity. Spíše, než že jsme se přesunuli do nového a odlišného období můžeme říci,

že modernita podrobila sebe sama kritice a analýze, stala se sama sobě reflexivní¹⁰. Pojem postmodernity je kritizován např. argumenty, že modernita je mnohorozměrný proces a postmoderní filosofové nenabízejí dobrý základ pro politickou angažovanost tzn. nenabízejí řešení k vztyčeným problémům. Lyotard se místo zmíněných „totalizujících“ velkých vyprávění přikláněl k zavedení plurality malých vyprávění, které mezi sebou mají určitou konkurenci, a i v tom spočívá kritika postmodernismu, jako něčeho až příliš relativistického.

Aktuální cíl dějin není zcela jasný, velká vyprávění se roztržila do individuálních příběhů a pro jedince z toho může plynout již zmíněná nejistota, doprovázející současnou proměnlivou dobu. To vede mnohdy k hledání alternativních zdrojů jistot v tekutosti a jako záchytný bod se může jevit mimo jiné i alternativní spiritualita a s ní spojená astrologie. Strach a nejistota ohledně budoucnosti, rychlost, se kterou přicházejí změny v tekuté modernitě, neustálá potřeba být přizpůsobivý, flexibilní a s ještě větší rychlostí na tyto změny reagovat¹¹, to vše může v jedincích vyvolávat stres. Další stres mohou jedinci zažívat skrze rizika moderní doby, která zmiňoval Beck.

Mileniálové jako stresovaná generace

Podle údajů z průzkumu Americké psychologické asociace tvoří mileniálové nejvíce stresovanou generaci. Jak mileniálové, tak i generace X a Z zažívají mnohem vyšší stres než generace jim předcházející. Průzkum této asociace z roku 2017 zjistil, že až 63 % Američanů je výrazně znepokojeno ohledně budoucnosti své země. Dalších 50 % uvedlo, že čtení či poslouchání zpráv v nich vyvolává stres a tyto informace uvádělo více mladých lidí z generace mileniálů a generace X a Z, oproti starším lidem. Vysoký stres nejčastěji (krom problémů spojených s osobním životem) v poslední době v těchto generacích vyvolávají jak politické boje, změny klimatu, tak i globální krize a hrozby jaderné války (APA [online], 2017). Další výzkum této asociace uvádí, že 80 % z dotazovaných mileniálů zažívá stres kvůli financím, 52 % kvůli (ne)stabilitě v pracovní sféře a 34 % kvůli osobní

¹⁰ Gilles Lipovetsky (2013) ve svém díle *Hypermoderní doba-Od požitku k úzkosti* uvádí pojem hypermodernita, to je v jistém smyslu ekvivalentem tekuté modernity, o které hovořil Bauman. Myšlenky těchto autorů se ve zmíněné problematice rozcházejí v negativních a pozitivních. Lipovetsky nachází na rozdíl od Baumana v „pozdě moderní době“ i určitá pozitivita.

¹¹ Bauman v díle *Tekutá modernita* uvádí citát jejíž autorem je Lewis Carroll, který zní: Jak vidíš, tady musíš běžet ze všech sil, abys setrvala na jednom místě. Chceš-li se dostat jinam, musíš běžet alespoň dvakrát tak rychle!

bezpečnosti. Až 44 % dospělých lidí zapojených do tohoto výzkumu uvedlo, že pociťují zvýšení úrovně stresu za posledních 5 let, zejména mileniálové (52 %) v tomto časovém úseku zaznamenali vysoce rostoucí hladinu stresu (APA, [online] 2011).

Dalším stresujícím faktorem pro generaci mileniálů mohou paradoxně tvořit sociální média. Mileniálové a generace Z jsou nejvíce dlouhodobě vystavováni neustálým zprávám, aktualizacím a světu notifikací než kterákoli minulá generace. Vzhledem k vysokému tlaku tekutosti na individualitu si většina lidí zakládá na určité osobní prezentaci. Sociální média mají v dnešní době značný vliv na sebepojetí člověka a jeho myšlenky na toto téma. Negativní myšlenky, spočívající ve srovnávání své sebe prezentace na platformách uvedených v druhé kapitole s druhými, mohou v mileniálech vyvolávat nespokojenost se svým životním postavením a osobní image. A protože mileniálové jsou generace digitální, není pravděpodobné, že by se od svého online života kvůli této negativitě oprostili, raději než oprostění se, tíhnou k nalezení jakéhosi záchytného bodu, kotvy, ke které mohou přilnout v době hektické tekutosti.

Touto kotvou se pro mnohé může stát astrologie, která se stává populárním kulturním fenoménem skrze sociální média. V kombinaci stresu a nejistot ohledně budoucnosti nacházejí někteří v astrologii útěchu, neboť těm, kteří pociťují krize moderních nejistot „nabízí“ představu o „lepší“ budoucnosti a jakousi jistotu, běžnost, kterou tekutost postrádá. Astrologie, která je nad rámec horoskopů pro znamení zvěrokruhu v novinách, je momentálně snadno dostupná na internetu a jedinci, kteří si osvojí její „slovník“, v ní mohou nalézt určitý způsob reprezentace událostí v jejich osobním životě a zkušenostech.

Studie z roku 1982 od psychologa Grahama Tysona uvádí, že lidé, kteří se účastní konzultací s astrology, tak činí v reakci na stresové události v jejich životě, zejména tedy kvůli stresu spojeným s osobními vztahy a sociálními rolmi. Celkový obraz, který se ze studie jeví, je ten, že ti, kteří se účastní sezení s astrologem, jsou nejčastěji mladé ženy a konzultace bude pravděpodobně reakcí na stres, kterému čelí, spojený se společenským životem a jako sekundární zdroj stresu se jeví finanční problémy.

Podle Tysona, pokud se jedinec nachází ve vypjaté stresující situaci, je ochoten použít astrologii jako vyrovnávací mechanismus, ačkoliv pokud takový vysoký stres nezažívá, tak astrologii vůbec nemusí důvěřovat. Důvodem může být fakt, že ve srovnání

s jinými způsoby zvládnání stresu je astrologie velice „atraktivní“. Na jednu stranu poskytuje lidem mnoho údajně objektivních informací o sobě, ale také „předpovídá budoucnost“, čímž zmírňuje pocity nejistoty a úzkost z budoucnosti. A na rozdíl od ostatních forem vyrovnávání se se stresem, nevyžaduje takové úsilí a snahu ze strany jedince. Pokud to srovnáme např. s psychoterapií, jedinec musí během sezení s terapeutem vynaložit svou energii a psychicky pracovat, aby něčeho dosáhl, zatímco u astrologické konzultace poskytne jedinec „pouze“ finanční prostředky a příslušné informace (Tyson [online], 1982).

Vzhledem k roku, v jakém byl uvedený výzkum vytvořen, jej můžeme označit jako již vesměs relevantní. I přesto ona myšlenka stresu, vycházející z nejistoty z toho, co jedince čeká, setrvává jako jeden z hlavních faktorů vedoucích k vyhledání „astrologického vedení“. Změna z roku 1982 v současnost spočívá mimo jiné v přesunu z reálného sezení s astrologem na sociální síť. Dříve byla tato sezení či výklady „výjimečné“, kdežto dnes jsou astrologické výklady již součástí jakési popkultury, každodenních drobných rituálů, typu sebe prezentace, nebo formou zábavy. Zrelativizovat se též mohla i důvěryhodnost v tyto výklady a se změnou jejich funkce může být současná důvěra o něco menší než dříve. Astrologie i přes vykazování nižší důvěryhodnosti i nadále pro některé dokáže sloužit jako nástroj k tomu, dát času určitý rytmus a řád.¹²

Kultura individualismu

Má druhá hypotéza, proč generace mileniálů tíhne k alternativní spiritualitě, duchovnu apod. vychází z teorie o kultuře individualismu. Instituce kultury individualismu vytváří určité podmínky zkušeností jednotlivců, tzn. jednotlivci zakoušejí svou vlastní odpovědnost za svůj život a svobodu. Individualizace je jakousi formou socializace, jinak řečeno, vytváří kulturní aspekt „bytí ve světě“. Individualismus je znám ze dvou diagnóz či interpretací, které se navzájem vylučují.

První předpoklad spojuje současnou kulturu individualismu s chaosem a předpokládá, že přítomná ideologie egoistické „radosti ze života“ a narcismus plynoucí z individuálních životních záměrů vedou k narušení sociálního života a jeho pout, což má za

¹² O podobném píše i postmoderní francouzský filosof Paul Virilio (2004) v díle *Informatická bomba*, v němž kriticky prozkoumává sociální a kulturní fenomény postmoderní doby, které reprezentuje pojem technokultura. Uvádí, že v současné době má informace o situaci či ději větší hodnotu než událost sama o sobě. Celé toto bombardování informačním smogem jedince vyčerpává, a proto někteří hledají v alternativních nástrojích prostředky, jak dát svému času nejen řád ale i organizaci.

výsledek „rozpad světa“. Podle protější interpretace je individualismus dnes více než kdy jindy donucovací a oproti první interpretaci s sebou nepřináší chaos ale určitý řád pro svět. Za životními strategiemi, které si jedinci volí se neskrývá narcismus, nýbrž racionalizace života, vedoucí k získání štěstí, peněz, co nejvíce sebevědomí apod.

Zlomovým pro individualismus byla šedesátá léta a vznik „nové střední třídy“. Jacyno (2012) uvádí čtyři předpoklady pro průběh procesu individualizace. První proces spojuje se vznikem již zmíněného individualismu „nové střední třídy“ a interpretuje tuto změnu jako obměnu, ke které došlo v rámci *puritánského étosu* a ten očekával metodickou kontrolu zkažených lidských povah. Pro puritány byl doporučený asketický způsob života a byl i určitou interpretací jejich předurčení. „Nová střední třída“ se stavěla proti téhle askezi, pesimismu, bezútěšné zbožnosti a nabízela nové hodnoty pro život jako především radost ze života a optimismus. „Po revoltě šedesátých let se „symptodem“ spásy v sekularizovaném světě stalo vysoké sebevědomí. Tak jako se puritáni prostřednictvím askeze pustili do boje se zkaženou lidskou povahou, generace kontrakultury a postkontrakultury zahájily boj s lidskou přirozeností, ujařmenou tentokrát konvenční a konformistickou společností, „osvobozeným“ způsobem života.“ (s. 10) Obměny, ke kterým došlo v puritánském étosu reprezentuje především změna investic, jejichž předmětem se v „novém“ individualismu stává „já“.

Druhý předpoklad spojuje s racionalizací světa. Tento proces zapříčinil to, že se jedinci stali jak subjektem, který řídí svůj život uvědoměle, tak objektem vlastního jednání. Dochází tedy k rozdělení role jedinců, kteří jsou sice subjektem, ale aby rozpoznali onu zkaženou povahu, musí sebe určitým způsobem objektivizovat, tzn. brát sami sebe jako předměty svého jednání. Taková dialektika autonomie umožňuje institucím, aby se jedinec stal vlastně objektem jednání ostatních. To vše má za důsledek ego, které se identifikuje v autonomii a které se zároveň podřizuje druhým. Třetí předpoklad souvisí se změnou integrující společenský systém, racionalizace dala za vznik přechod od řádu náboženského k medicínskému.

V šedesátých letech došlo ke slučování medicínskému či terapeutického a náboženského motivu jednání. Proces tohoto slučování potvrzuje posupující individualizaci a „odkouzlení světa“ o kterém hovořil Weber. V takovém sloučeném řádu, jakým je řád terapeuticko-náboženský ustupují do pozadí činitelé sociální povahy

a strukturální determinanty jako je např. trh, nerovnost, nezaměstnanost apod. začínají být přetavovány na úroveň „osobních problémů“. Pro jedince je tak jednodušší, pokud takovým problémům čelí, připojit se k nějaké terapeutické skupině a vizualizovat si své úspěchy. „V obsahu doporučení zprostředkovaných poradenskými příručkami a reklamou převládá vlastně postracionální směs scientismu a esoteriky: *jak racionálně vykouzlit práci, zdraví, mládí, vydařený partnerský svazek a pocit seberealizace.*“ (Jacyno, 2012, s. 13)

Tento terapeutický diskurz prorazil jak do médií, tak i do některých institucí jako je např. instituce vzdělání, instituci náboženství a sféra politiky. V tomto diskurzu si jedinci utvářejí a utvrzují svou identitu, jsou jim nabízeny vzory, které nabádají k „zabývání se sám sebou“ a k „práci na sobě“. Podněcuje své „diváky“ k dosažení hodnot svobody, seberealizace a autentičnosti, takové hodnoty jsou totiž v kultuře individualismu velice žádané a důležité. Knihovny nabízejí mnoho titulů k „praktikám doprovázející fenomén esoteriky“, příručky k meditacím, ke „správnému“ dýchání, k „lěčení těla i duše“ a nespočet titulů zabývajících se osobním rozvojem či schopnostmi lidského podvědomí. Jedinci dá se říct, jsou vedeni k poznávání svého „vnitřního světa“ nebo jim to je jakýmsi způsobem i doporučováno. Zmíněné praktiky umožňují „odlepení od země“ a zároveň „měkké přistání“ (Jacyno, 2012).

Čtvrtý předpoklad spočívá s upřesněním procesu kulturalizace sociálních odlišností. Důsledkem této kulturalizace je jak zanikání tradičních sociálních nerovností, tak i nové rozdělení na „spasené“ a ztracené“. Lidé bez zářivé budoucnosti, nezaměstnaní, pasivní apod. jsou odsouzeni rozsudkem společnosti na její okraj. „Nově se objevující formy bídy – pečlivě skrývané před světem – přitahují a směšují stud a pocit viny za „pasivní osobnost“ a „nepružnost“. Stud a pocit viny – tyto dva neoddělitelné pocity – nutí člověka k tomu, aby se sám v posledním gestu autorského jednání exkomunikoval a vycouval z veřejného života. „Ztracený“ si tedy může poblahopřát k přesné autodiagnóze, protože stud a pocit viny, jež ho zadržují doma, mohou jen potvrdit „pasivitu osobnosti“ - příčinu prohry.“ (Jacyno, 2012, s. 17)

Revolta roku 1968 vyvolávala pocity „civilizačního údivu“. Nové technologie a blahobyt podpořily ideu nového života vyznačující se „konvenčním štěstím“ tvořené rodinou, domy, automobily, stabilním zaměstnáním a jakousi rutinou, vyvolávající pocit jistoty a bezpečí. Postupně ovšem tato konvenčnost začala být kritizována a „konvenční

šťestí“ začalo být označované za ubohé vzhledem k tomu, že je to vlastně něco, co systém umožňuje a zároveň doporučuje a potvrzuje tím svou všudypřítomnost. V šedesátých a sedmdesátých letech 20. století se tedy tvořily protesty, které znamenaly počátek tzv. Nové politiky. Jedním z nejnápadnějších protestů bylo hnutí hippies, tedy hnutí, osvobozené od uvědomění si všeho konvenčního. Dlouhé vlasy, uvolněnost a jiné aspekty, kterými bylo toto hnutí specifické, vyvolaly v konvenční společnosti šok a zapříčinily uvědomění, jaké ústupky je jedinec nucen v takové společnosti podstupovat, aby konvenčního štěstí dosáhl. „Cenou, kterou je nutno platit za systémem zaručovaný úspěch, je konformismus, uniformizace a rezignace na mnoho tužeb. Takto zakoušené štěstí se z tohoto důvodu nakonec jeví jako ubohost a nedává pocit smyslu.“ (Jacyno, 2012, s. 32)

Nová politika se přesunula do sféry spotřeby a hlavním úspěchem revoluce osmašedesátého roku se měl stát postmaterialismus. Posmaterialistická orientace se ale stala, posléze pro některé, pouze doplňkem k tomu být konvenčně šťasten a ideou reprezentující spotřebu. „Masovou spotřebu nahradila po této revoltě spotřeba, která ospravedlnění a pocit suverénnosti hledá ve volbě stylu. Dá se říci, že v sedmdesátých letech se protest prostě přenesl do sféry konzumu.“ (Jacyno, 2012, s. 32) „Stará střední třída“ definovaná střídmostí a zdrženlivostí byla nahrazena marnotratností „nové střední třídy“ a ta s sebou zároveň přivedla novou ekonomiku marnotratnosti. Spolu s těmito novými fenomény se vytvořily profese ve sféře módy, terapií, reklamy a ve sféře mediální, životní styl se tak stal vzorem současné kultury individualismu. Důležitost tohoto životního stylu dokazuje, že tehdy fungující askezi dokázaly nahradit stejně tak fungující aspekty „nové střední třídy“ jako je optimismus, dynamičnost, vitalita, půvab a určitá osvobozenost.

Nový životní styl přinesl nové vzory, jak má jedinec jednat vůči sobě samému a jakého úspěchu by měl dosahovat. To, co vyhovuje, je osvobozený a suverénní konzument. „Ke „konvenčním statkům“, jimiž oplýval trh, přidala „nová střední třída“ „statky symbolické“. Jejich podstata či prostě jen užitečnost spočívá v možnosti zázračné proměny „konvenčního života“, k němuž odsuzovaly člověka „konvenční statky“, ve vlastní styl, a co více- „v osvobozený život“.“ (Jacyno, 2012. s 36)

Alternativní spiritualita se v takové fázi kultury individualismu může pro některé jevit jako výkladní skříň, jako prostředek, jak si proměnlivost současnosti určitým způsobem užívat. Vzory životního stylu v kultuře individualismu tvoří značný prostor

pro sebe prezentaci jedince, prostor pro jeho autentičnost, pro vykonstruování sebe samotného a v neposlední řadě pro experimentování. Toto experimentování má sloužit jako nástroj k hledání nových způsobů sebe prezentace a nových poznatků o vlastním já. „V tomto kontextu se stává pochopitelným pro současnou kulturu individualismu klíčové přesvědčení, jež se dá spojovat se zkušeností „nové střední třídy“ a z ní vyvodit, že svoboda se realizuje v možnostech výběru, tedy –v méně optimisticky vyznívající verzi– že „není jiná volba, je nutno volit“ (Giddens, 2005, s. 113 cit. dle Jacyno, 2012, s. 43). Z toho vyplývajícím faktem je, že v tekutosti moderní doby a současné kultuře individualismu, touha sebe prezentace ne tak zcela sídlí v jádru každého jedince, nýbrž je nám systémem a doplňujícími aspekty podsouvána a vnucována, spiritualita už poté tvoří jen jeden z mnoha prostředků, jakým se taková sebe prezentace může realizovat (Jacyno, 2012).

ZÁVĚR

V této teoretické práci šlo především o propojení fenoménu mileniálů, médií a alternativní spirituality. Generaci mileniálů tvoří lidé narození cca od začátku 80. let minulého století do cca doby před počátkem nového tisíciletí, časové údaje týkající se vymezení generací se v různých pramenech liší a není žádné ustálené časové ohraničení, důsledkem toho nelze být více konkrétní. Mileniálové jsou generací, která má blízký vztah k sociálním sítím, médiím a obecně technologiím, valná většina z nich má na sociálních sítích vytvořený účet, který jim pomáhá s utvářením jejich identity. Jedním z jejich charakteristických rysů je flexibilita a to, jak je pro ně důležité sebevyjádření, jak už v reálném životě, tak i ve světě internetu.

V otázce náboženství a spirituality se většina mileniálů přiklání k identifikaci sama sebe jako duchovního či spirituálně založeného člověka, který věří v existenci něčeho „většího“, než je on sám, ale nemyslí tím Boha. Tato generace je méně věřící než generace, které mileniálům předcházejí (tj. Tichá generace, Baby Boomers a Generace X) a o to více jsou orientovaní na „praktiky a prostředky“ alternativní spirituality.

Cílem mé práce bylo rozpracování dvou hypotéz týkajících se alternativní spirituality a její role na platformách sociálních médií. První z hypotéz, založená na myšlenkách o moderní „tekuté“ době od Zygmunta Baumana vypovídá o tom, že lidé jsou touto tekutostí negativně ovlivňováni a musí být neustále přizpůsobiví a flexibilní. Tekutá modernita je charakteristická svou proměnlivostí, a to může být pro jedince nepříjemným faktem vyvolávajícím určitou formu stresu. Za zmíněné jedince lze považovat právě generaci mileniálů, která je, jak už jsem zmínila charakteristická svou flexibilitou a zároveň je i považována za nejvíce stresovanou generaci vůbec, nejen kvůli nejasné budoucnosti vycházející z „tekutosti“, ale i kvůli světu médií, protože jsou neustále pod jakýmsi „informačním smogem“. Alternativní spiritualitu jsem zde pojala jako pevný bod a „kotvu“, který může jedincům sloužit jako zdroj jistoty v této nejisté době, a to může být jeden z důvodů, proč se mileniálové přiklání ke spiritualitě, duchovnu a proč se vlastně celá tato sféra stává součástí každodennosti.

Druhá hypotéza byla založena na myšlenkách o „kultuře individualismu“ od Małgorzaty Jacyno. Mileniálové, jak už jsem zmínila, si zakládají na své sebe prezentaci

a sebevyjádření více než jiní, a to hlavně na sociálních sítích. Podle Jacyno současná kultura individualismu už není tak zcela dobrovolná a spíše než to, jsme do určitých způsobů sebe prezentace nuceni. Skrze sociální média jsou jedinci více „na očích“ než kdy jindy, věci se staly více veřejné a alternativní spiritualita zde může představovat jeden z prostředků této sebe prezentace, jakousi „výkladní skříň“, skrze kterou se jedinci mohou prezentovat a tvořit svou identitu.

Přesto, že alternativní spiritualita je pro některé stále „pochybným“ tématem, nelze popřít, že se stává více a více populární mezi mladými generacemi lidí a dostává se postupně i do povědomí příslušníků starších generací. Je značnou součástí trhu a také značnou součástí internetového světa. Rozpracování těchto dvou hypotéz naplnilo cíl, který jsem si na začátku psaní této práce předsevzala a nadnesly alternativní spiritualitu jako prostředek a nástroj současné doby, jakožto složku popkultury a každodennosti.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Seznam literatury

BAUMAN, Zygmunt. *Tekutá modernita*. Praha: Portál, 2020. ISBN 978-80-262-1602-5.

BECK, Ulrich. *Riziková společnost*. Praha: Sociologické nakladatelství, 2011. ISBN 978-80-7419-047-6.

DVOŘÁK, Tomáš. *Kapitoly z dějin a teorie médií*. Praha: Akademie výtvarných umění v Praze, Vědecko-výzkumné pracoviště, 2010. ISBN 978-80-87108-16-8.

GIDDENS, Anthony. *Důsledky modernity*. Praha: Sociologické nakladatelství, 2003. ISBN 80-86429-15-6.

HOLBACH, Paul Heinrich Dietrich von. *Kapesní bohosloví: čili Stručný slovník křesťanského náboženství*. Praha: SNPL, 1957.

HOWE, Neil a William STRAUSS. *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*. New York: Morrow, 1991. ISBN 0688081339.

JACYNO, Małgorzata. *Kultura individualismu*. Praha: Sociologické nakladatelství, 2012. ISBN 978-80-7419-104-6.

KITTLER, Friedrich. *Gramofon. Film. Typewriter*. Praha: Karolinum, 2018. ISBN 978-80-246-3204-9.

KUBÁTOVÁ, Jaroslava. *Interkulturní rozdíly v pracovní motivaci generace Y: příklad České republiky a Francie*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2013. ISBN 978-80-244-3961-7.

LIPOVETSKY, Gilles. *Hypermoderní doba-Od požitku k úzkosti*. Praha: Prostor, 2013. ISBN 978-80-7260-283-4.

LUŽNÝ, Dušan a Zdeněk NEŠPOR. *Sociologie náboženství*. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-251-5.

LYOTARD, Jean-Francois. *O postmodernismu: Postmoderno vysvětlované dětem, Postmoderní situace*. Praha: Filosofický ústav AV ČR, 1993. ISBN 80-7007-047-1.

MCCRINDLE, Mark a Wolfinger EMILY. *The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations*. New South Wales, Australia: UNSW Press, 2009. ISBN 978 0 9924839 0 6.

PALFREY, John a Urs GASSER. *Born Digital*. New York: Basic Books, 2008. ISBN 978-0-465-01856-7.

PARTRIDGE, Christopher. *Encyklopedie nových náboženství*. Praha: Knižní klub, 2006. ISBN 80-242-1605-1.

PAVLÍČEK, Antonín. *Nová média a sociální síť*. Praha: Oeconomica, 2010. ISBN 978-80-245-1742-1.

ŘÍČAN, Pavel. *Psychologie náboženství a spirituality*. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-312-3.

SHEANAN, Peter. *Generation Y: Thriving and Surviving with Generation Y at Work*. Prahan, Victoria, Australia: Hardie Grant Books, 2005. ISBN 1740663179.

SHELDRAKE, Philip. *Spiritualita a historie: úvod do studia dějin a interpretace křesťanského duchovního života*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 2003. ISBN 80-7325-017-9.

VIRILIO, Paul. *Informatická bomba*. Červený kostelec: Pavel Mervart, 2004. ISBN 80-86818-04-7.

VOJTÍŠEK, Zdeněk, Pavel DUŠEK a Jiří MOTL. *Spiritualita v pomáhajících profesích*. Praha: Portál, 2012. ISBN 978-80-262-0088-8.

Elektronické zdroje

DICTIONARY: Generation [online]. [cit. 2021-01-20] Dostupné z:

<https://www.dictionary.com/browse/generation>

FROMM, Jeff. Millennials Shaking Up The Wedding Industry. *Forbes* [online]. 15 October 2018 [cit. 2021-2-14]. Dostupné z:

<https://www.forbes.com/sites/jefffromm/2018/08/15/millennials-shaking-up-the-wedding-industry/?sh=5f546ff220e0>

FRY, Richard, Ruth IGIELNIK a Eileen PATEN. How Millennials today compare with their grandparents 50 years ago. *Pew Research Center* [online]. 2018 [cit. 2021-1-24]. Dostupné z: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/03/16/how-millennials-compare-with-their-grandparents/>

HOWE, Neil. The Silent Generation. *Forbes* [online]. 13 August 2015 [cit. 2021-1-23]. Dostupné z: <https://www.forbes.com/sites/neilhowe/2014/08/13/the-silent-generation-the-lucky-few-part-3-of-7/?sh=d64a40d2c63b>

CHUM, Sebastian. *Současné generace X, Y a Z – krátké seznámení* [online]. 2013 [cit. 2021-1-24]. Dostupné z: <https://sebastianchum.blog.idnes.cz/blog.aspx?c=372981>

KABÁTEK, Aleš. Generace-Sociologická encyklopedie[online]. cit. 2021-01-20]. Dostupné z: <https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Generace>

KABÁTEK, Aleš. K sociologickému vymezení generačních skupin. *Sociologický časopis* [online]. Institute of Sociology of the Czech Academy of Sciences, 1989, **25**(6), 588-607 [cit. 2021-1-20]. Dostupné z: <https://www.jstor.org/stable/41130568>

KEETER, Scott a Paul TAYLOR. The Millennials. *Pew Research Center* [online]. 2009 [cit. 2021-1-21]. Dostupné z: <https://www.pewresearch.org/2009/12/10/the-millennials/>

KOTRBA, Štěpán. Jaká budou "nová" média a jací budou "noví" lidé. *Britské listy* [online]. 29. ledna 2017 [cit. 2021-2-22]. Dostupné z: <https://legacy.blisty.cz/art/16745.html>

KOWSKE, Brenda. Millennials' (lack of) attitude problem: an empirical examination of generational effects on work attitudes. *Journal of Business and Psychology* [online]. 4 March 2010, 25(2), 266-279 [cit. 2021-1-24]. Dostupné z: doi:10.1007/s10869-010-9171-8

MCCRINDLE, Mark. Generation Alpha. *McCrindle* [online]. [cit. 2021-1-24]. Dostupné z: <https://mccrindle.com.au/insights/blog/gen-alpha-defined/>

Millennials: Confident. Connected. Open to Change. *Pew Research Center* [online]. February 2010, , 1-113 [cit. 2021-2-18]. Dostupné z: <https://www.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/3/2010/10/millennials-confident-connected-open-to-change.pdf>

PFAU, Bruce N. What Do Millennials Really Want at Work? The Same Things the Rest of Us Do. *Harvard Business Review Home* [online]. 7 April 2016 [cit. 2021-2-10]. Dostupné z: <https://hbr.org/2016/04/what-do-millennials-really-want-at-work>

Používání sociálních sítí a dalších sociálních médií. *Český statistický úřad* [online]. prosinec 2017 [cit. 2021-3-15]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/90577049/06200519k04.pdf/f61dc173-85d0-4ba0-9c9c-e04ccc35f7a1?version=1.0>

SALAMANDER, Gil. What Do Millennials Care About? It's Not What You Think. *Eclincher* [online]. [cit. 2021-2-14]. Dostupné z: <https://eclincher.com/what-do-millennials-care-about-its-not-what-you-think/>

STRAŠILOVÁ, Gabriela. "Husákovy" versus „Havlovy děti“. *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2021-1-23]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/52002e2055>

STRESS IN AMERICA: Stress and generations. *American Psychological Association* [online]. 2011, 25-30 [cit. 2021-7-11]. Dostupné z: <https://www.apa.org/news/press/releases/stress/2011/generations.pdf>

STRESS IN AMERICA: THE STATE OF OUR NATION. *American Psychological Association* [online]. 1 November 2017, 1-6 [cit. 2021-7-11]. Dostupné z: <https://www.apa.org/news/press/releases/stress/2017/state-nation.pdf>

TYSON, Graham. People who consult astrologers: A profile. In: *Science Direct* [online]. Pergamon Press Lid, 1982, s. 119-126 [cit. 2021-7-6]. Dostupné z: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/0191886982900265>

Výzkum: Jak žije česká generace českých milleniálů? *Mediaguru* [online]. 17. října 2016 [cit. 2021-2-22]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2016/10/jak-zije-generace-ceskych-millennialu/>

WATSON, Emily. Frequency of using selected news sources among Millennials in the United States. *Statista* [online]. 2021 [cit. 2021-2-22]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/1010456/united-states-millennials-news-consumption/>