

Postmoderni oblici duhovnosti: popularnost magije, čitanja sudbine i horoskopa

Selanac, Petra

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zadar / Sveučilište u Zadru**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:162:288551>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-22**



Sveučilište u Zadru
Universitas Studiorum
Jadertina | 1396 | 2002 |

Repository / Repozitorij:

[University of Zadar Institutional Repository](#)



Sveučilište u Zadru
Odjel za sociologiju
Sveučilišni prijediplomski studij
Sociologija

Petra Selanac

**Postmoderni oblici duhovnosti: popularnost magije,
čitanja sudbine i horoskopa**

Završni rad

Zadar, 2024

Sveučilište u Zadru
Odjel za sociologiju
Sveučilišni prijediplomski studij
Sociologija

Postmoderni oblici duhovnosti: popularnost magije, čitanja sudbine i
horoskopa

Završni rad

Student/ica:
Petra Selanac

Mentor/ica:
doc. dr. sc. Željka Zdravković

Zadar, 2024



Izjava o akademskoj čestitosti

Ja, **Petra Selanac**, ovime izjavljujem da je moj **završni** rad pod naslovom **Postmoderni oblici duhovnosti: popularnost magije, čitanja sudbine i horoskopa** rezultat mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na izvore i radove navedene u bilješkama i popisu literature. Ni jedan dio mojega rada nije napisan na nedopušten način, odnosno nije prepisan iz necitiranih radova i ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem da ni jedan dio ovoga rada nije iskorišten u kojem drugom radu pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj, obrazovnoj ili inoj ustanovi.

Sadržaj mojega rada u potpunosti odgovara sadržaju obranjenoga i nakon obrane uređenoga rada.

Zadar, 2024

Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. Suvremeno stanje religioznosti.....	3
3. Novi oblici duhovnosti u New Age kompleksu.....	6
3.1. Duhovnost u medijima potrošačkog društva	8
3.2. Uloga magije, čitanja sudbine, i horoskopa u postmodernim duhovnostima.....	10
3.3. Tko i zašto slijedi prakse New Age-a?.....	13
3.4. Postmoderni oblici duhovnosti u kontekstu Hrvatske	15
4. Zaključak	17
5. Literatura	19

Postmoderni oblici duhovnosti: popularnost magije, čitanja sudbine i horoskopa

Sažetak

Ovaj završni rad nastoji objasniti rastuću popularnost novih, postmodernih duhovnosti, a kako je posebna pažnja posvećena magiji, čitanju sudbine i horoskopu, ističe se kompleks New Age u kojem su ti fenomeni i smješteni. Naime, suprotno općoj pretpostavci, globalizacijski procesi ipak nisu sekularizirali društva i istisnuli religiju u cijelosti nego su, razorivši tradiciju i poznate izvore sigurnosti drastičnim društvenim promjenama, jednom zauvijek promijenili stanje religioznosti i doprinijeli usponu duhovnosti u svim njenim novim oblicima. Stoga je upravo potraga za sigurnošću i osjećajem kontrole nad vlastitom sudbinom usadila okultne fenomene u duhovnost i smjestila ih u privatnu sferu pojedinaca koji osjećaju potrebu za religioznom iskustvom. S obzirom da New Age kompleks vjerovanja pruža nadoknadu za izgublenu nadu u bolje sutra, pojedinci u njemu pronalaze posebnu atraktivnost te u tome leži zasluga njegove popularnosti i društvene prihvaćenosti. Okultni se sadržaj širi putem popularnih (digitalnih) medija, a nužno je na taj način i dio potrošačke kulture koja omogućuje prodaju raznih New Age publikacija, tečajeva za prakticiranje okultnog i usluga konzultiranja s profesionalnim magovima, vidovnjacima i astrolozima. Potvrdu da se radi o potrazi za motivacijom u trenucima razočaranja, bespomoćnosti i dezorijentiranosti dao je i pregled raznih istraživanja o zastupljenosti New Age-a u pojedinim zapadnim državama. Međutim njegovu značajnu prisutnost i dalje potkopava tradicija Katoličke Crkve koja je njegov veliki protivnik, posebno u Hrvatskoj. Budući da ovim novim oblicima duhovnosti opstanak osigurava upravo karakter postmodernog, potrošačkog doba, u trenucima nesigurnosti oni su oslonac koji se u društvima zadržava kao dio privatnog religioznog života.

Ključne riječi: *postmoderna duhovnost, New Age, okultizam, potrošačko društvo*

Postmodern forms of spirituality: the popularity of magic, tarot reading and horoscope

Abstract

This undergraduate thesis aims to explain the rising popularity of new, postmodern spirituality, and by considering specifically magic, fortune-telling, and horoscope it emphasizes the New Age complex to which they belong. Contrary to the general assumption, globalization processes did not secularize societies and force religion out in its entirety, but in destroying tradition and known sources of security through drastic social changes, they forever changed the contemporary state of religiosity and contributed to the rise of spirituality in all its new forms. Hence, the search for security and a sense of control over one's fate instilled the occult phenomena into spirituality and the private sphere of individuals seeking religious experience. Given that the complex of New Age beliefs and practices provides compensation for the lost hope for a better tomorrow, individuals find it particularly enticing, which is why its popularity and social acceptance are due. Content about the occult is spread via popular (digital) media, making it necessarily part of the consumer culture that enables the sale of various New Age

publications, courses for practicing the occult, and consulting services with professional mages, psychics and astrologers. The review of research on New Age representation in certain Western countries confirmed it to be the case of the search for motivation in times of disappointment, helplessness, and disorientation. However, its notable presence is hindered by the tradition of its great opponent the Catholic Church, especially in Croatia. But, as the character of the postmodern, consumer era is what ensures the survival of these new forms of spirituality, in moments of uncertainty they are the consolation that resides in societies as part of private religious life.

Keywords: *postmodern spirituality, New Age, occultism, consumer society*

1. Uvod

Postmoderno društvo okarakterizirano je promjenama vrijednosti koje, slijedeći put samoaktualizacije pojedinaca, dovode do ubrzanog i neprestanog slabljenja religioznosti. Time u sociologiji prevladava opće uvjerenje o gubitku značenja religijskih ustanova, djelatnosti i svijesti koje polako nestaju svuda ondje gdje je modernitet istisnuo tradiciju (Mardešić, 2004). Procesom sekularizacije nastoji se racionalizirati religiozne stvarnosti i podvrgnuti ih razumu (Kovačević, 2019). Odnosno, kako pojašnjava Mardešić (2004), radi se o slabljenju religijskog uvjerenja i ponašanja ljudi te iščeznuću vjere iz društva. Međutim, kritičari sekularizacije zauzimaju kontrastnu poziciju kojom postavljaju teze o preobražaju religije. Tako Thomas Luckmann promatra prijelaz od javne, crkveno ustrojene religije na privatnu, odnosno razmatra ju u njenom nevidljivom obliku u kojem prepoznatljivi modeli izraženi tradicionalnim religijskim institucijama gube svoju relevantnost i bivaju zamijenjene drugim ideologijama (Kovačević, 2019). Ono što se u tom smislu razmatra je privatizacija religije, pri čemu se kao nevidljiva i izdvojena iz javnog života manifestira upravo u privatnoj sferi pojedinca. Tako je religioznost sve manje prisutna u crkvenim institucijama, a sve više u privatnoj domeni u kojoj postoji mogućnost raznih improvizacija svjetonazora prema vlastitim potrebama. Shodno tome, bitan uvid u suvremeno stanje religije nudi i Peter Berger, koji uočava pluralizam svjetonazora u zapadnom društvu. Pojedinci mogu birati između raznih svjetonazora, zbog čega promatramo i smanjivanje crkvene religioznosti spram većinskog okretanja zamjenskim religijama. Na taj se način među religijama očituje i njihova tržišna orijentacija koja ih pretvara u potrošačku robu koja se izabire i potom troši (Knoblauch, 2004). Posljedično možemo govoriti o učvršćivanju novih oblika duhovnosti koji do izražaja dolaze jednom kada dominantna religija u svojim tradicionalnim oblicima krene gubiti svoj dohvat u novom, globalnom društvu. Rastući broj alternativnih oblika duhovnosti očituje se u čitavom New Age kompleksu vjerovanja i praksi. Njegov je fokus na subjektivnom iskustvu transcendencije zbog čega i govorimo o duhovnosti, naspram religioznosti koja podrazumijeva kolektiv. Kroz duhovnosti New Age-a dolazi se do kontakta s posebnim i tajnim silama vezom astrologije i drugim oblicima okultizma (Knoblauch, 2004).

No, zašto su baš magija, čitanje sudbine i astrologija pronašli svoje mjesto u novim duhovnostima? Brze promjene i individualizacija, predvođene globalizacijom, podupiru gubitak forme i sigurnosti svih temeljnih institucija društva pa tako stvaraju razdore (religijskog) identiteta. Nedostatnost zapadne teologije da nastavi pojedincima pružati osjećaje sigurnosti i pripadanja budi interes za okultno te su time ova tri fenomena savršeni kandidati za

pružanje trenutačnog zadovoljstva, predviđajući budućnost i vodeći brigu o duševnom dobru putem impresija o pomoći viših sila u poboljšanju negativnih događanja u životu. Dok okultno nikad prije nije doseglo velike proporcije, danas u golemom broju uživa emitiranje astroloških programa na televiziji, publikacije fantastike i širenje raznih oblika sadržaja fokusiranog na okultnu tematiku, a nerijetko nailazimo i na oglase usluga čitanja sudbine. S time na umu, Morin (prema Eliade, 1976) ukazuje kako New Age ne struji toliko kroz ruralna područja koliko kroz urbane centre u kojima se nalazi velik broj potencijalnih potrošača. Ovdje uočavamo spomenutu tržišnu orijentaciju, pri čemu nove duhovne spoznaje možemo promatrati kao konzumno dobro koje potrošačima nudi primjese transcendentnog iskustva, a karizmatiskim ponuđačima stvara velike profite, osobito time što su danas primarno posredovane digitalnim medijima i društvenim mrežama, bivajući na taj način dostupne sve većem broju onih koji su u potrazi za duhovnim iskustvom.

Ovaj rad¹ razmatra nove oblike duhovnosti u često obeshrabrujućem ostvarenju postmodernog doba te interes za magiju, čitanje sudbine i horoskop koji pritom imaju osobit značaj u subjektivnim iskustvima transcendentnog. Razmatra se uloga New Age kompleksa, koji te duhovnosti i obuhvaća, u suvremenoj religioznosti te njegovo mjesto u masovnim medijima koji mu omogućuju veću popularnost i distribuciju, posebno putem društvenih mreža. Pregršt informacija i sadržaja o idejama New Age kompleksa i okultnom nadohvat je ruke, a njihovo globalno promoviranje inspirira profitere da pronađu razne kreativne načine za zaradu od njihove prodaje. Zašto pojedinci odlučuju prigrliti ovakve nove duhovnosti i trošiti novac na uvid u duhovne objave i personalizirana predviđanja budućnosti zaključit će pregled dosadašnjih istraživanja koja zahvaćaju osvrte na povod pojedinaca da slijede, i u kojoj mjeri, ideje New Age-a u Hrvatskoj i nekim drugim zapadnim državama. Pri tome se uviđaju ponavljajući motivi njihova odabira, gdje se pokušava doći do osjećaja sigurnosti kojeg dominantne religije više ne pružaju. U Hrvatskoj su istraživanja na ovu temu nešto slabija, a s obzirom na Katoličku homogenost ni nema posebne potrebe za time, no koliko se hrvatsko društvo zapravo susreće s New Age duhovnostima razmotrit će posljednje poglavlje.

¹ Ovaj rad uvažio je sve prijedloge svog prvog mentora, dragog profesora Ratka Čorića koji će nam uvijek ostati u sjećanju.

2. Suvremeno stanje religioznosti

Postmoderno doba obilježeno je znanstveno-tehnološkim svjetonazorom, no u pratnji samo-refleksije ono ipak kao „skup filozofskih ideja koje osporavaju i rastaču zapadni racionalizam“ dovodi taj svjetonazor ljudskog napretka u pitanje (Dragun, 2012: 40). Kako društveni razvoj pritom dominantno upućuje na sekularizaciju te je odmicanje od religioznih sustava tumačenja u postmodernim društvima u punom mahu, u sociologiji je zavladao opće uvjerenje da su religijske ustanove, djelatnosti i religiozne svijesti izgubile svoje nekadašnje značenje i upliv (Mardešić, 2004). Knoblauch se na to nadovezuje pojmom unutarnje sekularizacije kojim objašnjava „povećano odvajanje svjetovnog vođenja života od religijskih ustrojbenih sustava i predložaka“, odnosno njime niječe potpunu determiniranost pojedinca religijom (2004: 20). Dakle, kao što se društvene institucije procesom sekularizacije odvajaju od religijskih sustava tumačenja, tako se i djelovanja i iskustva pojedinaca odvajaju od religijski uspostavljenih crkava. Svoja djelovanja više ne ravnaju prema zahtjevima i pravilima koja uspostavlja crkvena zajednica već prema vlastitom etosu. Međutim, Mardešić zamjećuje suprotno, to jest povratak svetoga u brojnim novim oblicima i izričajima, što sugerira ponovni uzlaz religije (2004). Shodno tome, taj obrat od sekularizacije prema religiozaciji određuje kao proces desekularizacije. Odmicanje od religioznih tumačenja i priklanjanje racionalnosti posustaje. Razum i racionalnost imaju tendenciju iz svojih okvira isključiti nužne osjećaje zajedništva, integracije, pripadanja i sigurnosti koje pojedinci kao društvena bića trebaju, a kakve pruža religija. Odatle stoga proizlazi ponovni uspon religije; iz potrage za osjećajima koji u dobu racionalnosti izostaju. Kao dodatni uzrok ponovnog oživljavanja svetoga Mardešić označava globalizaciju, s posebnim naglaskom na njenu povezanost s religijom. Njihova je međuovisnost uočljiva u činjenici da ondje gdje globalizacija donosi nesigurnosti po pitanju identiteta, ona istovremeno stvara prostor povoljan za religiju. Dok se u vrtlogu globalizacijskih procesa potraga za identitetom smatra temeljnim izvorom društvenog smisla, ona je također putem medijskog posredovanja „religije stavila u povlašteni položaj slobodnog ulaska u svaki dom i sobu, bez obzira na vrijeme i prostor“ (Mardešić, 2004: 5). Tako društvenim promjenama pogođen i ugrožen identitet traži svoju obnovu u religiji kojoj se može brzo i jednostavno pristupiti.

Samim time što religija gubi utjecaj na pojedinčevo vođenje vlastitog života, ona istovremeno doprinosi stvaranju drugih, svjetovnih ideologija. Ograničavanjem tradicionalnog religijskog utjecaja stvorio se prostor za religije koje su nastale raskolom postojećih ili koje su preuzete iz drugih kultura (Knoblauch, 2004). Berger stoga upućuje na pluralizam svjetonazora

koji se učvrstio rušenjem religijske hegemonije (Knoblauch, 2004). Ono što je sada prisutno jest jednostavna koegzistencija raznih svjetonazorskih i religijskih grupa. Zahvaljujući pluralizmu, različite religije imaju svoje mjesto u društvu i dostupne su svakome tko se u jednoj od njih želi pronaći. Doduše, uz pluralizam se neizbježno veže i sve snažnija tržišna orijentacija religija. U tome se razumije sve veća orijentiranost ljudi prema ekonomskom načelu maksimiziranja koristi koje na njihova djelovanja utječe kalkuliranjem troškova i prihoda. Kako pretpostavlja i teorija racionalnog izbora, pojedinci procjenjuju koje će ih djelovanje dovesti do ishoda s minimalnim troškom i maksimalnom koristi. Ako religijske organizacije žele preživjeti u društvu u kojem pojedinci imaju izbor i mogućnost donošenja odluke, dodaju Stolz i Usunier (2018), moraju se prilagoditi tržištu. Berger to uočava na području religije ondje gdje ona vjernicima nudi onostrane prihode u zamjenu za ovosvjetske doprinose (Knoblauch, 2004). Obećanja vječnog života, spasenja i otkupljenja grijeha postaju roba koja se prodaje, no s obzirom da se ne može fizički primiti u ovome svijetu, počiva na povjerenju vjernika, u njihovoj zajednici. Na taj se način religijske organizacije pretvaraju u tvrtke, a crkveni članovi preuzimaju uloge klijenata. Vjernici-klijenti religiju pritom shvaćaju kao konzumno dobro koje mogu kupiti, a religijske organizacije natječu se na tržištu svojim ponudama pretvarajući se u privredna poduzeća. Razni motivi pojedinca navode da pristupi nekoj od ponuđenih crkava, a svode se na kvalitete usluge, odnosno oni odabiru pripadnost crkvenoj zajednici koja najbolje zadovoljava njihove potrebe i koju su odredili kao najkompatibilniju u odnosu na vlastita uvjerenja.

Iz ovoga se može iščitati dodatna dimenzija postmoderne religioznosti, a to je njena privatizacija. Religija se izmiče iz javne sfere. Globalna komunikacija i suradnja karakteristična za postmoderno doba uvjetuje nadilaženje kulturnih i religijskih razlika među pojedincima. Pojedinci su sada individualizirani i djeluju u smjeru stvaranja humanog, povezanog društva. U tom smislu, kulturne i religijske razlike se prihvaćaju, ali ne determiniraju djelovanje. Tako religija postaje privatizirana i počinje se odnositi više na privatno i subjektivno područje nego na javno i kolektivno kao dosad. Religija mjesto svoga djelovanja pronalazi u privatnom području te se posljedično religijske organizacije „sve više usredotočuju na ophođenje s privatnim interesima, problemima i zahtjevima osoba o kojima se brinu“ umjesto na javna pitanja (Knoblauch, 2004: 275). Luckmann isto tako naglašava opću tendenciju da religije ima manje u crkvenim institucijama nego u privatnoj sferi (Knoblauch, 2004). Religija dakle nije nestala pod pritiskom sekularizacije, već je promijenila svoj oblik. Društvene institucije jesu sekularizirane, no društvo i pojedinci nisu. Religija je promatraču sada nevidljiva. Stoga

Luckmann religiju postmodernog doba označuje nevidljivom jer „ona više ne mora bezuvjetno prihvaćati oblik poznatih religijskih organizacija, tradicionalnih učenja i tradiranih obreda“ (Knoblauch, 2004: 154).

Nužno je za daljnje čitanje ovog rada opisati razliku između religioznosti i duhovnosti. Naime, fokus je na duhovnosti kao pojmu koji ističe subjektivno iskustvo, a upravo se ono, potaknuto postmodernim, individualiziranim načinom života ovdje razmatra. Religiju Knoblauch definira u okviru zapadne kulture, s obzirom da različite kulture imaju i različite riječi za ovaj pojam, pa ju označava kao „čaćenje transcendentalnih sila, (...) nauk o božanskom i sva ispovijedanja vjere ljudi“ (2004: 6). Religioznost se pritom odnosi na snažne religijske osjećaje. Prema Leutar i Leutar (2017), duhovnost je dimenzija čovjeka koja mu daje osjećaje smislenosti, povezanosti i nade. Odnosi se na vjerovanja i prakse povezane s transcendentalnim iskustvom na individualnoj razini. Dakle, dok se religioznost tiče kolektiva, duhovnost upućuje na individualiziranost te se u tome nalazi njihova bitna razlika. Čak i oni koji formalno ne pripadaju nijednoj religiji imaju duhovne potrebe jer su to potrebe koje ima svatko.

Aktualni i brzi porast duhovnosti Berger (2005) pripisuje tome da se osobe ustvari više ne smatraju toliko religioznima koliko spiritualnima, to jest duhovnima, a ističe kako se mnogi ne smatraju religioznima ponajviše jer se ne mogu poistovjetiti niti s jednom od poznatih im religija. Britanska sociologinja Grace Davie ovakav stav opisuje kao vjerovanje bez pripadanja, pri čemu se nepripadanje odnosi na ono religijskoj instituciji (Berger, 2005). Ono što karakterizira današnje duhovnosti su niže razine transcendencije pa se radi o niskim transcendencijama, to jest nadilaženju neposrednog iskustva u vremenu ili prostoru. Sežu i do srednjih transcendencija koje se očituju u doživljajima primanja poruka viših sila. Naspram njih stoje velike transcendencije prema kojima ono što se iskusi više ne može biti opisano u kontekstu događanja u svakodnevnom, profanom svijetu već kao dosegnuto putem ekstaza i snova, a takve transcendencije čine pravu osnovu onoga što nazivamo svetim. Danas nailazimo na teme koje spadaju u srednje i manje transcendencije jer osobna sreća, zadovoljstvo i napredak zauzimaju središnje mjesto pa se može reći i da je vlastitom uspjehu i ispunjenom životu dana prednost nad spasenjem (Knoblauch, 2004). Pojedinci pritom ukazuju na vjerovanja koja se pripisuju New Age-u i koja su obilježena antiinstitucionalnim raspoloženjem (York, 2005). U tom se smislu radi o novom valu svetoga koji se manifestira širenjem okultizma i alternativnih oblika duhovnosti. Dakle, sociolozi su dosad držali da je vjera osuđena na iščeznuće, no ona se obnavlja u novim izričajima, širenjem alternativne religije, odnosno New

Age-a. (Mardešić, 2004). Nastale su nove duhovnosti, a spadaju u New Age kompleks koji se pojavio 1960-ih u vrijeme burnih društvenih promjena kada je potraga za identitetom i smislom i zaživjela. On ukazuje na posebne puteve spoznaje naglašavajući ulogu subjektivnog izvanrednog iskustva. (Knoblauch, 2004).

3. Novi oblici duhovnosti u New Age kompleksu

Središte učenja i praksi New Age-a zauzima ideja unutarnje transformacije osobe, a Knoblauch (2004) ju označava kao duhovnost pojedinca. Dragun (2012) pojašnjava kako se unutar te predodžbe javlja koncept čovjeka kao tražitelja, naglašavajući pritom nužnost njegova samoostvarenja i razvoja. Osobito se naglašava pretraživanje podsvijesti putem duhovnog vodstva kako bi se dotaklo nesvjesno. Knoblauch u tome prepoznaje spoznaju koja se nalazi izvan svakodnevnosti svijesti, to jest „u izvanosjećajnim opažanjima, vršnim doživljajima i drugim mističnim iskustvima“ (2004: 227). Takva subjektivna iskustva New Age vjericima osim kao jedinstveni dokaz postojanja tajnih i nepoznatih sila služe i za poboljšanje vlastitog života. Do osobnog napretka se može doći isključivo prakticiranjem drevnih okultnih sustava poput magije, tarota, astrologije, numerologije i sličnog jer jedino oni vode do ciljanog nesvjesnog. Tako se New Age veže uz razne oblike okultizma. On usmjeruje pojedinca na pravi put i na pronalazak svog istinitog sebe te stvara jedinstvo između čovjeka i svijeta. Da bi uopće bio u stanju doći do takvog jedinstva, pojedinac najprije mora preobraziti svoju svijest. Mora se odreći materijalizma i starih, rigidnih struktura kako bi bio potpuno slobodan. Preobrazba čovjeka i njegove svijesti zatim može započeti, i to usredotočenjem na sam um, odnosno kroz svijest o vlastitoj svijesti (Blažević 2014). Jednom kada smo svjesni sami sebe i svojeg postojanja izvan granica društva, osjećaji unutarnjeg sklada i jedinstva uma i tijela rezultiraju novom vrstom svijesti koja se veže uz duhovnost. Uobičajeno mistično iskustvo New Age-a, opisuje Nikić, odnosi se na „iskustvo izazvano obraćanjem samima sebi, nekim osjećajem da je čovjek jedno sa svemirom, osjećajem utapanja vlastite individualnosti u golemi ocean Bića“ (2008: 120). Kroz takvu potragu za pravim, istinitim sebstvom u pojedincu se očituje duhovna dimenzija New Age-a (Dragun, 2012).

Duhovnost se tiče onoga do čega je svakom pojedincu stalo, a to su smisao života, mir, ljubav, zdravlje i smrt (Domazet, 2006). Nudi mu smisao i nadu. Dok je temelj moderne bila svrhovita racionalnost, u postmodernoj se ona kao i sve drugo preispituje. Pojedinci više ne

osjećaju ni postojanost prave i nepromjenjive istine ni povjerenje u autoritet i vlastitu snagu. Postmoderna je razorila utvrđenu strukturu kojom su vladale sigurnost, određenost i neupitnost, uništila svrhu te omogućila pojavu skepticizma, a samim time doprinijela oživljavanju potrebe za religioznom iskustvom koje nadoknađuje izgubljene osjećaje sigurnosti i svrhe. U tom pogledu, Domazet razmatra buđenje duhovnosti koje „nije tek prolazna pojava, već nedvojbeno znak vremena u kojemu živimo“ (2006: 274).

U osnovi predodžbe New Age-a nalazi se astrologija, što vidimo i u tome što je sami simbol New Age-a jedan od horoskopskih znakova, odnosno znak Vodenjaka. Vodenjakove su glavne karakteristike nekonvencionalnost, netradicionalnost i vizionarstvo. Predodžba je New Age-a da dolazi jedno novo doba obilježeno upravo tim karakteristikama, koje je stoga prikladno nazvano Doba Vodenjaka. Ono će biti doba intelekta, inovacija i harmonije u svijetu jer s njime „dolazi novo svjetlo, a prestaje vrijeme Ribe“, odnosno prestaje doba starih i zaostalih ideja (Dragun, 2012: 23). Ova predodžba upućuje na dvosmisleno značenje, s obzirom da je riba kao jedan od horoskopskih znakova koji trenutno upravlja svijetom, nakon čega će ga zamijeniti Vodenjak, također i simbol kršćanstva. Možemo dakle tumačiti kako nove duhovnosti (New Age) imaju zadatak istisnuti i zamijeniti stara vjerovanja (kršćanstvo) koja unazađuju ljudski napredak i nastanak humanog društva. Jukić potvrđuje da svo zadovoljstvo proizlazi iz otkrivanja novoga, a ne iz vjernosti starome (1997).

Korijeni New Age-a sežu iz različitih pojedinačnih pravaca s područja okultizma, filozofije i znanosti te je stoga vrlo raznolik i za svakoga ima drugačije značenje. No u samoj srži, kao istinit sljedbenik, nalazi se pojedinac koji budućnost promatra kao kolektivnu promjenu u duhovnom poimanju svijeta (York, 2005). Međutim, takva je promjena u konfliktu sa zapadnim načinom mišljenja i materijalističkom kulturom koji sprječavaju osobu u spoznavanju sebe i pronalaženju svog značenja. Zbog toga se u potrazi za svojim istinskom sebstvom potrebno izdvojiti iz prevladavajuće kulture (Knoblauch, 2004). U tom kontekstu problematizirana je New Age pretpostavka kojom preobrazba svijesti individue nužno rezultira preobrazbom društva rušenjem stare paradigme. New Age zamjenjuje materijalizam i tradiciju duhovnošću i progresivnošću koje mijenjaju sve društvene institucije. Uklanja se ono što obustavlja napredak i samoostvarenje. Nova se paradigma javlja kao posljedica novih otkrića, zbog velikih promjena u području znanja koje su se dogodile tijekom moderne povijesti i koje pretpostavljaju nadilaženje svih starih ograničenja (Blažević, 2014). New Age dakle inicira promjene koje vode do osobnog, ali i društvenog napretka. S obzirom na neslaganje New Age-a s tradicionalnim poimanjem duhovnosti i oblicima vjerske organizacije, oni koji se

identificiraju s ovim kompleksom mogu se opisati kao antiinstitucionalno raspoloženi, a upravo ih neinstitutionalnost New Age-a i privlači. No, zbog takve (ne)organiziranosti New Age se čini „više potrošačkim nego nečim što bi se u tradicionalnom smislu moglo nazvati religioznim fenomenom“, napominje York (2005: 309).

3.1. Duhovnost u medijima potrošačkog društva

Moderna je stvorila novo društvo u kojem se potrošnja izjednačuje s napretkom pa je krajnji cilj svih zapadnih društava biti društvo masovne potrošnje. S obzirom na hiperpotrošnju koju danas uočavamo, možemo reći da se taj cilj putem globalne povezanosti i ostvario. Dok je nekoć ukazivala na društveni i ekonomski identitet ljudi, glavnu karakteristiku današnje potrošnje čine njene subjektivne funkcije pa se, s obzirom da odražava pojedinačne ukuse, može nazvati i emocionalnom. Ideja emocionalne potrošnje je omogućiti svakom kupcu afektivna iskustva (Lipovetsky, 2008). Na taj je način intenzitet doživljaja potrošača bitno pojačan. Zbog toga sve ima potencijal biti prodano i kupljeno, čak i duhovnost. Kako je ljudima danas omogućeno birati između raznih oblika duhovnosti, teoretičari potrošačkog društva također razmatraju porast individualizma u vjeri. Posebno ističu kako pojedinci postaju religiozni na načine koji nisu odmah uočljivi te kako zbog gubitka kontrole utemeljenih religijskih institucija nad njihovim životima razvijaju nove oblike duhovnosti (Stolz i Usunier, 2018).

U međuvremenu se sve vjerske aktivnosti, stare i nove, pojačano marketingiraju, prvenstveno jer pojedinci osjećaju potrebu pronaći sredstva kojima bi učvrstili smisao koji institucionalna religija više ne uspijeva stvarati (Lipovetsky, 2008). Promoviranje se odvija kroz masovne medije, odnosno primarno putem televizijskih, radijskih i novinskih oglasa te Internet stranica. Takvo je oglašavanje najizraženije u domeni sve prisutnijeg New Age-a, tvrde Stolz i Usunier (2018), a očituje se, između ostalog, i u umnožavanju savjetovališta za duhovni razvoj, specijaliziranih knjižara i tečajeva posebnih djelovanja, virtualnih i fizičkih. Ono što pojedinci pritom traže, a što novi duhovni mislioci New Age-a obećavaju je mogućnost samoostvarenja. Koncept brige o sebi „kao tehnike koju koriste pojedinci u posttradicionalnom potrošačkom društvu kako bi (...) djelovali nad sobom“ time je ključan za objašnjenje sve veće popularnosti ovog kompleksa (Rindfleish, 2005: 26). New Age kompleks pritom se može promatrati kao duhovno potrošačko samoposluživanje koje istiskuje tradicionalnu vjeru i njenu privlačnost kroz afirmaciju slobode duhovnog izbora (York, 2005).

Osim što informiraju javnost o New Age-u i alternativnim oblicima duhovnosti, mediji ih dakle i promoviraju, a osobito intenzivno od kada su digitalizirani. Viralnost digitalnih medija omogućuje distribuciju medijskog sadržaja ogromnom broju pojedinaca. Zahvaljujući algoritmima i kreativnosti personaliziranog marketingiranja, zainteresirani su potaknuti pregledavati što više sličnog sadržaja. Ideja da jedan klik vodi do saznanja o predstojećim događanjima u poslu, ljubavi ili nekom drugom aspektu svakodnevnog života ima magnetski učinak pa se taj sadržaj spremno konzumira, čak i kupuje. Singer i Benassi (1981: 50) navode kako se upravo trenutno postupanje s okultnim u medijima može smatrati razlogom njegova širenja globalno, s obzirom da je javnost „kronično izložena filmovima, novinskim reportažama, (...) i knjigama koji veličaju okultno“, a autori ukazuju i na opću tendenciju ljudi da svoje vjerovanje u okultno pripišu popularnim medijima. Britanski magazin *The Daily Mail*, primjerice, krenuo je 1999. godine s ponudama telefonskog astrološkog savjetovanja, a slijedeći njegov primjer, ostali su astrolozi također ponudili svoje usluge konzultiranja putem elektroničke pošte, video poziva i televizijskih emisija (Pinarbaşı 2021). S razvojem telekomunikacija uznapredovala je i astrologija jer su uvođenjem Interneta razne webstranice i mobilne aplikacije od novina, magazina i radija preuzele ulogu u stvaranju i širenju astroloških informacija i sadržaja o magiji i idejama New Age-a. Pinarbaşı (2021) naglašava jednu posebno bitnu značajku digitalnih medija, specifično društvenih mreža, a to je njihov širok doseg s besplatnim pristupom koji omogućuje svakom korisniku da stvara sadržaj o bilo čemu. Time je jednostavnost društvenih mreža povećala pristup novim duhovnostima. Bilo tko može čak postati duhovni vođa učlanjenjem u jednu od virtualnih akademija za brzu edukaciju novih astrologa. Digitalni mediji proširili su mogućnosti doticaja s astrologijom pa je sada dovoljno unijeti u neku od brojnih aplikacija podatke o datumu, vremenu i mjestu svog rođenja kako bi odmah bila predočena natalna karta zajedno s uputama za njeno čitanje i ponudom profesionalne interpretacije koja se, naravno, plaća. Silna raznolikost religijskih tradicija i ekspresija dostupnih u virtualnom prostoru omogućava pojedincima da se okušaju u raznim duhovnim praksama iz privatnosti i udobnosti vlastitog doma, bilo gdje u svijetu. Onima koji traže novu vrstu duhovnog, transcendentnog iskustva omogućeno je povezivanje s New Age-om i eksperimentiranje s manje poznatim duhovnim tradicijama. Ono što posebno omogućuje uspon magije, čitanja sudbine i horoskopa kao popularnih oblika duhovnosti je otvorena interakcija na društvenim mrežama. Korisnici društvenih mreža mogu promovirati vjerovanja i spoznaje New Age-a te tako utjecati na sve druge korisnike koji te promocije vide. Adorno, prema Pinarbaşı (2021) objašnjava da se veza između medija i astrologije temelji na stvaranju

bogatog sadržaja koji generira masovno čitateljstvo, a putem astroloških kolumni, popularni mediji time postižu svoj krajnji cilj, ostvarenje profita.

Prve astrološke kolumne objavljene su u britanskim tabloidima 1930-ih, što se dogodilo odmah nakon sloma burze, navode Lopez et al. (2021). Razvijajući misao o ideji da astrologija služi kao bijeg od stvarnosti u nesigurnim vremenima, autori su prepoznali ista događanja i za vrijeme COVID-19 pandemije. Mlađe generacije pribjogle su astrologiji na društvenim mrežama, a to im je bilo omogućeno time što su platforme besplatne i uvijek dostupne. Jednom kada se ti aspekti društvenih mreža spoje sa zabavom koja se može iskusiti na najpopularnijim platformama putem memeova o osobnostima horoskopskih znakova i videouradaka u kojima se milijunima neznanaca proriče ista sudbina, ali je čitanje naglašeno namijenjeno baš tom jednom gledatelju i nikome drugome, dodatno se afirmira opći interes za astrologiju.

3.2. Uloga magije, čitanja sudbine, i horoskopa u postmodernim duhovnostima

Budući da su pojedinci u neprestanoj potrazi za sigurnošću kakva nedostaje u globalnom, postmodernom dobu, pronašli su nove načine da ju nadoknade. Ponovno oživljavanje interesa za okultno i nadnaravno od velikog je kulturnog značaja time što reflektira uzmak od društvenih konflikata i pritisaka makro noviteta koji su danas prisutni. Mnogi su pokušali aktivno sudjelovati u crkvenom životu gdje su tražili sakralna iskustva i upute za dolazak u doticaj s mističnim, no ostali su razočarani. Posljedično, kao što je prema Truzzi (1972: 16) objavljeno u američkom časopisu *Time*, „[r]enesansa mističnoga očituje se posvuda, od televizije do robnih kuća“.

Magija, čitanje sudbine i horoskop se kao tri instance mogu svesti pod jedan pojam i opisati kao sadržaji okultnog. Sama definicija okultizma sadrži nekoliko značenja koja su zahvaćena kroz više dimenzija, od kojih je prva ono misteriozno izvan dosega običnog znanja, zatim ono tajno i razotkriveno samo odabranima te naposljetku dimenzija koja se tiče magije i astrologije koje poznaju misteriozno i tajno te se njima služe (Truzzi, 1971). Eliade pojednostavljuje, opisujući okultno kao nešto „nepojmljivo od strane uma, izvan dosega razumijevanja ili običnog znanja“ (1976: 48). Često uz okultizam nailazimo i na pojam ezoterije. Nju karakteriziraju slaganja između vidljivog i nevidljivog dijela svijeta te ideja čitavog univerzuma kao složenog organizma koji u svojoj mreži, putem mističnih veza, spaja sve prirodne stvari. Ovi pojmovi po svojim definicijama pripadaju kompleksu New Age vjerovanja time što ukazuju na manifestaciju iste energije u prirodi i ljudskoj svijesti,

naglašavajući na taj način jedinstvo između čovjeka i kozmosa (Collins, 1998). Takva su viđenja svijeta uglavnom popraćena negativnim konotacijama zbog svoje veze s natprirodnim, a ideje koje iz New Age-a proizlaze često su shvaćene kao devijantne i primitivne (Truzzi, 1971). Dominantne religije, osobito kršćanstvo, ta viđenja osuđuje kao „manipulativna, antisocijalna i prisilna, usmjerena na postizanje specifičnih kratkoročnih ciljeva pojedinca“ i u kontrastu s religijskim fokusom na opću dobrobit i ujedinjenje društva (Magliocco, 2005: 638).

No, magija, čitanje sudbine i horoskop opstaju i trenutno su svima na raspolaganju. Imaju važnu ulogu u novim duhovnostima kakve danas poznajemo, no prije nego se ta uloga razjasni, potrebno ih je definirati. Magiju Malinowski definira kao „skup čisto praktičnih radnji, koje se izvode kao sredstvo za postizanje cilja“, dok se magijsko djelovanje javlja u posebnim situacijama ekstaza i iskustava koja sličje religioznom (1948: 50). Shotwell (1910) se nadovezuje, smatrajući emocije klasificirane kao religiozne primarnim motivom magijskog djelovanja. Naime, temeljni religijski osjećaji prisutni su u magiji, što je posebno vidljivo u kontaktiranju viših sila za pomoć u svakodnevnom životu. Što se tiče kontakta s tim višim i tajnim silama, samo neki ljudi, oni koji raspolažu posebnom karizmom, mogu u taj kontakt stupiti. Dakle, posebnost te karizme nalazi se u sposobnosti uspostavljanja komunikacije s onostranim svijetom u kojem te sile obitavaju, a što je područje koje se razlikuje od naše svakodnevice i izvan nje je pa samim time i van dosega bilo kojeg običnog pojedinca (Knoblauch 2004). Jedino oni koji posjeduju karizmu - čarobnjaci, magovi i šamani - sposobni su posebno djelovati. Međutim, Knoblauch (2004) upozorava da je magija vrlo nepouzdana jer, ono što želi postići ne dogodi se uvijek. Čitanje sudbine također je nepouzđano, s obzirom da ovisi o sposobnostima pojedinca koji tvrdi da je vidovit. Vidovnjak prima poruke onostranih sila, koristeći pritom razne predmete u kojima je sadržana posebna energija koja mu omogućuje da vidi budućnost (Lyon, 2011). Čitanje sudbine inače je usko povezano s astrologijom, to jest umijećem gatanja i proricanja putem iščitavanja zvijezda i Mjesečevih mijena. S obzirom da se astrologija prilagodila raznim kulturama svijeta, posebno se može izdvojiti Zapadna astrologija kao društvena praksa predviđanja događaja uz pomoć nebesa i koja je pod snažnim utjecajem orijentalnih ideja i stotinama godina staroj povijesti europske kulture (Clements, 2022).

S obzirom na stigmatizaciju duhovnih susreta u zapadnoj sekularnoj kulturi, New Age supkulture stvaraju prostore u kojima oni koji su ih doživjeli dobivaju osjećaj prihvaćenosti i razumijevanja, a tamo uče tehnike korištenja svojih iskustava za osobni razvoj (Magliocco, 2005). New Age koristi magiju za transformaciju svijesti i novu viziju svijeta, pri čemu se nadnaravni svijet ne promatra kao odvojen od prirodnog već kao dio njega, sadržan u ljudima.

Takva transformacija vlastite svijesti i vjerovanje u sposobnost ljudskog uma da svojim moćima utječe na stvarnost ukazuju dakle na magijsko promišljanje. Promjene u fizičkom svijetu mogu se dogoditi manipuliranjem simbola kroz inkantacije, izricanje, pismo ili crtež, a sve s ciljem ostvarivanja nekog idealnog ishoda (Obadia, 2022). To se najčešće čini naturopatijom ili liječenjem bolesti na prirodne načine uz pomoć kristala i aromaterapije. Prakticiraju se i meditacije, astralne projekcije, regresije u prošle živote te kanaliziranje i komunikacija s onostranim entitetima. Ljudska svijest ima sposobnost kontaktirati duhovne entitete, bilo da se radi o nekakvom božanstvu, preminulom pretku, duhovnom vodiču ili drugom nadnaravnom stvorenju (Magliocco, 2005). Razlog uplitanja u magiju Malinowski (1948) vidi u snažnim emocionalnim iskustvima osobe; u nesigurnostima, potragama i iskušenjima, a shodno tome smatra da u tome trebamo promatrati izvor magičnog vjerovanja.

Ideja o sposobnosti određenih ljudi da interpretiraju posebne znakove putem praksi njihova čitanja iz dlanova, životinjskih kostiju, taloga kave na dnu šalice, kristala, tarot karata, kristalne kugle ili nekog drugog predmeta kako bi otkrili skrivena razumijevanja budućih događaja seže vrlo daleko u prošlost. Čitanje sudbine danas ostavlja dojam zabave koja se kupuje i prodaje, no ne služi uvijek samo za razonodu. Shodno originalnoj svrsi čitanja sudbine, ozbiljni se vidovnjaci u današnjim društvima doživljavaju više kao savjetnici i terapeuti nego proroci ili gatare jer im se klijenti obraćaju za pomoć pri rješavanju ozbiljnih osobnih problema (Patrick, 2020). Atik et al. (2021) također uočavaju tendenciju ljudi da potraže vidovnjaka za pomoć u dostizanju svojih ciljeva i otkrivanju rješenja nedoumica koje im stoje na putu, a na to se nadovezuju u svom istraživanju koje je opisano u sljedećem potpoglavlju. Rastuća popularnost čitanja sudbine može se pripisati ljudskoj potrebi razumijevanja sebe, a to se najbolje čini kroz emocije sadržane u duhovnosti (Patrick, 2020). Porast zanimanja za proricanje sudbine tumači se kao „kulturni i društveni simptom društva koje preispituje korijene svog tehnološkog pragmatizma“ i koje je u potrazi za identitetom (Aphek i Tobin 1989: 7).

Po pitanju rasprostranjenosti i ustrajnosti vjerovanja u astrologiju, sociolozi su predložili nekoliko mogućih uzroka, među kojima je i uvjerenje da astrologija odražava „nemir koji se nalazi među religiozno orijentiranima, ali malo ili nimalo integriranima u strukture organizirane religije“ (Bauer i Durant, 1997: 55). Informacije koje nudi astrologija, iako iluzija, pomažu pojedincima razumjeti sebe i svijet u kojem se nalaze. Mnogi se istraživači slažu da su ta dva motiva - razumijevanje sebe i razumijevanje svijeta - među najtemeljnijim ljudskim potrebama, a astrologija je popularna zato što te potrebe upotpunjava. Astrologija pojedincima nudi opise osobnosti u skladu s horoskopskim znakom pod kojim su rođeni, a koji nosi određene mane i

vrline. Na temelju toga im pomaže bolje razumjeti sebe te im daje savjete koji su dvosmisleni, ali pozitivni, stoga svejedno doprinose strategiji verificiranja sebe (Lillqvist i Lindeman, 2018). Slijedom toga, Clements (2022) u okvirima astrologije razmatra razvoj identiteta. Astrologija dakle služi kao alat za konstrukciju identiteta. Dvanaest astroloških znakova postaju referentna točka pojedincima koji putem refleksivnog selfa, odnosno viđenja sebe u relaciji s drugima, oblikuju vlastiti identitet. Putem astrologije pojedinci tumače vlastita iskustva i personaliziraju generalne karakteristike astroloških znakova. Iz mogućnosti korištenja stereotipa utjelovljenih u horoskopskim znakovima pri konstrukciji vlastitog identiteta proizlazi i njihova popularnost, s obzirom da su tradicionalni izvori identiteta oslabili. Pojedinci žele znati svoju budućnost koja je neizvjesna pa pribjegavaju astrologiji, tvrde Črpić i Jukić (1998).

Prema svemu navedenom, uloga magije, čitanja sudbine i horoskopa u postmodernim duhovnostima očituje se u ponavljajućem obrascu ublažavanja osjećaja bespomoćnosti, nesigurnosti i tjeskobe u nepredvidljivim okolnostima (Singer i Benassi, 1981). Motivi identifikacije s alternativnim oblicima duhovnosti jasno su povezani s potragom za identitetom, osjećajem sigurnosti i pripadanja te potrebom za transcendentnim iskustvom. Po tom pitanju, Lillqvist i Lindeman (2018) ističu neke studije koje su pokazale pozitivnu povezanost iskustva nesigurnosti i prijetnje s pojavom vjere u magiju i nadnaravno. Tako je pronađen značajan porast broja časopisa o astrologiji i misticizmu u SAD-u tijekom ekonomske depresije 1930-ih, kao i u Njemačkoj u periodu između dva rata. Postoje i podatci o brzom porastu vjere u magiju i praznovjerje među ljudima koji su živjeli u iznimno stresnim uvjetima Zaljevskog rata. Zapravo sva istraživanja o vjerovanju u magiju, čitanje sudbine i horoskop, odnosno New Age spoznajama, upućuju na pokušaj razumijevanja i nošenja sa stresnom situacijom.

3.3. Tko i zašto slijedi prakse New Age-a?

Istraživanje američke okultne scene (Truzzi, 1972) još je prije pedesetak godina pokazalo dominantni interes za astrologiju, a koji danas nastavlja ubrzano rasti. Među onima koji u nju vjeruju, mnogi smještaju njenu legitimnost iznad znanstvene, vidjevši ju kao pravi put do istine o ljudskom postojanju. No, naravno, postoje varijacije interesa za okultno pa tako u prvoj kategoriji pronalazimo one koji ponekad čitaju astrološke kolumne u novinama i kojima su mehanizmi astrologije zapravo potpuno nepoznati. Astrologiju doživljavaju više kao zabavnu aktivnost i dio popularne kulture nego kao ozbiljnu duhovnost. U toj se kategoriji većinom nalaze ispitanici srednje dobi. U drugu kategoriju spadaju oni koji poznaju mehanizme

astrologije i njenu terminologiju, a imaju i tendenciju posjećivanja astroloških savjetnika. Pojedinci u drugoj kategoriji predviđaju drugima budućnost služeći se astrološkim učenjima, a u velikom broju zahvaća mlade i studente koji ujedno čine i najveći postotak alternativnih vjernika. Treća kategorija odnosi se na one koji su iznimno investirani u literaturu i sadržaj astrologije. Njima astrologija predstavlja visoko kompleksan uvid u svijet i njihovo mjesto u njemu. Koriste ju za izgrađivanje vlastitog identiteta. No tu kategoriju sačinjava tek manjina. Eliade također naglašava kako gotovo „5 milijuna Amerikanaca planira svoje živote na temelju astroloških predikcija“ (1976: 59). U kontekstu Amerike, vjerovanje u magiju i njeno prakticiranje Felson i Gmelch (1979) povezali su s osjećajima anksioznosti i nesigurnosti istraživanjem koje su proveli nad studentima sociologije na dva sveučilišta u SAD-u i Irskoj. Naime, studenti ukazuju na jače vjerovanje ili pak korištenje magijskih praksi u nesigurnim vremenima jer znaju da magija ima sposobnost mijenjati njihovu sreću. No, dok su mnogi studenti uvjereni da će magija umanjiti njihovu anksioznost, zbog čega joj se i priklanjaju, manji je broj siguran da će magijsko djelovanje rezultirati željenim ishodom.

Chico i Lorenzo-Seva (2006) opisali su interes za horoskop u Španjolskoj, odnosno na jednom španjolskom sveučilištu. Rezultati istraživanja pokazali su da žene iskazuju mnogo veći interes za horoskop u odnosu na muškarce. Ustanovljeno je i da postoji korelacija između ekstrovertiranosti i vjere u astrologiju, pri čemu ispitanici iskazuju jače vjerovanje ukoliko su sami po sebi ekstrovertirani te ukoliko njihov horoskopski znak ukazuje na ekstrovertiranu osobnost. Takve osobnosti ključne su u New Age pokretima koji namjeravaju donijeti velike društvene promjene.

Čitanje sudbine i proricanje kao dio turske kulture koji je osobito uočljiv u tradiciji proricanja iz taloga kave na dnu šalice, istražili su Atik et al. (2021). Velik dio sugovornika objasnio je da čitanje sudbine koristi kao zabavnu aktivnost s prijateljima u dokolici i to zato što im otkrivanje nepoznate budućnosti daje osjećaj uzbuđenosti. Još jedan razlog priklanjanju čitanju sudbine je potreba za nadom u bolju budućnost. Vidovnjaci svojim klijentima daju pozitivne poruke, a nebitno propituju li klijenti istinitost te poruke ili ne i shvaćaju li da vidovnjaci naglašavaju isključivo pozitivne stvari, svejedno doživljavaju inspiraciju, motivaciju i sreću. Sugovornici su još naveli da im proricanje sudbine služi kao vrsta terapije te da prije odabiru posjet vidovnjaku nego psihologu, a to čine zbog osjećaja izoliranosti, usamljenosti i nemoći u svakodnevnom životu. Dodatno, putem prakse čitanja sudbine kao zajedničke zabavne aktivnosti, oni traže identifikaciju s kolektivom.

Što se tiče stavova osoba s New Age uvjerenjima, Höllinger (2004) je empirijski potvrdio da se politički, društveni i moralni stavovi New Age vjernika razlikuju od onih ostatka stanovništva Austrije time što češće diskutiraju o političkim pitanjima. Međutim skloniji su alkoholizmu i hedonizmu, a ujedno ukazuju i na veću brigu za osobnu korist nego društvenu odgovornost. Iskazuju li oni koji prakticiraju nove oblike duhovnosti zaista nižu razinu društvenog angažmana dodatno su istražili Berghuijs et al. (2013) među nizozemskom populacijom. Rezultati su pokazali da pratitelji New Age-a nisu skloni izdvajati se pa pokazuju manji angažman od onih koji su tradicionalno religiozni. Iako su New Age vjernici zaokupljeni društvenim i političkim pitanjima, o njima razmišljaju samo u okvirima ograničenja i nesigurnosti koje donose.

Područje New Age vjerovanja nije istraženo u velikoj mjeri, ali ova istaknuta istraživanja navode kako su vjerovanju i prakticiranju alternativnih oblika duhovnosti sklonije žene i mladi te uglavnom oni ekstrovertirane osobnosti. Potvrđuju i ranije spomenute motive i razloge posezanja za praksama New Age-a, pri čemu svi ti motivi upućuju na alijenaciju. Osjećaji izolacije, nesigurnosti, bespomoćnosti, anksioznosti i beznada zbog otuđenja od starih obrazaca društvenih odnosa navode pojedince na alternativne duhovnosti putem kojih oni mijenjaju svoje osjećaje i nastoje pojmiti nove događaje. Črpić i Jukić (1998) potvrđuju kako se upravo u prilikama društvenih i osobnih kriza javljaju magična vjerovanja. Do magije, čitanja sudbine i horoskopa pojedinci primarno dolaze putem medija koji ih naširoko oglašavaju. Između raznih deprimirajućih vijesti i objava koje ih navode na žaljenje za nepovratnom sigurnošću, New Age ideje prihvaćaju kao tračak nade da postoji izlaz iz teških životnih situacija. Također, niža razina društvenog angažmana New Age pratitelja potvrđuje njihovu nezainteresiranost za sudjelovanje u novom i drukčijem društvu te orijentiranost na vlastite ciljeve i dobrobit.

3.4. Postmoderni oblici duhovnosti u kontekstu Hrvatske

Kada govorimo o postmodernim duhovnostima u Hrvatskoj, nema mnogo podataka o rasprostranjenosti vjerovanja u New Age spoznaje. No, Črpić i Jukić (1998) istražili su alternativnu religioznost među stanovništvom Hrvatske prije dva desetljeća, definirajući je kao religioznost i religijske koncepte koji su alternativni u odnosu na dominantno kršćanstvo. Ispitanicima su predstavili koncepte kao što su New Age, praznovjerje, horoskop i magija. Tako se pokazalo da horoskop više podržavaju oni ispitanici koji za sebe ne mogu sa sigurnošću reći

jesu li doista religiozni ili ne, dok ga uvjereni vjernici odbacuju. Žene su također pokazale veći interes za horoskop od muškaraca, a više od pola ukupnog broja ispitanika, odnosno njih 53%, naglasilo je da horoskop čita isključivo iz znatiželje i razonode. Isto tako, idejama New Age-a skloniji su mladi i neoženjeni jer su manje vezani uz obveze i tradiciju. Magiju pak više podržavaju nereligiozni i ateisti. Praktični vjernici koji su inače pokazali distanciranost od novih religioznosti značajno prihvaćaju neke oblike spiritizma, no Črpić i Jukić potvrđuju da je New Age u Hrvatskoj tek na slabom začetku, s obzirom da su moć i društveni ugled Katoličke Crkve „toliko (...) još prisutni u javnom životu da je svaki pokušaj šireg potvrđivanja oblika alternativne religije uzaludan i preuranjen“ (1998: 603).

Tadić (2019) je ispitao stavove i vjerovanja u alternativne religije kod studenata filozofije i religijskih znanosti na sveučilištu u Zagrebu. Tako je na tvrdnju koja se odnosi na praznovjerje, to jest pitanje o postojanju ljudi koji mogu na nekoga baciti kletvu, urok ili prokletstvo potvrdno odgovorilo 32% studenata. Njih 28% potvrdilo je mogućnost oslobađanja vlastitog duhovnog potencijala putem transcendentalne meditacije, a 43,6% navelo je da je alternativna medicina jednako uspješna kao i klasična. Zaključno su rezultati pokazali da 79,5% ispitanika ne vjeruje u horoskop, ali njih 30,7% čita ga iz znatiželje i razonode. Još jedno istraživanje praksi New Age-a među studentima provela je na Fakultetu hrvatskih studija u Zagrebu Grozdek (2021). Potvrdila je da je glavni razlog čitanja horoskopa u Hrvatskoj znatiželja i da oni koje dolaze iz nereligioznih obitelji pokazuju veću sklonost novim duhovnostima i idejama New Age-a.

U kontekstu Hrvatske, vjerovanja u New Age duhovnosti i prakticiranje okultnog jesu prisutni, što se očituje u iskazima ispitanika, no ne u velikoj mjeri s obzirom na dugu tradiciju kršćanstva koja se sukobljava s njima. Tako New Age vjerovanja ne mogu doći do izražaja jer ih sputava dominantni katolicizam. Prihvaćanje alternativnih oblika duhovnosti prisutnije je kod nereligioznih i ateista te kod žena i mladih, a horoskop se čita pretežito iz razonode.

U Hrvatskoj, kao ni u ostatku svijeta, nema znatnih istraživanja o dinamici magije, čitanja sudbine i horoskopa u digitalnim medijima i na društvenim mrežama, no Tadić (2019: 356), prema podacima Agencije za elektroničke medije, uspijeva pronaći da se „na 16 komercijalnih televizijskih kanala u Hrvatskoj, od kojih je 14 lokalnih, a dva nacionalna, prikazuje (...) 10 emisija koje se bave astrologijom, tarotom i vidovnjaštvom“. Također je pregledom dnevnih i tjednih novina zamijetio je kako je horoskop dio njihova obveznog sadržaja. „[U]pišemo li u Google tražilicu riječ horoskop, dobit ćemo 24 milijuna rezultata

samo na hrvatskom jeziku“ (Tadić, 2019: 356). Hrvatska je dio zapadnog potrošačkog društva koje nastoji trgovati aspektima novih duhovnosti s ciljem stvaranja profita na umanjivanju osjećaja nemoći pred nezadovoljavajućim i stranim promjenama. Iako pripadnost Katoličkoj Crkvi nastoji umiriti sve duševne nelagode i boli, u nemogućnosti je potpuno obuhvatiti sveukupna iskustva svakodnevnog života i jasno kazati ljudima što ih čeka i kako da se pripreme. Stoga taj nedostatak nadoknađuju New Age vjerovanja koja unaprijed mogu potvrditi što očekivati, nudeći i upute za daljnje djelovanje. Ipak, statistika pokazuje nisku zainteresiranost hrvatske populacije za magiju, čitanje sudbine i horoskop, odnosno kompleks New Age. Za njima se poseže više iz znatiželje i zbog njihove popularnosti. S obzirom na promoviranost u medijima, New Age lako dopijeva u živote pojedinaca u Hrvatskoj, no nema religioznog značaja. Ipak, mlađe generacije dakako su prve koje će svojom zanesenošću digitalnim svijetom, kroz zabavno klikanje i scrollanje prihvatiti ovakve oslobađajuće novitete koji izvide iz granica tradicionalnih očekivanja.

4. Zaključak

Ovaj rad posebno se fokusirao na duhovnost, ističući na taj način pojedinačno nepripadanje religijskim kolektivima i njegovu individualiziranost u globalnom društvu. Pokazao je kako magija, čitanje sudbine i horoskop svoje mjesto u duhovnosti postmodernog doba pronalaze u posljedicama globalizacije. Naime, dok društveni razvoj dominantno upućuje na sekularizaciju, zapaža se suprotni proces ponovnog uspona religije u društvu te su mnogi sociolozi uočili da nepripadanje religijskoj instituciji ne znači nužno i izostanak vjerovanja. S obzirom da je globalizacija brzo destrukuirala društvene institucije, obeshrabreni pojedinci često osjećaju razočaranje u religijske organizacije koje im ne mogu više pružiti osjećaj sigurnosti, a samim time stvara se plodno tlo za širenje alternativnih religija koje se sukobljavaju s dominantnima. Strepnje u vezi novog, povezanog svijeta koji je označio promjene vrijednosti i društvenih odnosa te izostanak svih izvjesnosti društvenih institucija i identiteta pridonijele su ulasku religije kao nadomjeska starih sigurnosti u privatne sfere pojedinaca. Pritom ona nije odmah uočljiva, odnosno nevidljiva je.

S obzirom na religijski pluralizam, teoretičari potrošačkog društva ističu mogućnost pojedinaca-potrošača da iz široke ponude religija i duhovnosti izabiru one koje smatraju odgovarajućima. Potrošačka kultura maksimalno iskorištava individualiziranost pojedinaca jer svakome ponaosob nudi personaliziranu duhovnost koja može poprimiti razne oblike.

Najistaknutiji je New Age time što njegova vjerovanja i prakse nude primjese potvrde o boljoj budućnosti i osjećaj autoriteta nad vlastitom sudbinom koje postmoderni pojedinci traže. Uzimajući u obzir praktična djelovanja New Age-a, ona zahtijevaju razne fizičke predmete koji pomažu stvoriti kontakt s onostranim silama, no ujedno tvore i masovnu zalihu trgovačke robe koja se može prodati. Prodavači duhovnosti do kupaca najlakše dopiru putem medija kojima smo okruženi u svakom trenutku. Međutim mediji su izvrnuli prirodnu potrebu za osjećajem transcendentalnog, duhovnog iskustva i pretvorili je u razonodu i priliku za ostvarivanje profita. U Hrvatskoj New Age ne nailazi na velik interes, no hrvatski mediji, kao i oni u ostatku Zapada, nastoje promovirati vidovnjaštvo, tarot i horoskop, što pronalazi i Tadić (2019) u svojoj analizi komercijalnih televizijskih kanala i dnevnih i tjednih novina. Tako i društvene mreže izlažu svoje korisnike New Age-u te za povoljnu cijenu osiguravaju transcendentarno iskustvo popraćeno osjećajima ispunjenosti i nade, čak i zabave. U radu navedena istraživanja prisutnosti ovog kompleksa i elemenata okultnog u pojedinim državama ukazala su na razonodu kao motiv pristupanja ovim spoznajama, a kako je njihova glavna funkcija pružanje osjećaja sigurnosti, motivacije i sreće, skloni su im svi koji osjećaju nemir i anksioznost. U potrebi za razumijevanjem samoga sebe i u potrazi za uklanjanjem osjećaja bespomoćnosti, straha i nesigurnosti očituje se duhovna dimenzija magije, čitanja sudbine i horoskopa.

Provođenje suvremenijih istraživanja o prisutnosti novih oblika duhovnosti u Hrvatskoj i šire stvorilo bi jasniju sliku današnje religijske situacije, a veći fokus na stavove o magiji, čitanju sudbine i horoskopu u sklopu New Age spoznaja dodatno bi razjasnio njihovo oživljavanje i održavanje na životu. Ono što posebno nedostaje je uvid u cirkulaciju okultnog sadržaja u medijima, posebno na društvenim mrežama, kao prostoru koji ponuđačima daje pristup milijunima potencijalnih kupaca. U tom bi smislu bilo zanimljivo istražiti zašto uopće pojedinci, a osobito mladi, stvaraju, dijele i reproduciraju sadržaj koji se tiče magije, čitanja sudbine i horoskopa te koja su očekivanja u to upletena. Ne postoji značajna statistika ni o potrošačkom aspektu duhovnosti, a što je svakako njen ključan element u postmodernom dobu kojeg bi također valjalo istražiti. Ova tema, iako relevantna u okviru suvremene religioznosti, tek je neznatno istražena, a kao spoj više segmenata postmodernog života puna je potencijala za zanimljiva nova saznanja i zaokruživanje jedne bitne cjeline.

5. Literatura

1. Aphek, Edna i Tobin, Yishai (1989). *The Semiotics of Fortune-telling*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.
2. Atik, Deniz et al. (2021). „Fortune-telling as a leisure activity“, *World Leisure Journal*, 64 (1): 1-14.
3. Bauer, Martin i Durant, John (1997). „Belief in Astrology: a social-psychological analysis“, *Culture and Cosmos*, 1 (1): 55-71.
4. Berger, Peter L. (2005). „Religion and the West“, *The National Interest*, 80 (Summer 2005): 112-119.
5. Berghuijs, Joantine et al. (2013). „New Spirituality and Social Engagement“, *Journal for the Scientific Study of Religion*, 52 (4): 775-792.
6. Blažević, Josip (2014). *New Age i Kršćanstvo: Enciklopedijski Priručnik*. Verbum, Split.
7. Chico, Eliseo i Lorenzo-Seva Urbano (2006). „Belief in Astrology Inventory: Development and Validation“, *Psychological Reports*, 99: 851-863.
8. Clements, Paul (2022). „Astrology, modernity and the project of self-identity“, *Culture and Religion*, 21 (3): 259-279.
9. Collins, Pat (1998). „New Age Spirituality“, *The Furrow*, 49 (2): 91-97.
10. Črpić, Gordan i Jukić, Jakov (1998). „Alternativna religioznost“, *Bogoslovska smotra*, 68 (4): 589-617.
11. Domazet, Anđelko (2006). „Budućnost duhovnosti i nova religijska svijest“, *Služba Božja*, 46 (3): 271-293.

12. Dragun, Maja (2012). *New Age: Povijesni korijeni i postmoderna tumačenja*. Zagreb: Naklada Jurčić.
13. Eliade, Mircea (1976). *Occultism, witchcraft and Cultural Fashions*. Chicago: The University of Chicago Press.
14. Felson, Richard B. i Gmelch, George (1979). „Uncertainty and the Use of Magic“, *Current Anthropology*, 20 (3): 587-589.
15. Grozdek, Ema (2021). *Odnos studenata Fakulteta hrvatskih studija prema prakticiranju duhovnosti New Age-a kao alternativni kršćanstvu*. (Završni rad). Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Fakultet hrvatskih studija. Preuzeto s <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:111:966000>
16. Höllinger, Franz (2004). „Does the Counter-Cultural Character of New Age Persist? Investigating Social and Political Attitudes of New Age Followers“, *Journal of Contemporary Religion*, 19 (3): 289-309.
17. Jukić, Jakov (1997). *Lica i maske svetoga*. Zagreb: Kršćanska Sadašnjost.
18. Knoblauch, Hubert (2004). *Sociologija religije*. Zagreb: Demetra.
19. Kovačević, Vlaho (2019). „Od sekularizacije religije do revitalizacije religije“, *Filozofska istraživanja*, 41 (1): 174-196.
20. Leutar, Ivan i Leutar, Zdravka (2017). „Duhovnost kao resurs snage i otpornosti obitelji u rizičnim okolnostima“, *Nova prisutnost*, 15 (1): 65-88.
21. Lipovetsky, Gilles (2008). *Paradoksalna sreća: Oglad o hiperpotrošačkom društvu*. Zagreb: Izdanja Antibarbarus.

22. Lopez, Kristoffer Romulo B. et al. (2021). „Social Contagion of Astrology in the Social Media amid COVID-19 Pandemic“, *International Journal of Multidisciplinary: Applied Business and Education Research*, 2 (4): 404-418.
23. Lyon, Taryn (2011). *Beyond the future: Fortune telling as constituted in the media*. (Diplomski rad). Edinburgh: The University of Edinburgh. Preuzeto s <http://hdl.handle.net/1842/6051>
24. Magliocco, Sabina (2015). „New Age and Neopagan Magic“ U: Collins, David J. (ur.). *The Cambridge History of Magic and Witchcraft in the West: From Antiquity to the Present*. Cambridge University Press, str. 635-664.
25. Malinowski, Bronislaw (1948). *Magic, Science and Religion, and Other Essays*. Glencoe: The Free Press.
26. Mardešić, Željko (2004). „Desekularizacija svijeta u globalizaciji?“, *Crkva u svijetu*, 39 (1): 3-5.
27. Nikić, Mijo (2008). „Suvremena duhovnost mladih između tradicije i nove religioznosti“, *Diacovensia*, 16 (1-2): 115-133.
28. Obadia, Lionel (2022). „(Online) Spelling the (Digital) Spell: Talking About Magic in the Digital Revolution“, *Sophia: International Journal of Philosophy and Traditions*, 63: 23-40.
29. Patrick, Jeremy (2020). *Faith or Fraud: Fortune-Telling, Spirituality and the Law*. Vancouver: UBC Press.
30. Pınarbaşı, Gülenay (2021). „Mass media and astrology as a reflection of the culture industry“, *Psychology Research on Education and Social Sciences*, 2 (2): 83-93.
31. Rindfleish, Jennifer (2005). „Consuming the Self: New Age Spirituality as „Social Product“ in Consumer Society“, *Consumption Markets & Culture*, 8 (4): 343-360.

32. Singer, Barry i Benassi, Victor A. (1981). „Occult Beliefs: Media distortions, social uncertainty, and deficiencies of human reasoning seem to be at the basis of occult beliefs“, *Sigma Xi, The Scientific Research Honor Society*, 69 (1): 49-55.
33. Stolz, Jörg i Usunier, Jean-Claude (2018). „Religions as brands? Religion and spirituality in consumer society“, *Journal of Management, Spirituality & Religion*, 16: 1-26.
34. Tadić, Stipe (2019). „Stavovi i vjerovanja u alternativne religije studenata Fakulteta filozofije i religijskih znanosti s posebnim naglaskom na astrlošku religiju“, *Obnovljeni Život*, 74 (3): 351-364.
35. Truzzi, Marcello (1971). „Definition and Dimensions of the Occult: Towards a Sociological Perspective“, *The Journal of Popular Culture*, 5, 635-646.
36. Truzzi, Marcello (1972). „The Occult Revival as Popular Culture: Some Random Observations on the Old and the Nouveau Witch“, *The Sociological Quarterly*, 13 (1), 16-36.
37. York, Michael. „Vjerovanja New Agea“. U: Partridge, Christopher (ur.). *Enciklopedija novih religija: nove religije, sekte i alternativni duhovni pokreti*. Posebno izdanje. Zagreb: Naknada Ljevak, 2005, 446.