

trendy

v životnom štýle mladých

Jana Miháliková, Alena Tomanová,
Tomáš Pešek a Martin Hulín

youth
watch

Obsah

Namiesto úvodu – odkaz od autorov Youth Trend Report 2017, Trendwolves Belgicko 3

O čom je táto publikácia? 5

Ako vznikal prieskum? 5

Údaje o účastníkoch prieskumu 7

- » Dotazníkové zisťovanie 7
- » Štruktúrované rozhovory 7

Trend 1: Vykreš sa do dokonalosti 10

- » Cielavedomé a zábavné učenie – ideálne na smartfóne alebo v skupine 11
- » Byť top vo svojom odbore s koučom po boku 12
- » Rozhodnutia prijímané na základe dát, ale s pomocou dôveryhodnej osoby 12
- » Zdravé telo a zdravý duch sú základom úspechu 12
- » Žiť neustále na hranici komfortnej zóny 13

Trend 2: Kmene na internete 14

- » Vytváranie internetových skupín so zdieľanými hodnotami 15
- » Skupina na základe zručností a elitné skupiny 15
- » Ochrana súkromia internetových skupín a jednotlivcov 16
- » Sociálne hnutie na internete 16

Trend 3: Chillujeme zmysly 18

- » Zámerné odstrihávanie sa od digitálnych technológií 19
- » Chill and relax prístup prevláda 19
- » Emócie sú dôležité 19

Trend 4: Zmysluplný hazard s myslou 22

- » Tripy s novým účelom 23
- » Technológie a myseľ 23
- » Nárast spirituality 24
- » Cesty do magického sveta 24

Trend 5: Rýchle meniaci sa život 26

- » Vytříčaj z davu 27
- » Byť flexibilní 27
- » Kde začína práca a kde osobný život? 28
- » Sloboda pre všetkých: rod, rasa, národnosť, stav – koho to zaujíma? 29

Závery z prieskumu 30

Ako využiť tieto informácie 42

- » Zamestnanosť – zamestnávateľia 43
- » Moderné trendy a ich reflexia v práci s mládežou 46
- » Podpora občianskej angažovanosti 47
- » Podpora zdravia a zdravého životného štýlu 48
- » Záver alebo dobré spolužitie s mladou generáciou 50

O autoroch 50

O občianskom združení YouthWatch 51

Impressum 52

Namiesto úvodu

odkaz od autorov Youth Trend Report 2017, Trendwolves Belgicko

Vážení čitatelia,

V organizácii Trendwolves sme boli radi, že sme sa mohli podeliť o našu skúsenosť z monitoringu kultúry a trendov mládeže s naším slovenským partnerom YouthWatch. Veríme, že budúcnosť potrebujeme tvoriť spolu s mladými ľuďmi a z tohto dôvodu je dôležité získať „vhlad“ do ich života, poznať ich vnímanie sveta a chápať, čo je pre nich dôležité. Mladí ľudia majú obrovský potenciál pre inovácie a rozvoj a my v tento ich potenciál úprimne veríme. Uvedomovali sme si, že túto našu vieru v mladých ľudí zdieľame aj s naším partnerom – organizáciou YouthWatch, a to bol aj jeden z dôvodov, prečo sme sa tak radi podelili o svoje vlastné know-how a skúsenosti. Dúfame, že v tejto publikácii nájdete veľa inšpirácie a nápadov. Prajem vám príjemné čítanie.

Maarten Leyts

Riaditeľ Trendwolves

Dear readers,

We in Trendwolves were happy to share our experience in monitoring youth culture and trends with our Slovak partner YouthWatch. We believe that future needs to be co-created with young people and for this reason it is important to have insights into their life, how they perceive the world, what is important for them. They have enormous potential for innovation and development and we honestly believe in their potential. We know we share this belief also with our partner organisation YouthWatch and that was one of the reasons why we gladly shared our own know-how and experiences. We hope you find here a lot of inspiration and ideas. Enjoy.

Maarten Leyts

CEO Trendwolves



O čom je táto publikácia?

Publikácia prináša v zhustenej forme tie najpodstatnejšie informácie zo záverečnej správy z projektu Trendwatch, ktorý realizovalo občianske združenie YouthWatch od septembra 2017 do apríla 2018 s finančným príspevkom Ministerstvo školstva, vedy, výskumu a športu SR. Kompletnú správu, ktorá obsahuje štatistické spracovanie dát, ale aj inšpiratívne rozhovory s rôznymi nositeľmi trendov či expertov v jednotlivých oblastiach, ako aj ukážky z vybraných trendov zo slovenských médií, nájdú záujemcovia na www.youthwatch.sk v časti Projekty.

Ako vznikal prieskum?

Trendwolves a Youth Trend Report

Na začiatku bola spolupráca YouthWatch s belgickou organizáciou Trendwolves, ktorú sme mali možnosť spoznať počas nášho pôsobenia v IUVENTE. Jej Youth Trend Report (vychádza každé tri roky) považujeme za vynikajúci zdroj informácií o vynárajúcich sa trendoch. Trendwolves je marketingová spoločnosť orientovaná predovšetkým na

súkromný sektor, najmä zamestnávateľov a rôzne firmy, ale spolupracuje aj s neziskovým sektorom alebo verejnými inštitúciami na rôznych témach, napr. novodobá rodina. O spoluprácu s organizáciou Trendwolves je veľký záujem zo strany Európskej komisie, Európskeho fóra mládeže a Eurovision. Spoločnosť Trendwolves spolupracovala aj s MŠVVaŠ SR počas slovenského predsedníctva v Rade EÚ v oblasti mládeže. Cieľom a ambíciou tohto prieskumu bolo zistiť, či niektoré novo vynárajúce sa trendy, ktoré boli v poslednom Youth Trend Report 2017 zaznamenané, sú už prítomné medzi slovenskými mladými.

Výber sledovaných trendov

Po dôslednom preštudovaní dokumentu Youth Trend Report: Browsing the margin sme vytvorili prehľad trendov a ich prejavov. Vybrané témy sme prebrali so zástupcami práce s mládežou, s ktorými sme realizovali individuálne rozhovory. Títo experti pre rôzne oblasti práce s mládežou (centrá voľného času, mládežnícke organizácie, neformálne skupiny, malé firmy a pod.) nám pomohli identifikovať, či vybrané trendy a niektoré ich prejavy sú už prítomné, alebo sa s nimi ešte oni sami nestretli a tak nie je predpoklad, aby sa už začali prejavovať v skupine

mladých. Takto vznikol rámec pre trendy, ktoré sme mohli začať skúmať medzi slovenskou mládežou.

Dotazníkové zisťovanie

Na základe usmernení a predvýberu expertov v úvodnej časti prieskumu bolo vytipovaných 5 oblastí trendov, ktoré sme sa rozhodli ďalej skúmať a získať údaje pre ďalšie spracovanie prostredníctvom online dotazníka. V spolupráci s Nadáciou OTP Slovensko, naším oficiálnym partnerom, sme prieskum vo fyzickej forme zabezpečili aj medzi skupinou mladých ľudí v rámci ich aktivít.

Štatistické spracovanie, analýza a interpretácia výsledkov

Získané dáta sme v spolupráci s našim kolegom Martinom Hulínom (viac v časti O autoroch) triedili, porovnávali a analyzovali podľa vopred stanovených kritérií. Okrem početnosti odpovedí nás zaujímali výsledky podľa rodu, podľa socioekonomického zázemia (študent, pracujúci, s príjmom alebo bez príjmu), podľa veľkosti sídla a podľa veku respondentov. Tieto podrobné dáta nájdú záujemcovia

v kompletnej verzii záverečnej správy na stránke www.youthwatch.sk.

Zapojenie študentov antropológie a štruktúrované rozhovory

Jednou z našich hodnôt ako organizácie je poskytovať priestor mladým, či už ako začínajúcim odborníkom alebo dobrovoľníkom so záujmom o vzdelávanie, výchovu či inú oblasť, ktorej sa venujeme. Do realizácie rozhovorov sa zapojili študenti sociálnej antropológie z Fakulty sociálnych a ekonomických vied Univerzity Komenského, ktorí zabezpečili viacero rozhovorov podľa presne vypracovanej metodiky a stanovených typov respondentov.

Tvorba správy a konzultácia výsledkov

Záverečná správa z prieskumu obsahuje sumarizáciu získaných dát a ich interpretáciu, ale aj odporúčania, najmä pre niektoré oblasti mládežníckej politiky, a to hlavne prácu s mládežou. Výsledky boli individuálne konzultované s expertmi pre oblasť práce s mládežou a výchovu a vzdelávanie dospelých.

Údaje o účastníkoch prieskumu

Dotazníkové zisťovanie

Dotazníkového zisťovania sa zúčastnilo 309 respondentov, pričom prevažovali ženy (takmer 58 %), kým muži vyplnili menej ako polovicu dotazníkov, s ktorými sa ďalej pracovalo (cca 42 %).

Štruktúrované rozhovory

Uskutočnilo sa 22 rozhovorov s respondentmi, ktorí svojimi profilmi napíňali vybrané témy. Vek zastúpených respondentov bol prevažne od 22 do 30 rokov. Ukázalo sa, že starší respondenti, ktorí sa dlhodobejšie venujú nejakej skúmanej oblasti, vedia poskytnúť širší obraz o zmenách v ich okolí aj v nich samých pod vplyvom alebo v súvislosti s prejavmi novodobých trendov. Výroky a postrehy týchto respondentov boli využité na ilustráciu niektorých zistení v kompletnej záverečnej správe z prieskumu.





**Vykreš sa do
dokonalosti**



**Kmene na
internet**

trendy



**Chillujeme
zmysly**



**Zmysluplný
hazard s mysl'ou**



**Rýchle meniaci
sa život**



**Vykreš sa
do dokonalosti**

Hnací motor trendu

V rýchle meniacom sa svete, kde neexistujú trvalé istoty a záruky, majú mladí ľudia potrebu mať aspoň nad niečím kontrolu. Za prejavmi tohto trendu je aj túžba zmeniť nejakú časť svojho života podľa svojich predstáv, niečo ovplyvniť. A jediná vec, na ktorú mám skutočný dosah, som JA SÁM.

Zároveň je dnešný svet plný nelútostnej konkurencie. Ak chcem uspieť, musím byť čo najlepši. Je dôležité využiť všetky možnosti, ktoré dnešná doba prináša, na osobný rozvoj, fyzický aj intelektuálny. Je nevyhnutné „vykresť sa do dokonalosti“. Dostať to najlepšie zo svojho života, či už sa to týka zručností, zdravia, krásy alebo šťastia.

Prejavy trendu¹

Ciel'avedomé a zábavné učenie – ideálne na smartfóne alebo v skupine

Dnešní mladí ľudia si nielen určia cieľ, ale ho aj systematicky dosahujú – a týka sa to všetkých oblastí života: škola, rodina, práca, cestovanie atď. Držia sa však hesla, že učenie a sebarozvoj môže byť forma zábavy. Využívajú k tomu moderné výdobytky dnešnej doby, ktoré priniesli najmä internetové aplikácie, ktoré im navyše umožňujú sledovať pokrok a podeliť sa o svoje výsledky s ostatnými. Oblubujú mikrokurzy (krátke vzdelávanie – do 15 minút, napr. [Digitálna garáž Google](#), [Highbrow kurzy](#) a i.) a možnosť učiť sa kdekoľvek a kedykoľvek – mať svoju „učebnicu=internet“ stále so sebou. Keďže téma osobného rozvoja spája mnohých mladých ľudí, častejšie sú aj spoločné návštevy vzdelávacích podujatí a vzájomná podpora v systematickom rozvoji.

¹ Prezaté a upravené z Youth Trend Report, Trendwolves, 2017 (s. 105 – 159)

Byť top vo svojom odbore s koučom po boku

Mladí ľudia sú prví na zozname prepustených v rôznych firmách či inštitúciách, často s komentárom, že nemajú dostatok praxe či dostatok odborných kompetencií. Mladí sú si tohto faktu veľmi dobre vedomí. Vedia, že roky praxe sa nedajú „vyrobiť v skrátanom režime“, musia prevážiť svojimi schopnosťami, vedomosťami a zručnosťami. A na rozvoj svojich vlastných kompetencií majú dosah. Preto je v súčasnosti možné zaznamenať boom rôznych vzdelávacích podujatí zameraných na osobný rozvoj, resp. na podporu aktívneho prístupu k osobnému rozvoju, napr. koniec prokrastinácie a i. Cesta medzi tých najlepších v nejakom odbore je osamelá záležitosť, preto sa hrdinami dnešných mladých ľudí stali osobní mentori, kouči či školitelia. Tí pomáhajú v profesionálnom i osobnom rozvoji a sprevádzajú svojich zverencov na ich ceste k „dokonalosti“. Čo sa týka zamestnania, mladí ľudia zostávajú pri jednom zamestnávateľovi, len pokiaľ sa tam môžu ešte niečo nové naučiť, resp. ak je tam potenciál získať expertízu a ďalej profesionálne rásť.

Rozhodnutia prijímané na základe dát, ale s pomocou dôveryhodnej osoby

Všadeprítomný internet a jeho možnosti ovplyvňujú mnohé rozhodnutia mladých ľudí. Porovnávanie viacerých zdrojov, sledovanie referencií a reakcií zverejnených na internete, priame kladenie otázok tým, ktorí referenciu napísali, ale aj ich ochota postaviť sa za svoj názor, dovysvetliť veci – to všetko vytvára priestor, kde sa môže mladý človek spokojne rozhodnúť na základe informácií, ktoré takto získa. Neznamená to však, že ich rozhodovanie je o niečo ľahšie. Práve naopak: potreba poradiť sa s niekým, komu dôverujú, a zdieľať s niekým dôležité životné rozhodnutia, je stále rovnako aktuálna.

Zdravé telo a zdravý duch sú základom úspechu

Trend „Vykeš sa do dokonalosti“ sa v rovnakej miere ako osobnostného rozvoja týka aj fyzického rozvoja. Fitness centrá, bežecké trasy, parky a ihriská sú plné mladých ľudí, opäť je v kurze venovať sa behu. Rozmach rôznych bio obchodov alebo aspoň bio kútikov či fenomén „superpotravín“ potvrdzuje zvýšený záujem o rozvoj zdravého životného štýlu. Stretávanie sa vo

fitnesscentrách, zdravé stravovanie a celkový zdravý spôsob života spája celé skupiny mladých ľudí, ktorí sa v tomto zameraní svojho života aktívne podporujú, radia sa navzájom a čoraz častejšie trávajú spolu voľný čas aj mimo fitnesscentier. Najtypickejším príkladom je fenomén **CrossFit** – program na rozvoj kondície, kombinujúci rôzne tréningové metódy a náradie, ktorý vytvoril komunitu po celom svete. Veľkým pozitívom je merateľnosť výkonov, a teda aj možnosť porovnávania sa v celej komunite, samozrejme, on-line.

Už v predchádzajúcom Youth Trend Reporte (2015) bol zaznamenaný trend tzv. Intox-Detox, ktorý sa rozvinul do ďalších prejavov v roku 2017. Pôvodne išlo o tendenciu mladých ľudí využiť všetky možnosti, ktoré sa im ponúkajú aj s rizikom, že nejde o zdravé aktivity. Príkladom je festival Tomorrowland, kde sa účastníci môžu nabažiť rôznych extravagancií týkajúcich sa alkoholu, drog či kulinárskych produktov. Vybalansovať túto skúsenosť sa mladí ľudia snažia následným vedomým pôstom, úplným obmedzením alkoholu, cukru, lepku a pod. Tieto pôžitkárske zážitky a excesy majú za následok výrazný rozvoj opačných akcií typu tábory prežitia, 10 dňové ticho, meditácie alebo hyperintenzívne fitness programy.

V samotnom Tomorrowlande je už zahrnutý aj Detox day – deň plný masáží, jogy, ľahkej stravy, meditácií, pobytu v prírode, tak aby sa účastníci vrátili domov bez následkov z niekoľkých dní „hodovania“. Práve to je prejavom nového trendu tzv. hodovania bez výčitiek. Mladí ľudia si chcú „užívať“ svojím spôsobom, ale nechcú pri tom ohroziť svoje doterajšie výsledky pri budovaní telesnej kondície alebo zdravého životného štýlu. Prejavuje sa to tiež v organizovaní festivalov kávy a čaju či Beer Yoga kurzov. Morning Gloryville sú zase ranné tanečné party bez alkoholu.

Žiť neustále na hranici komfortnej zóny

Meniaci sa svet núti mladých ľudí byť neustále v strehu, preto je lepšie nebyť v komfortnej zóne, ale stále tak trochu mimo nej. Zároveň je za týmto prejavom trendu aj odveká nebojácnosť mladých ľudí skúšať nové veci, mimo všetkých tradícií a systémov v zmysle „čo telo a myseľ dokáže“. Prejavuje sa prijímaním rôznych výziev ako sú tábory prežitia, zimné pochody, spanie v lese, hladovky, sparťanské behy či rozvoj parkúru.



**Kmene
na internete**

Hnací motor trendu

Človek je spoločenský tvor a celý jeho život je vlastne putovaním za svojím „kmeňom“. Pre dnešných mladých ľudí je vzdialenosť a lokalita oveľa širší koncept ako pre generácie ich predchodcov. Môžu využívať nástroje, pre ktoré nie je nevyhnutná fyzická prítomnosť niekoho, kto je nám blízky, s kým máme rovnaké hodnoty, ciele, vízie...

Prejavy trendu¹

Vytváranie internetových skupín so zdieľanými hodnotami

Dnešní mladí ľudia sa v túžbe po spojení s ľuďmi rovnakého zmysľania identifikujú s viacerými skupinami a sú nimi ovplyvňovaní. Tieto skupiny im dávajú podporu v rôznych oblastiach. Kým firmy a spoločnosti sú stále menej dôveryhodné, práve internetové skupiny sa stávajú miestom, kde nachádzajú pohodu, porozumenie, dôveru.

¹ Prevzaté a upravené z Youth Trend Report, Trendwolves, 2017 (s. 156-212)

Podporujú to aj technológie a rôzne chatovacie kanály a nástroje. Jedným z dôvodov rozvoja tohto trendu bola aj inovácia Facebooku v roku 2006, odkedy je možné vytvárať skupiny. Dnešní mladí ľudia sú v priebehu dňa členmi rôznych skupín, lebo každá má svoju tému, účel a zmysel.

Skupina na základe zručností a elitné skupiny

Nie je prekvapením, že mnohé skupiny spája rovnaká móda, hudba, ktorú počúvajú či rituály, ktoré robia. Tieto vonkajšie znaky je však priveľmi jednoduché napodobniť a veľmi skoro sa stávajú mainstreamovou záležitosťou. Preto je cennejšie byť členom komunity, ktorú spája istá zručnosť, schopnosť: skateri, sprejeri, hráči videohier. Spravidla je účasť v tejto skupine spojená s návštevou rôznych festivalov, happeningov, následne komunikácia prebieha cez Twitter alebo cez mailingové listy. Práve tieto komunity, spojené na základe špecifických zručností, opúšťajú Facebook a Skype a presúvajú sa na Slack. Elitné skupiny sú neverejné a často ich nemožno ani vyhľadať, v niektorých prípadoch je nutné dostať tri pozvania od starších členov, aby mohol byť nový člen prijatý. Príkladom je FB skupina Girls Night In (GNI), kde sa členky môžu

spýtať akúkoľvek otázku a dostať okamžitú reakciu od niekorej z 1500 členiek. Pre členky je to istota, že vždy sa nájde niekto, kto im pošle aspoň virtuálne objatie a vypočuje si ich.

Ochrana súkromia internetových skupín a jednotlivcov

Nové technológie, ktoré umožňujú tajnú komunikáciu ako sú špeciálne aplikácie na šifrované odkazy, súkromné chatovacie platformy, možnosť vymazať osobné dáta, či alternatívne vyhľadávacie systémy, podporili vo zvýšenej miere fungovanie internetových skupín. Tiež umožnili vznik tajných platforiem, tajných zhromaždení a tajných festivalov. Mladí ľudia majú viac profilov, ktoré si upravujú podľa situácie a cieľovej skupiny (iný obraz o mne rovesníkom, iný obraz o mne rodičom).

Sociálne hnutie na internete

Sociálne médiá sú prispôsobené požiadavkám mladých ľudí tak, aby im pomáhali dosiahnuť ich cieľ, či už je to väčšia viditeľnosť, boj so sociálnou nespravodlivosťou, nábor nových členov, či vyvinúť tlak na iné komunity,

ktoré sú proti ich hodnotám. Používanie hashtagov umožňuje celej komunite ľudí zdieľať rôzne odkazy od najjednoduchších (na Slovensku napr. #dnescestujem, #dnescitam, #dnesnosim) až po zmysluplné a angažované, ktoré reagujú na najcitlivejšie a aktuálne témy, svetovo najviac zdieľané hashtagy sú napr. #momentsintransition, ktorý umožňuje zdieľať fotografie z gendrovej tranzície, #BlackLivesMatter, ktorý podporuje hnutie proti násiliu a systémovému rasizmu v americkej polícii a #twomenkissing, ktorý vznikol ako reakcia na strelbu v gay klube v Orlande (USA).



A photograph of a person lying in an orange hammock strung between two trees in a dense forest of tall, thin trees. The ground is covered in dry leaves and pine needles. A large, bright blue 'X' is superimposed over the center of the image, partially obscuring the text and the person in the hammock.

**Chillujeme
zmysly**

Hnací motor trendu

Mladí ľudia sú 24 hodín, 7 dní v týždni digitálne spojení s inými ľuďmi, pričom neustále prijímajú správy, obchodné novinky, novinky z domova i zo sveta, reklamné odkazy. To má za následok pocit straty skutočného kontaktu a minimálneho prenikania do podstaty vecí i ľudí okolo nás. Navyše, neustála digitalizácia oslabuje zmysly a odcudzuje nás od našej prirodzenej podstaty. Postupne sa tento trend vyvinul zo spočiatku intuitívneho správania na čoraz vedomejšie a funkčné životné rozhodnutia a voľby, čo ukazujú aj nasledujúce prejavy.

Prejavy trendu¹

Zámerné odstrihávanie sa od digitálnych technológií

Budovanie vlastnej identity mladého človeka si vyžaduje okrem priestoru na pokusy a omyly aj čas na zhodnotenie

¹ Prevzaté a upravené z Youth Trend Report, Trendwolves, 2017 (s. 219– 276)

vývoja. Aj to je dôvod, prečo sa dnešní mladí ľudia zámerne „odstrihávajú“ od svojich smartfónov a tabletov, hoci len na krátky čas. Vo svete nachádzame aj príklady kolektívneho odstrihávania sa, meditovania a stíšenia sa, bez wifi zón, napr. Big Quiet v Centrál Parku v New Yorku – masová meditácia za účasti stoviek ľudí.

Chill and relax prístup prevláda

Byť neustále v behu je dnes zastarané a poukazuje to na neschopnosť človeka prioritizovať si úlohy. Mladí ľudia si viac ako ktorákoľvek generácia pred ňou uvedomujú nevyhnutnosť rovnováhy v živote. Vznikajú rôzne centrá venujúce sa relaxu a oddychu, často dopĺňané meditovaním, jógou, spoločným cvičením, pôstom a pod. Nie je nič nezvyčajné brať si tzv. sabatické voľno, kedy človek opustí tradičný spôsob fungovania a kompletne zmení miesto svojho pôsobenia a venuje sa úplne inej oblasti.

Emócie sú dôležité

Emócie dostávajú oveľa väčší priestor ako reakcia na super-racionalizáciu našich životov, kde hlavnú úlohu hrá

logika, efektivita či vedecké poznatky. Prostredníctvom sociálnych médií sa začala emočná emancipácia a cieľová skupina mladých ľudí čím ďalej tým viac ukazuje svoje city a pocity. Začína sa hovoriť o emočnej inteligencii, empatii a citlivosti ako zručnostiach pre budúcnosť. Emoji (nástupcovia smajlíkov, čiže obrázkové znaky alebo piktogramy, ktoré zobrazujú emócie, zvieratá, objekty, symboly, vlajky alebo miesta) sa stali bežnou súčasťou internetovej komunikácie, pričom na limitovanom priestore jasne prezentujú emóciu, ktorú vysielame.



A silhouette of a person's head and shoulders in profile, facing left, against a dark, cloudy sky. The person appears to be exhaling smoke or vapor. A large, bright red 'X' is superimposed over the image, crossing through the text below. The text is in a bold, white, sans-serif font.

**Zmysluplný
hazard s mysl'ou**

Hnací motor trendu

Po rokoch posadnutosti po rozvoji tela sa trendy opäť raz obracajú k rozvoju mysle. Vedecký výskum a nové technológie vyvolávajú záujem všetkých generácií: cestovanie mysle, halucinogénne látky, psychedelické umenie. To všetko sú prostriedky, ako objaviť nový svet a neočakávané horizonty.

Prejavy trendu¹

Tripy s novým účelom

Experimentovanie s psychoaktívnymi drogami s cieľom dosiahnuť alternatívny stav mysle nie je nový fenomén. Súčasní mladí ľudia ich však využívajú z iných dôvodov: odstrániť bloky a podporiť kreativitu a produktivitu. Marihuana sa stala vysoko akceptovanou medzi dnešnými mladými ľuďmi, vo viacerých krajinách sa začal proces dekriminalizácie marihuany a drog vôbec. Novým trendom

¹ Prevzaté a upravené z Youth Trend Report, Trendwolves, 2017 (s. 279– 368)

je konzumácia raw čokolády a kakaa ako náhrada za kávu a iné stimulanty. Kakao sa stáva veľmi populárnou superpotravinou s údajne podobnými účinkami ako niektoré drogy. Dokonca sa objavili aj reklamy na šňupanie čokolády a špeciálne nástroje pre tento účel. ²

Technológie a myseľ

Rozvoj technológií priniesol ďalšie možnosti do bežného života. Elektronické cigarety sú od roku 2015 základom tzv. vapingu, ktorý dnes mladí ľudia už nespájajú s konzumáciou nikotínu, keďže jeho množstvo môže byť pri vapingu veľmi nízke až nulové. Berú vaping ako nový šport alebo dokonca ako umenie, keďže vyfukovanie dymu a vytváranie rôznych obrazcov má aj svoje súťaže a šampionáty.³ Špecifickú úlohu zohráva virtuálna realita, ktorá prináša ďalšie možnosti na stimulovanie mysle (napr. simulovanie pôžitku z konzumácie čokolády pre diabetikov). Sprostredkované mimozmyslové vnímanie, napr. cez lietanie s dronmi, je ďalším rýchle šíriacim sa prejavom tohto trendu.

² <https://www.youtube.com/watch?v=8Xyzc9DmPsg>

³ <https://www.youtube.com/watch?v=GBU17HKfsL8>

Nárast spirituality

Dnešné oceňovanie a uznávanie rôznych foriem meditácie, mystiky či spirituality sa tu nevzalo len tak z ničoho nič. O tejto generácii mladých ľudí sa hovorí ako o menej religióznej v porovnaní s predchádzajúcou generáciou. Prichádza k nárastu okúzlenia rôznymi hodnotovými systémami, ktoré nie sú tradične náboženské: zvukové kúpele, krištále, online čítanie z tarotových kariet, kozmológia, spirituálne rituály na podporu tela i duše a rôzne ďalšie formy spirituality sa stávajú mainstreamovou záležitosťou.

Cesty do magického sveta

Mladá generácia horlivo hľadá zmysel a účel svojho života. Pre mnohých je prekonanie limitov vlastnej mysle celkom vážnou výzvou. Hľadajú ho práve v spiritualite či putovaní mysle, ideálne rituálnou formou a v kolektíve. Príkladom sú psychedelické festivaly, ktoré ponúkajú okrem istých stimulujúcich substancií hudbu, divadlo, vizuálne umenie, semináre, autorské čítania zamerané na psychedelickú subkultúru. Všetko s cieľom podporiť účastníkov a umožniť im cítiť sa čo najlepšie pri poskytnutí magického zážitku sprevádzaného láskou, priateľstvom, mierom, rešpektom a porozumením.





**Rýchle
meniaci sa život**

Hnací motor trendu

Dnešní mladí lidé žijí ve světě, kde je mimoriadne ľahký prístup k neobmedzenému zdroju inšpirácie – internetu. To podnecuje a zároveň umožňuje neustálu seba aktualizáciu a seba rozvoj. Doba vyžaduje byť pripravený na zmenu, keď sa vyskytne príležitosť. V snahe o vlastnú a neprekonateľnú individualitu majú mladí nepreberné množstvo možností na výber. Sociálne siete sa stali scénou, kde môžu prezentovať svoju osobitosť v názoroch, obliekaní, životnom štýle. Digitálne platformy zároveň umožňujú mladým spojiť sa a ukázať svoj názor i silu.

Prejavy trendu¹

Vytřčaj z davu

Pri tejto systematickej rôznorodosti nie je možné „onálepkovať“ mladých ľudí tak, ako sa to dialo pri predchádzajúcich generáciách. Dnes sú to oni, kto rozhodujú, kým chcú byť či akými chcú byť. A je to

¹ Prevzaté a upravené z Youth Trend Report, Trendwolves, 2017 (s. 29-104)

generácia, ktorá odlišnosti, hybridnosť či premenlivosť oceňuje. Slobodné prezentovanie svojej unikátnej osobnosti považujú nielen za svoje právo, ale aj za symbol ich statusu.

Byť flexibilní

Dnešná super mobilná generácia mladých sa bez problémov a rada presúva z miesta na miesto, čo najlepšie ilustruje jej schopnosť byť flexibilnou. Keďže internet je „kotva“ všetkého, mladí využívajú radšej vlaky ako lietadlá, lebo 6 hodín s wifi a elektrickou zástrčkou je pre nich zaujímavejším variantom. Internet tiež umožňuje využívať nové a lacné typy dopravy, napr. Blablacar či Uber. Pre mladých sú skladacie bicykle a kolobežky najmä v meste prítažlivejšou formou dopravy, a to nielen pre ich flexibilitu, ale zodpovedajú aj ich ekologickým zásadám a hodnotám. Krátkodobé prenájmy typu Airbnb podporujú možnosť cestovať bez zbytočne vysokých nákladov.

Rýchlemu spôsobu života mladých musí zodpovedať aj stravovanie. Žiadna strata času v dlhých radoch. V posledných rokoch preto zažívajú boom donáškové služby, postavené na rôznych aplikáciách, ale aj samoobslužne

pokladne. Veľkej popularite sa teší tzv. street food koncept, pri ktorom mladí ľudia oceňujú najmä autentické jedlo z lokálnych potravín alebo medzinárodné špeciality pripravené z čerstvých, ideálne ekologicky vypestovaných potravín.

Mladí si chcú byť istí, že ich podnikanie bude mať reálnych odberateľov, a preto je populárny tzv. test-mood prístup = otestovať si svoje biznis idey „na nečisto“ v online prostredí. Vytvoriť si vlastné stránky je dnes najmä vďaka rôznym aplikáciám ako Squarespace, Wix či Wordpress mimoriadne jednoduché, rovnako aj prenajať si stôl a internetovú prípojku v zdieľaných kanceláriách, kde sa dá inšpirovať a vzájomne sa učiť.

Job - hopping Z je názov pre mladú generáciu, ktorá je zvyknutá žiť v neistote a je kedykoľvek pripravená na zmenu práce. Napriek tomu sa mladí snažia nestrácať čas a overiť si, či si so svojím zamestnávateľom „sahnú“. Rozmach aplikácií ako [Selfiejob](#) alebo [JobSnap](#) umožňuje rýchlu odpoveď na túto otázku, pretože potenciálny zamestnanec a zamestnávateľ sa vo virtuálnom priestore najprv „otúkajú“, napr. odpovedia na niektoré otázky, pošlú video prezentáciu a pod.

Kde začína práca a kde osobný život?

Krátkodobé kontrakty, práca na časovo obmedzených (často viacerých) projektoch, služobné cestovanie, absencia detí v rodine či partnerstve, cielený zdravý životný štýl (pravidelné cvičenie, zdravá strava, čas na relaxáciu a i.), všetky tieto faktory znemožňujú mať rigidne oddelený čas na prácu/zamestnanie a osobný/volný čas.

Mladí ľudia preto očakávajú flexibilný pracovný čas, bezproblémové čerpanie dní pri práceneschopnosti alebo priepustky pri riešení osobných otázok, prácu „z domu“ a samozrejmosťou sú rýchle technológie. Väčšina mladých však odchádza z aktuálneho zamestnania pre [zlú atmosféru a vzťahy na pracovisku](#) alebo preto, lebo práca sa nezhoduje s etickými hodnotami mladých.

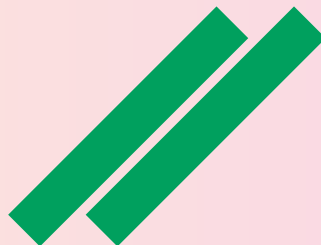
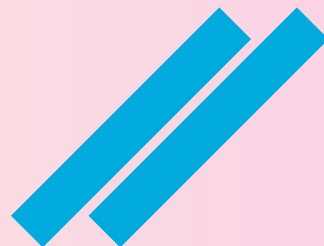
Zamestnávateľia teda musia poskytovať viac relaxácie a voľného času a horizontálna organizácia firiem (nie striktná hierarchia v štruktúre) je tiež riešením na udržanie si mladých zamestnancov. Pravidelné cvičenie, zdravé jedlo a zdravý životný štýl si vyžadujú čas, a preto práca a osobný čas sa musia navzájom dopĺňať.

Sloboda pre všetkých: rod, rasa, národnosť, stav - koho to zaujíma?

Gender (rod) sa v ostatnej dobe stal ohybným konceptom. Facebook dáva až 70 rôznych možností pri vypĺňaní tejto kolónky vrátane „gender fluid“ a „non-binary“. Google+ zavádza okrem „female“ a „male“ aj možnosť „custom“, kde si používateľ sám vpiše definíciu svojho rodu. Reagujú tak na to, že mladí ľudia nechcú byť len „muž“ alebo „žena“. Transgendrové práva sa dostávajú do povedomia verejnosti aj vplyvom mediálne známych osobností ako napr. [Miley Cyrus](#), ktorá vyhlásila, že sa cíti „gendrovo neutrálna“, čo vyvolalo obrovský záujem o túto tému medzi jej fanúšikmi.

Projekt Momondo, ktorého klip DNA Journey videlo prostredníctvom Youtube viac ako 11 miliónov divákov, potvrdzuje, že aj príslušnosť k rase je otvorený koncept. Projekt ukázal, že v každom z testovaných účastníkov boli DNA odkazy predkov, ktorí veľmi často patrili nielen k inej národnosti, ale aj k inej rase. V súvislosti s národnosťou je zaujímavé, že Estónsko ako prvá krajina EÚ zaviedla tzv. [e-residency](#) (medzinárodná digitálna identita), ktorú doteraz získalo viac ako 30 000 záujemcov.

V rokoch 2005 až 2014 sa počet párov v Európskej únii, ktoré nemajú deti, zvýšil o 14% ([Eurostat](#)). Stúpol tak význam priateľov, keďže tradičné rodinné väzby už nie sú početné. Trendwolves zaviedol termín Framily = Family + Friends a ďalej sa venuje sledovaniu tohto trendu.



Závery z prieskumu

Inšpiráciou pri našom prieskume nám boli **výstupy** práce nášho belgického partnera **Trendwolves**, ktorý sa touto témou dlhodobo zaoberá pri oveľa väčších ľudských, finančných aj časových kapacitách. Sme presvedčení, že **globalizácia a internet** spôsobujú, že mladí ľudia sa inšpirujú podnetmi, ktoré masívne prekračujú hranice krajiny. Preto trendy zachytené vo výstupoch našich partnerov **nachádzame aj medzi slovenskými mladými**. Berúc do úvahy všetky práve uvedené argumenty, dovoľíme si istú mieru zovšeobecňovania. Čo sú zistenia z dotazníkov, štruktúrovaných rozhovorov či z analýzy médií?

V úvode je dôležité predstaviť, akými pojmami si **samotní mladí definovali svoju generáciu**. Nie je prekvapením, že najčastejšie slovo spájané s mladou generáciou bolo slovo **internet**. Ďalšie často sa vyskytujúce slová boli technológie, rýchlosť, alkohol či sociálne siete a cestovanie. Objavili sa aj negatívne charakteristiky ako sú lenivosť, nezodpovednosť, či hlúposť.

sloboda

možnosti

mobil

technológie

rýchlosť

internet

uponáhľaná

skazená

namyslenosť

alkohol

stres

informácie

hlúpa

cestovanie

sociálne siete

lenivosť

online

nezodpovedná

zmena



V trende **Vykreš sa do dokonalosti** sa potvrdilo, že mnohí mladí **využívajú príležitosti na vlastné vzdelávanie, ideálne na smartfóne**. Takmer **60 %** má vo svojom smartfóne stiahnutú nejakú aplikáciu, s ktorou sa môžu vzdelávať, kedy chcú a v akej oblasti chcú – najčastejšie ide o učenie sa jazykov, ale aj o aplikácie zamerané na riešenie matematických úloh, online kurzy širokého zamerania (IT, veda ...), prípadne online encyklopédie a záznamy z prednášok. Z rozhovorov vyplynulo, že **meranie pokroku je významný motivačný element** a zároveň im umožňuje zvládnuť veľké množstvo učiva vizuálnejšie, zábavnejšie a pri relatívne malom uvedomení si množstva učiva (na rozdiel od učebníc, ktorých hrúbka ich môže odradiť ešte skôr, než začnú).

Dôvody pre vlastné vzdelávanie sú pragmatické – mladí chápu, že je to výhoda na pracovnom trhu, ale aj „ulahčenie života“. Možnosť mať **priestor a podnety na vlastné vzdelávanie v rámci zamestnania** sa vyskytovala ako častá požiadavka mladých. V rozhovoroch viacerí uviedli vlastnú skúsenosť so situáciou, keď sami radšej volili odchod zo zamestnania, než aby zostali bez ďalších zaujímavých vzdelávacích výziev podľa vlastného výberu.

Potvrdilo sa, že mladí (viac ako 84 %) **oceňujú, ak sa pri rozhodovaní môžu oprieť o rady a odporúčania iných, ale rozhodujú sa sami**. Dnešní mladí majú okolo seba stále dostatok ľudí, ktorých úsudku dôverujú (predovšetkým rodičov). Môže za tým byť aj potreba podeliť sa o stres z rozhodovania alebo aj o následky rozhodnutia. V tomto prejave sa respondenti nášho prieskumu líšia od správania identifikovaného naším belgickým partnerom, v ktorom prevažovalo samostatné rozhodovanie sa na základe dostupných informácií, referencií a pod. Zvažujeme, či príčinou toho, že sa mladí **nemôžu dostatočne spoľahnúť na svoje schopnosti** získať dôveryhodné informácie z rôznych zdrojov, zhodnotiť ich a urobiť dôležité rozhodnutie bez asistencie, nemôže byť **nízka úroveň čitateľskej gramotnosti a kritického myslenia**.

Za základ svojho úspechu mladí považujú nielen svoje kompetencie, vedomosti či odborné zručnosti, ale aj dobrú **fyzickú kondíciu**, čo znamená nielen pravidelne cvičiť, ale sa aj špeciálne stravovať. Mladí (cca 40 %) využívajú rôzne **technológie na sledovanie svojho fyzického rozvoja**. Zvedavosť a túžba vyskúšať si nové veci sa v súčasnosti spája aj so záujmom mladých spoznať, kde sú ich osobné fyzické i psychické hranice a tiež zistiť, do akej miery zvládajú rôzne situácie. Na rozdiel od zistení Trendwolves bola medzi respondentmi len asi **jedna tretina takých, ktorí majú skúsenosť s aktivitou, ktorá vyžaduje extrémnu fyzickú alebo psychickú záťaž**. Ak sa jej zúčastnili, tak preto, aby otestovali svoje hranice. Dve tretiny z tých, ktorí takúto skúsenosť majú, sú ochotné si ju zopakovať. Pre niektorých je aj vycestovanie a štúdium v zahraničí opustením komfortnej zóny a učenie sa v situácii „ide o život“ považujú za veľmi dobrý hnací motor.

Asi **30 % mladých** sa v poslednej dobe **stravovalo špecifickým spôsobom** (napr. vegetariánstvo, paleo diéta a pod.). Čo sa týka konzumácie **superpotravín**, zhruba 40 % ich zaraďuje do svojho jedálnička, pričom ženy v oveľa väčšej miere než muži. Účasť na oslavách a **partý bez alkoholu** potvrdila menej ako polovica respondentov.

Tendencia „užívať si bez výčitiek“, ktorú identifikoval belgický partner, **zatiaľ ešte nie je v slovenských podmienkach prítomná vo veľkej miere**. Z rozhovorov sa ukázalo, že tí jednotlivci, ktorí to myslia so svojím fyzickým rozvojom vážne, neriskujú stratu svojich výsledkov zbytočnou konzumáciou alkoholu či ponocovaním. Uvedomujú si však, že prichádzajú o priateľské väzby a zábavu pri spoločnom trávení času. Dilema, čoho sa vzdať, je predmetom vážnych osobných rozhodnutí.

udemy autoškola memrise
coursera quizlet wikipedia TED
curiosity oskole desmos photomath
duolingo youtube
khanacademy elevate talenthub
digitalnagaraz slovníky otvorenahra
podcasty skillshare oskole **príklady**



Trend **Kmene na internete**, ktorý sa v reporte Trendwolves prejavuje napríklad viacerými profilmi či účasťou v elitných, uzavretých skupinách, bol v našom prieskume potvrdený len čiastočne (len 20 % mladých má dvojité profil na sociálnych sieťach). Mladí využívajú **radšej blokovanie či „zneviditeľnenie“ príspevkov od iných účastníkov než dvojité profil.**

Fotografie a videá sú základným komunikačným prejavom mladých používateľov sociálnych sietí (58,6 % respondentov nášho prieskumu zverejňuje najčastejšie fotografie a obrázky). Facebook je aj z tohto dôvodu menej používanou sieťou. Mladí vo veku 12, 13 rokov sú najpravdepodobnejšie na www.musical.ly, starší vo veku 14, 15 rokov sú skôr na Messengeri. Mladí **minimálne**

posielajú sms-ky alebo píšú maily. Vedie používanie Instagramu a tvorba instastories.

Od rozšírenia funkcionality Facebooku o **možnosť vytvárať skupiny** je tvorba a účasť v skupinách pomerne využívaná, hoci respondenti nášho prieskumu deklarovali, že sami sú členmi neverejných skupín len v 33 % odpovedí. Sociálne siete upozorňujú na základe členstva v skupinách na ďalšie skupiny podobného typu. Existujú **veľké skupiny**, napr. podľa miesta „Slováci v Prahe“, rovnako ako rôzne „bazáre“, „bývanie“, „PC hry“, „zdravé jedlo“ či „zoznamky“. Vznikajú **úplne uzavreté menšie skupiny**, napr. „fitness kluby“ či absolventi rôznych školení. V odborne ladených skupinách (od marketérov až po barefoot matky) ľudia často hľadajú radu, zdieľajú novinky, reagujú vzájomne na príspevky a učia sa od seba navzájom.

Práve sociálne siete sa stali priestorom na prejavenie názoru, postoja či individuality. Možnosť **vyjadriť svoju účasť na „udalosti“** sa stala významným prejavom podpory myšlienky alebo komunity. Mladí sú ovplyvňovaní „influencerami“, mladší najmä slovenskými internetovými celebritami (najčastejšie youtuberi ako GoGoMan TV, MenameSelassie, Moma atď), starší aj online celebritami



JUN 1 Urban Market 2018 (Spring Edition)
Public · Hosted by Urban Market and ČO - Čerstvé Ovocie


★ Interested Invite ...

June 1 – June 3
Jun 1 at 4:00 PM to Jun 3 at 7:00 PM UTC+02

Fakulta architektúry STU
Námestie slobody 19, 812 45 Bratislava, Slovakia Show Map

About Discussion

447 Going · 2.4K Interested
Share this event with your friends Invite



MAR 9 Postavme sa za slušné Slovensko!
Public · Hosted by Peter Nagy and 7 others


★ Interested ...

Friday, March 9 at 5:00 PM - 8:00 PM UTC+01
about 1 month ago

Námestie SNP, 811 01 Bratislava, Slovenská Republika Show Map

About Discussion

10K Went · 10K Interested
Share this event with your friends



MAR 22 Vypredané! Ako žiť bez odpadu @KC Dunaj~
Public · Hosted by SmartTalk and KC Dunaj

★ Interested ...

Wednesday, March 22, 2017 at 8:00 PM - 9:30 PM UTC+01
More than a year ago

KC Dunaj
Nedbalova 3, 81101 Bratislava, Slovakia Show Map

About Discussion

306 Went · 1.6K Interested
Share this event with your friends

Príklad trendu v slovenských médiách

Sociálne hnutie aj na internete

zo zahraničia (ako PewDiePie, HolaSoyGerman, Jenna Marbles a iné). Influenceri nie sú často známi ľudia a ich sláva a popularita je postavená na internetových vstupoch (fotografie, videá, komentáre a i.), ktoré sa spájajú s nejakou špeciálnou schopnosťou a istou výnimočnosťou. Najslávnejší influenceri pôsobia v oblastiach módy, športu, hrania a komentovania PC hier a i.

Rozšírenie sociálnych sietí a technických možností, napr. vznik kanála Youtube, umožnilo tiež **prijímať výzvy, zaznamenávať ich a zdieľať**. Výzvy zamerané najmä na vzhľad či fyzickú zmenu sú populárne preto, lebo umožňujú prezentáciu "makania na sebe", slúžia však aj ako inšpirácia pre ostatných. Tieto výzvy je možné nájsť združené pod hashtagmi ako #challenge, #challengeyourself

#beforeafter, #predapo (len necelých 20 % respondentov nášho prieskumu používa hashtagy). Niektoré výzvy sú spojené aj s hlbšími myšlienkami, napr. výzva Dominiky Cibulkovej tzv. Ice Bucket Challenge, ktorej cieľom bola podpora pacientom s amyotrofickou laterálnou sklerózou a na ktorú reagoval aj prezident Kiska (2014)¹.

Niektoré **bláznivé výzvy** sa rozšírili aj na slovenskom internete, ako napr. Zem je láva (hra, pri ktorej si do 5 sekúnd musíte nájsť také miesto, aby ste sa nedotýkali zeme), ktorá patrí medzi tie menej **nebezpečné** (na rozdiel od prehŕtania vrecúšok s pracím gélom²). Podobne **neškodná** je výzva Mannequin Challenge, kde všetci účastníci musia zostať „zmrazení v čase“ po celú dobu natáčania záberu, na čo zareagovali napr. futbalisti Slovana³, účastníci súťaže Československo má talent⁴ či

1 <https://refresher.sk/20741-Nas-prezident-Andrej-Kiska-prijal-vyzvu-a-splnil-Ice-Bucket-Challenge>

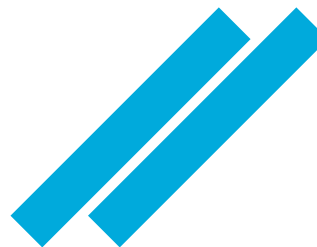
2 <https://www.youtube.com/watch?v=5QIz2PU7HIs>

3 <http://sportky.zoznam.sk/c/155231/mannequin-challenge-uz-aj-na-slovensku-takto-vtipne-zvladli-vyzvu-futbalisti-slovana>

4 <https://www.youtube.com/watch?v=P82SQErTL5s>

slovenskí olympionici⁵. Všetky videá sa bleskovo rozšírili na internete („viral“).

5 https://www.youtube.com/watch?v=eS_qfe-TbYc



Hlavnými prejavmi trendu **Chillujeme zmysly** je podľa zistení belgického partnera **odstrihnutie sa od technológií** a snaha o **vyrovnaný život a životný štýl**. Tieto prejavy neboli v slovenských podmienkach potvrdené do významnejšej miery. Len necelá jedna tretina respondentov (29,8 %) v poslednom období zámerne nepoužívala digitálne technológie. Ako najčastejší dôvod odpojenia mladí uviedli **potrebu oddýchnuť si od ľudí a informácií**, ako aj potrebu ponoriť sa do svojho vnútra či

sústrediť sa. Pri rozhovoroch sa niektorí účastníci vyjadrili, že v mladšom veku je takéto „odstrihnutie sa“ dosť nereálne, keďže komunikácia medzi rovesníkmi prebieha najmä na sieťach a chatoch a mnohé rozhovory sa týkajú udalostí prezentovaných na internete. Nemať prehľad preto znamená byť vylúčený z diskusie.

Každý z respondentov robil nejaký typ aktivity na vybalansovanie stresu a pre lepší pocit v rámci voľného času a oddychu. Najčastejšie mladí **počúvajú hudbu** (15%), **chodia do prírody** (13 %), **pozerajú filmy** (12,8 %) či spievajú si a venujú sa športu (10,3 %). Naši respondenti (medzi ktorými bolo podstatné množstvo mladých do 18 rokov) sa nevenovali aktivitám ako meditácie, dychové cvičenia, pravidelné dovolenky či masáže. S pribúdajúcimi rokmi a so zlepšovaním finančnej situácie je väčšia pravdepodobnosť zaradenia týchto aktivít do režimu dňa.

Zaujímavým fenoménom je tzv. **sabatické voľno**, ktoré sa už začína prejavovať, napríklad v živote mladých, ktorí pôsobia v korporáciách alebo firmách s majiteľmi mimo Slovenska. Dôvodom je často získanie opätovnej rovnováhy v živote, ktorá bola ohrozená či už pracovným vyčerpaním alebo komplikovanou osobnou situáciou.

Príklad trendu v slovenských médiách

Deň bez sociálnych sietí



NOV 23 Deň bez sociálnych sietí
Public · Hosted by Andyho Vlogy

★ Interested

🕒 Thursday, November 23, 2017 at 5:30 PM - 10:30 PM UTC+01
about 4 months ago

📍 Staré Mesto, Bratislavský, Slovakia [Show Map](#)

About Discussion

1.1K Went · 7.5K Interested
Share this event with your friends



Zmysluplný hazard s myslou je trend, ktorého prejavy sme v našom prieskume zaznamenali v najmenej miere zo všetkých piatich sledovaných trendov. U respondentov sme síce nesledovali skúsenosť s pravidelným fajčením marihuany, pokus Ministerstva spravodlivosti o úpravu legislatívy z roku 2017 však naznačuje, že proces dekriminalizácie istých drog sa začal aj na Slovensku, a to aj ako reakcia na **nárast mladých ľudí experimentujúcich s marihuanou alebo inými drogami** či ako návrh na spravodlivejšie riešenie trestov za držanie istého množstva drogy¹. Malú osobnú skúsenosť deklarovali mladí v súvislosti s novým fajčením **tzv. vapingom** (20 %), ale aj

1 <https://www.postoj.sk/27612/ms-predstavi-lo-navrh-na-ciastocnu-dekriminalizaciu-drog>

s **virtuálnou realitou** (24 %) či **lietaním s dronom** (40%). 36 % chce vyskúšať virtuálnu realitu a takmer polovica respondentov (48,5 %) zase túži zažiť lietanie s dronom. Vaping je zaujímavý ako nová skúsenosť len pre necelých 5 % respondentov. Väčšina respondentov (82,8 %) sa v poslednom období **nevenovala žiadnym spirituálnym alebo ezoterickým aktivitám** a väčšina (72,2 %) sa nezúčastnila **psychedelických festivalov**.



Flexibilita, individualizmus, sloboda pre všetkých – to sú kľúčové slová charakterizujúce trend **Rýchlo meniaci sa život**. Trend zahŕňa prejavy od využívania nových spôsobov dopravy, zmeny zamestnania až po zmenu pohľavia či angažovanosť mladých v spoločenských a politických témach.

Príklad trendu v slovenských médiách

Popularizácia témy Transgender

Slovenská producentka a drumandbassová dídžejka Matia Lenická (33) je ľuďom známa pod menom B-Complex. Pred tým bola Matúš Lenický. Na Facebooku má 70 364 fanúšikov a na Instagrame 3 269 followerov. Zapája sa do celospoločenských tém, vyjadruje svoj názor a vyzýva mladých ľudí k aktivite.



foto: Vanda Pirková

Takmer **70 % mladých využíva** v rôznej frekvencii **alternatívne dopravné prostriedky** ako skladacie bicykle či kolobežky, čo reflektuje aj angažovaný postoj mladých k ochrane životného prostredia. **80 % využíva donáškové služby**.

Prieskum overoval aj nastavenie mladých ľudí pri výbere alebo zmene zamestnania. Medzi najdôležitejšie dôvody uviedli **zmyslupnosť práce, finančné ohodnotenie, ale aj priateľskú atmosféru na pracovisku**. Vysoko ohodnotená bola **možnosť pracovať s expertmi**. K najmenej dôležitým zas patrili sociálne benefity či pôsobenie známeho v práci, prípadne prísny šéf. **60 %** respondentov má v práci či v škole priateľov a pre 56 % je práca aj koníčkom. Okolo 60 % respondentov z radov slovenskej mládeže by **považovalo za problematické kedykoľvek zmeniť svoju prácu či sa presťahovať na iné miesto**.

87 % respondentov skôr súhlasilo či stotožňovalo sa s výrokom, ktorý deklaruje **rovnosť práv pre všetkých a vzájomný rešpekt**. V tom prípade sa ako zaujímavý javí fakt, že **iba polovici z nich** nevadí, ak niekto chce **zmeniť svoje pohlavie/rod**.

Jedna z analýz dát ukázala, že zhruba **48 %** respondentov tvoria tí, ktorí sú **tolerantní, otvorení, flexibilní a radi na seba pracujú**. Asi 5 % tvorili mladí, ktorí sú **značne konzervatívni, možno až extrémistickí** (nemajú vzťah k právam druhých a vzájomnému rešpektu) a sú skôr pasívni v živote.

V závere chceme zdôrazniť, že formát nášho prieskumu **neumožňoval získať kvantitatívne dáta na úrovni reprezentatívneho výskumu**. To ani nebolo našou ambíciou. Velmi dobre si totiž uvedomujeme, že dnešná mladá generácia je viac ako ktorákoľvek iná generácia pred ňou **pripravená bleskovo zareagovať na rôzne podnety** a tiež rovnako **rýchlo zmeniť svoje správanie, prístup a prejavy** podľa aktuálnej situácie či vlastného želania. Preto hovoriť o **trvalých či pretrvávajúcích trendoch**, ktoré sa prejavujú vo veľmi konkrétnych formách, je pri dnešných mladých komplikované. Skôr môžeme hovoriť o **istých preferenciách či nastaveniach**, ktoré však môžu mať nespočetné formy prejavu. Zároveň je dôležité mať na pamäti, že mládež je veľmi heterogénna skupina, pričom **„vytrčať z davu“ a čo najviac sa odlišovať** nielen od predchádzajúcich generácií, ale aj od svojich rovesníkov, je nastupujúci trend.




foto: instagram alexwortex69

Príklad trendu v slovenských médiách

Vytřčanie z davu ako norma

Mladí chcú byť iní, unikátni a nehanbia sa za to, akí sú. Príkladom je nezvyčajná Slovenka alexwortex69, ktorej fotografie vzbudili rôznorodé reakcie, ale aj veľkú pozornosť v online priestore. Sama to charakterizuje takto: „Bolo by fajn, ak by sa ľudia začali riadiť heslom “ži a nechaj žiť”. Plus to, že sa niekto oblieka inak, než je štandardom, automaticky neznamená, že si fičím na omamných látkach. Milujem módu a najmä experimenty, nevydržím stáť na jednom mieste, potrebujem skúšať nové veci. Šedočierne trendy z fast-fashion reťazcov môžu byť pre niekoho fajn, no mňa by nudili po piatich minútach. Som odlišná a rozličnosť rešpektujem aj na každom ostatnom, ak by to tak robili všetci, svet by bol omnoho krajším miestom“¹

1 <https://refresher.sk/47691-Nezvycajna-Slovenka-AlexWortex69-Som-attention-whore-inak-by-som-nemala-Insta-gram-Rozhovor>

A group of people are silhouetted against a bright sunset in a forest. The sun is low on the horizon, creating a warm, golden glow that filters through the trees. The people are standing in a line, looking towards the light. The overall mood is peaceful and contemplative.

**Ako využiť
tieto informácie**

Každý z prezentovaných trendov môže v rôznych prostrediach a situáciách vyžadovať **osobitnú analýzu a individuálny prístup**. V tejto časti sa pokúsime naznačiť, ako by rôzni aktéri, aktívni v práci s mládežou, mohli **podporiť jednotlivé témy svojej mládežníckej politiky s prihliadnutím na uvedené trendy**. Ambíciou nášho tímu v YouthWatch je **ďalej poskytovať špecializované poradenstvo a konzultácie**, ako nastaviť niektoré oblasti mládežníckej politiky podľa individuálnych potrieb jednotlivých aktérov a, samozrejme, skupín mládeže.

Zamestnanosť - zamestnávateľia

Pre mladých je **zmysluplnosť zamestnania** na prvom mieste v rebríčku ich hodnôt. Je preto viac než dôležité mať premyslenú a prítlačivo prezentovanú filozofiu svojej činnosti a jej spojenie s hodnotami. Uchádzači o pozície si veľmi dobre prezrú webové stránky a prečítajú rôzne články a správy o firme, skôr než tam zašlú svoj motivačný list. Náš prieskum nezistoval, ako mladí zamestnanci hodnotia **možnosť dobrovoľníctva v zamestnaní**, isté náznaky nárastu tejto hodnoty v rebríčku mladých však bolo možné zachytiť z rozhovorov, ako aj z aktivít na sociálnych sieťach.

Mladí ľudia sú cieľavedomí a mnohí sa na svoju pracovnú kariéru pripravujú rôznymi formami seba vzdelávania. To, čoho nemôžu mať dostatok, sú skúsenosti, a preto dobre premyslený a funkčný systém **spolupráce s expertmi** v tejto oblasti môže zaručiť, aby mladí zamestnanci pobudli dlhšie než pár mesiacov.

Veľkou požiadavkou mladých ľudí bol **osobný odborný rast a dostatok príležitostí na vzdelávanie** a, samozrejme, aj na kariérový rast. Vo veľkých firmách, kde je priestor na postup po rebríčku pozícií väčší, je táto požiadavka ľahšie zrealizovateľná. V menších spoločnostiach funguje možnosť spolupráce na rôznych projektoch, pracovné tieňovanie či dlhodobjšie zastupovanie alebo vyslanie do inej pobočky či partnerskej firmy. Zamestnanec tak môže získať ďalšie zručnosti, ktoré majú dnes pre mladých cenu zlata.

Samostatnosť a iniciatívnosť je poznávacie znamenie mnohých mladých zamestnancov. Prichádzajú s návrhmi, nápismi či produktami, ktoré môžu byť vzhľadom na nedostatok ich skúseností ešte nedokonalé (neplatí automaticky!) alebo s nimi prichádzajú v nesprávny čas, keď sú iné prioritné úlohy. Často pre nedostatok času či

pracovné vyťaženie v inej oblasti dostane mladý človek odpoveď typu „to tu už bolo a nefungovalo to“, prípadne odpoveď nedostane vôbec, hoci mu nadriadení slúbili, že sa na to pozrú. Je to najľahší spôsob, ako prísť o potenciálneho zamestnanca.

Element slobodného rozhodovania a rešpektovanie individuálnej voľby mladých vo všetkých oblastiach sa potvrdili ako základ pre dobrú komunikáciu a vzťahy s dnešnou generáciou mladých, čo je dôležité rešpektovať aj na pracovisku. Prejavuje sa to aj v ich potrebe sami si riadiť miesto a čas, kde sa im pracuje najlepšie. Musíme brať do úvahy aj iné záujmy mladých ľudí, ktoré sa týkajú napr. návštevy fitness centra či cvičenia jogy alebo rodinných a partnerských povinností, ktoré si chcú zariadiť v rôznych časoch tradičných pracovných hodín. **Flexibilný pracovný čas a bezproblémové čerpanie voľna**, ako sú napríklad priepustky, návštevy lekára a doprovod člena rodiny, preto považujú za kľúčovú podmienku pre dobrú spoluprácu so zamestnávateľom.

Mladí majú radi jasne stanovené (ideálne **merateľné podmienky na výkon i na získanie lepšieho finančného ohodnotenia**). Nastavenie týchto pravidiel a ich

dodržiavanie ocení každý zamestnanec, špeciálne však mladý. Tiež si vážia, ak v práci majú človeka, ktorý s nimi plánuje, sleduje či vyhodnocuje ich postup, pokrok – ako výkonnosť, pracovný, tak aj osobný rozvoj.

Pre mladých sú **vzťahy a hierarchia na pracovisku** jedným z najdôležitejších motivačných elementov. Tým, že je klesajúci trend sobášov a mnoho párov nemá spolu deti, práca a vzťahy v práci sú pre nich dôležitou časťou ich spoločenského života. Ocenia priateľskú a otvorenú komunikáciu, optimizmus a humor, partnerské vzťahy a lineárnu hierarchiu (team leader namiesto riaditeľov či vedúcich, striedanie zodpovedností a vedenia tímov). Je dôležité využiť ich zápal a umožniť im zapojenie sa do rôznych hodnotení kvality či návrhov zmeny. Samozrejme, s tým, že budeme vážne zvažovať ich návrhy a hodnotenie. Nič tak neodradí mladých ľudí, ako ich energia vydaná na prácu, ktorá vyjde nazmar alebo sa neberie vážne. Z rozhovorov vyplynulo, že viaceré firmy začali na posilnenie tímovej spolupráce využívať virtuálnu realitu. S veľkým úspechom najmä medzi mladými zamestnancami.

A na záver: je dôležité udržiavať **dobré vzťahy s odchádzajúcimi zamestnancami**. Nie je vylúčené, že sa



k pôvodnému zamestnávateľovi vrátia po istom čase so záujmom o inú, vyššiu pozíciu po tom, ako získali vzácnu skúsenosť inde.

Moderné trendy a ich reflexia v práci s mládežou

Oblasť práce s mládežou vytvára priestor pre neformálne vzdelávanie a výchovné formovanie mladých ľudí v nespočetne veľa oblastiach a témach. Pre dnešnú mladú generáciu je snaha o **slobodnú voľbu a samostatné rozhodovanie** kľúčová. Dnešní pracovníci s mládežou musia mať viac ako kedykoľvek predtým mimoriadne otvorené hlavy a nutnú dávku trpezlivosti.

Dobre sa dá využiť záujem o **neformálne a zábavné učenie, kde meranie a porovnávanie pokroku** je motivačným elementom. Pridelenie **vlastného kouča alebo mentora** je pre istú skupinu mládeže veľmi atraktívna životná situácia. Pre pracovníkov s mládežou to na druhej strane znamená nutnosť osvojiť si moderné prístupy, napr. aj koučovacie metódy vedenia ľudí.

Tiež je dôležité nájsť **témy, ktoré oslovujú rovnako nastavených mladých ľudí** a poskytovateľ aktivít sa s nimi môže zotožniť. To tiež vytvára požiadavku na lepšie profilovanie organizácií a inštitúcií, ako aj na ich flexibilitu v rýchlom reagovaní na nové potreby a trendy. Mladí mimoriadne oceňujú poskytovanie akýchkoľvek **priestorov, platforiem na podporu svojho talentu**. Finančné dotácie, hoci minimálnych rozmerov, sú dobrým mostom na nadviazanie kontaktu a udržanie záujmu o prácu či spoluprácu.

Hoci použitie v oblasti práce s mládežou je v masovom meradle zatiaľ nereálne, všetko, čo súvisí s poskytovaním **zážitkov spojených s mimo zmyslovým vnímaním**, ako napríklad lietanie s dronmi či rozšírená a virtuálna realita, je absolútny top v možných ponukách pre aktuálnych mladých. Navyše, zdá sa, že aj technológie sa vyvíjajú tak rýchlo, že niektoré staršie modely už môžu byť oveľa dostupnejšie, než sa môže javiť.

Dnešných mladých ľudí mimoriadne oslovuje akákoľvek **tajomnosť a mysterióznosť**. Ak sa s týmito fenoménmi dobre pracuje, mladí ľudia na ne reagujú s veľkým záujmom.

Moderné trendy ukazujú, že poskytovanie príležitostí na **extrémne a neobyčajné zážitky**, ktoré preveria, čo človek dokáže, je pre skupinu mladých veľkým lákadlom (tábory prežitia, nočné pochody, spanie v lese či v zime a i.).

Je dobré reagovať na aktuálne trendy, napr. vo formách **rôznych výziev**, ktoré mladí ľudia poznajú z internetu a pretransformovať ich na **menšie iniciatívy s lokálnymi odkazmi a témami**. Možnosť zdokumentovať celý proces a zdieľať ho na internete ako **formu seba prezentácie**, je ďalšia pridaná hodnota týchto aktivít z pohľadu tradičného správania mladých.

Pri oslovovaní mladých je potrebné pamätať na to, že **byť trochu proti všetkému a mladých ľudí provokovať a poskytovať im rôzne výzvy**, je novodobý prejav toho, ako byť „cool“.

Podpora občianskej angažovanosti

Dnešná generácia je **zapálená pre hľadanie pravdy**. Udalosti z posledných mesiacov spojené s masovými **pochodmi a protestami** v uliciach slovenských miest vznikli

z iniciatívy mladých ľudí. Dnešní mladí majú neobmedzený prístup k informáciám, ale aj k zdrojom inšpirácie, ktoré im poskytuje internet. Vedia sa veľmi **rýchlo zorganizovať, komunikačné platformy** majú na dosah cez pár klikov.

Ak chceme podporiť občiansku angažovanosť/participáciu, musíme chápať, že zaobchádzame s generáciou, s ktorej dôverou sa neoplatí zahrávať. Sú ochotní riešiť veci, no len ak **cítia, že môžu zmenu skutočne ovplyvniť**. Ak túto dôveru stratíme, vedia sa veľmi rýchlo otočiť niekde inde, presťahovať sa, žiť si len sám pre seba, pre uspokojenie svojich záujmov a využívať nespočetné príležitosti, ktoré dnešná doba ponúka. Už niekoľko rokov sa hovorí o tom, že strácame mladých ľudí v obciach a mestách Slovenska, hovorí sa o úniku mozgov do zahraničia. My v YouthWatch navyše upozorňujeme, že dôvodom, pre ktorý mladí ľudia opúšťajú svoje mestá a dediny, je aj strata dôvery a pocit, že ich tu vlastne nikto nepotrebuje. Preto **budovanie partnerského prístupu** je základom občianskej angažovanosti mladých (alebo jednoducho povedané, základom budovania vzťahu k svojmu mestu či dedine).

Ukazuje sa, že rovnako dôležitou kompetenciou, ako sa niečo naučiť, je v dnešnej dobe schopnosť **„odnaučiť**

sa“. Platí to najmä pre prístupy k mladým ľuďom v praxi samosprávy. Tradičné subjekty ako mládežnícke a študentské parlamenty, ktoré neprinášajú žiadnu zmenu a sú organizované tradičným spôsobom, nemôžu osloviť dnešnú generáciu na dlhší čas. Udržiavanie ich motivácie môže posilniť napríklad využitie **moderných technológií, ako sú interaktívne mapy** s návrhmi a nápismi samotných mladých ľudí, ako zmeniť prostredie či ponúkané aktivity. Samozrejmosťou má byť **následná partnerská diskusia a závery**, ako tieto návrhy mladých ľudí dostať do skutočného života. A svoje záväzky aj dodržať, lebo mladí sledujú, hodnotia a reagujú.

Niektoré citlivé témy ako sú **transgender, homosexualita** či téma utečencov, môžu byť zaujímavé a pritiahnúť mladých, ktorí chcú o tejto téme vedieť viac či potrebujú odbornú pomoc a poradenstvo. Je dôležité mať v rámci spolupráce záštitu zástupcov týchto skupín, aj ako poradcov a mentorov.

Pre podporu občianskej angažovanosti je možné využiť všetky motivačné prvky či prístupy uvedené v časti Moderné trendy a ich reflexia v práci s mládežou.

Podpora zdravia a zdravého životného štýlu

Pod touto „nálepkou“ sa nemusia skrývať len tradičné súťaže, hry a turnaje. Je možné brnkáť na rôzne struny vynárajúcich sa trendov, napríklad podporovať alternatívnu dopravu po meste, ako je napr. **využívanie bicyklov a kolobežiek** či organizovať **krátkodobé kurzy varenia** podľa niektorých moderných štýlov (paleo, raw atd.).

Fenomén Crossfit sa rozšíril po celom svete, je dobre zdokumentovaný a v rozumnom meradle môže byť zaujímavý ako krátkodobá aktivita pre mladých. Poskytovatelia pracujúci s témou zdravého životného štýlu sa tiež môžu nechať inšpirovať týmto príkladom a vymyslieť aktivity s podobným prístupom prispôbené lokálnym podmienkam.

Viac návrhov a námetov pre rôznych záujemcov a rôzne témy ponúka občianske združenie YouthWatch na individuálnej báze.



Záver alebo dobré spolužitie s mladou generáciou

Voči správaniu a nastaveniu mladej generácie môžeme mať výhrady. Na jednej strane je to niečo, čo sa opakuje so železnou pravidelnosťou – staršia generácia sa sťažuje na tú prichádzajúcu. Na druhej strane, sú to mladí ľudia, ktorí budú (či už si to staršia generácia praje alebo nie) pokračovať v tom, čo tí pred nimi začali a nikto iný tu nebude. Čím skôr sa naučíme túto generáciu chápať a spolupracovať s ňou, tým ľahšie bude odovzdávať im budúcnosť nás všetkých do ich rúk.

O autoroch

Mgr. Jana Miháliková PhD.

sa dlhodobo venuje téme mládežníckej politiky a jej rozvoju. Od roku 1997 pôsobila 18 rokov v IUVENTE – Slovenskom inštitúte mládeže a od roku 2015 pokračuje v týchto témach v rámci OZ YouthWatch. Je spoluautorkou prieskumu Samosprávy a mládež (2015), ako aj ďalších metodických publikácií z oblasti mládežníckej participácie, dobrovoľníctva, interkultúrnej výchovy, mobility a pod.

Mgr. Alena Tomanová

oblasti neformálneho vzdelávania v práci s mládežou sa venuje od roku 2008. Spoluorganizovala mnoho vzdelávacích podujatí pre pracovníkov s mládežou a mládežníckych vedúcich v téme kvality a inovácií v tejto oblasti ako napríklad ILF- Innovative Learning Forum. Aj tieto témy patria ku kľúčovým v rámci OZ YouthWatch, kde momentálne pôsobí.

Ing. Tomáš Pešek

Už takmer dve desaťročia sa zameriava na efektívny rozvoj potenciálu mladých ľudí a tých, čo s nimi pracujú. Venuje sa zážitkovej pedagogike, neformálnemu vzdelávaniu, profesionálnemu koučovaniu a v poslednej dobe aj rozvoju učiteľov.

Mgr. Martin Hulín

sa venuje metodológii kvantitatívneho výskumu, štatistickému spracovaniu a vizualizácii dát. Pôsobí na Výskumnom ústave detskej psychológie a patopsychológie.

O občianskom združení YouthWatch

YouthWatch je slovenské občianske združenie nezávislých odborníkov na prácu s mládežou a mládežnícku politiku. Hoci bola organizácia založená v roku 2015, skúsenosti jednotlivých členov sa datujú do konca 90. rokov. Cieľom existencie združenia je prispievať ku kvalite práce s mládežou (neformálne vzdelávanie v práci s mládežou), podporovať mladých ľudí a najmä ich zmysel pre iniciatívu, identifikovať trendy a potreby mladých ľudí, podporovať nové prístupy, inovácie a modernizáciu mládežníckej politiky. Odborné znalosti členov YouthWatch zapojených do prezentovaného projektu súvisia s ich dlhodobým zapojením do koncepčných a strategických aktivít spojených s transformáciou a rozvojom sektora práce s mládežou či výskumom mládeže.

Impressum

Vydavateľ: YouthWatch

Autori: Jana Miháliková, Alena Tomanová, Tomáš Pešek, Martin Hulín

Názov: Trendy v životnom štýle mladých

Podnázov: trendwatch sk 2018

Poradie vydania: prvé

Rok vydania: 2018

Analýza médií: Lucia Jakubcová

Grafická úprava: Andrea Sihelská

Foto: Unsplash (ak nie je uvedené inak)

Tlač: ŠOPA PRINT, Škultétyho 1, 831 04 Bratislava

Náklad: 100 kusov

Druh väzby: brožovaná

ISBN: 978-80-973031-0-5

EAN: 9788097303105

Vydanie tejto publikácie bolo financované z príspevku Ministerstva školstva, vedy, výskumu a športu Slovenskej republiky v rámci Programov pre mládež.

you**th**
watch