

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra statistiky



Diplomová práce

**Mezigenerační rozdíly v deklarovaných lidských
hodnotách v České republice**

Bc. Kateřina Rydvalová

© 2024 ČZU v Praze

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Kateřina Rydvalová

Ekonomika a management

Název práce

Mezigenerační rozdíly v deklarovaných lidských hodnotách v České republice

Název anglicky

Intergenerational differences in declared human values in the Czech Republic

Cíle práce

Cílem diplomové práce je pomocí sekundární analýzy dat z Evropského sociálního výzkumu 2020 (ESS2020) posoudit mezigenerační rozdíly v deklarovaných lidských hodnotách obyvatel České republiky. Rozdíly v deklarovaných lidských hodnotách budou posuzovány mezi generací baby boomers, generací X, generací Y a generací Z. Dílčím cílem práce je také provést rešerši literatury a představit teoretický rámec pro následnou analýzu. Dalším cílem práce je zjištěné výsledky vysvětlit a zasadit do popsaného teoretického rámce.

Metodika

Pro analýzu budou použita data z Evropského sociálního výzkumu 2020 (ESS2020). Pomocí sekundární analýzy dat budou sledovány mezigenerační rozdíly v deklarovaných lidských hodnotách obyvatel České republiky. Bude použita také deskriptivní a inferenční statistika a vícerozměrné statistické metody.

Samotná diplomová práce bude tvořena z teoretické a praktické části. V teoretické části bude provedena rešerše teoretického rámce daného tématu na základě odborných literárních a elektronických zdrojů. Následovat bude metodologie provedené sekundární analýzy. Poté bude praktická část, ve které bude provedena samotná analýza, popis výsledků a jejich interpretace. Následovat budou závěry a diskuse. Závěry by měly posoudit rozdíly v deklarovaných lidských hodnotách mezi jednotlivými generacemi obyvatel České republiky. Zjištěné výsledky vztahující se k formulovaným výzkumným otázkám a hypotézám by měly být v rámci diskuse vysvětleny a zasazeny do teoretického rámce.

Doporučený rozsah práce

60-80 stran bez příloh

Klíčová slova

lidské hodnoty; statistická analýza; generační rozdíly; Česká republika

Doporučené zdroje informací

- KLUCKHOHN, Clyde, 1962. Values and value-orientations in the theory of action. In PARSONS, Talcott a Edward, SHILS. Toward a general theory of action. Cambridge, MA: Harvard University Press, s. 388- 433. ISBN 9780765807182
- MARADA, Radim, 2007. Karl Mannheim: Sociologie generací. In: ŠUBRT, Jiří. Historická sociologie: teorie dlouhodobých vývojových procesů. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, s. 118-139. ISBN 978-80-7380-061-1
- MAREŠ, Petr a Ladislav RABUŠIC, 2015. Explorační faktorová analýza. In: MAREŠ, Petr, Ladislav RABUŠIC a Petr SOUKUP. Analýza sociálněvědních dat (nejen) v SPSS. Brno: Masarykova univerzita, s. 375-400. ISBN 978-80-210-6362-4
- MC CRINDLE, Mark, 2014. The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations. Bella Vista: McCrindle Research Pty Ltd. ISBN: 9780992483906
- RABUŠIC, Ladislav a Jana HAMANOVÁ, 2009. Hodnoty a postoje v ČR 1991-2008: (pramenná publikace European Values Study). [Brno]: Masarykova univerzita. ISBN 978-80-210-4952-9.
- SLADEK, Sarah a Alyx GRABINGER, 2013. Gen Z, The First Generation of the 21st Century Has Arrived! XYZ University. [online] [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: https://www.xyzuniversity.com/wp-content/uploads/2018/08/GenZ_Final-dl1.pdf
- WEBER, James. 2015. Discovering the Millenials' Personal Values Orientation. Journal of Bussiness Ethics [online] 142(3): 517-529 [cit.2023-03-02]. Dostupné z: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-015-2803-1#Sec8>
-

Předběžný termín obhajoby

2023/24 LS – PEF

Vedoucí práce

prof. Ing. Jindřich Špička, Ph.D.

Garantující pracoviště

Katedra statistiky

Elektronicky schváleno dne 30. 5. 2023

Ing. Tomáš Hlavsa, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 3. 11. 2023

doc. Ing. Tomáš Šubrt, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 06. 11. 2023

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Mezigenerační rozdíly v deklarovaných lidských hodnotách v České republice" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 26.3.2024

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala vedoucímu své diplomové práce prof. Ing. Jindřichu Špičkovi, Ph.D. za odborné vedení, ochotu, rychlost, velmi cenné rady a trpělivost v průběhu zpracování celé mé práce.

Mezigenerační rozdíly v deklarovaných lidských hodnotách v České republice

Abstrakt

Tato diplomová práce se zaměřuje na deklarované lidské hodnoty, a to z hlediska generačního srovnání. Cílem je popsat rozdíly v deklarovaných lidských hodnotách mezi generací baby boomers, generací X, generací Y a generací Z v České republice. Rozdíly jsou zjišťovány na datech European Social Survey z roku 2020 (ESS 2020). V první části práce jsou nejprve vysvětlena teoretická východiska. Je zde tedy definování jednotlivých generací, jejich datování, odlišnosti, definice hodnot a s nimi spojené předchozí výzkumy. Další část práce je zaměřena na sekundární analýzu dat ESS 2020. Mezigenerační srovnání je provedeno pomocí analýzy rozptylu a dvoufaktorové analýzy rozptylu, kdy hodnoty tvoří čtyři indexy. Jeden index je zaměřen na otevřenost ke změně, druhý na úspěch/prosperitu a bezpečí, třetí na druhé/svobodné rozhodování a čtvrtý na konzervatismus. Analýzou se potvrdily čtyři ze sedmi stanovených hypotéz. Od nejmladší generace k nejstarší opravdu přibývá inklinace ke konzervativnímu typu. U mužů není rozdíl v zastávání hodnot otevřenosti ke změně a orientace na úspěch napříč generacemi. Od nejstarší generace po nejmladší roste hodnota otevřenosti ke změnám. Od nejstarší generace po nejmladší roste hodnota orientace na úspěch.

Klíčová slova: lidské hodnoty, statistická analýza, generační rozdíly, Česká republika

Intergenerational differences in declared human values in the Czech Republic

Abstract

This diploma thesis focuses on the declared human values in terms of generational comparison. The aim is to describe the differences in declared human values between baby boomers, generation X, generation Y, and generation Z in the Czech Republic. The differences are measured using data from the European Social Survey 2020 (ESS 2020). In the first part of the paper, the theoretical background is first explained. Thus, there is a definition of each generation, their dating, differences, definition of values, and related previous research. The next part of the thesis focuses on the secondary analysis of the ESS 2020 data. Intergenerational comparisons are made using one-way analysis of variance and two-factor analysis of variance, where the values form four indices. One index focuses on openness to change, the second on success/prosperity and security, the third on others/free decision-making, and the fourth on conservatism. The analysis confirmed four of the seven stated hypotheses. There is indeed an increasing inclination towards the conservative type from the youngest generation to the oldest. For men, there is no difference in espousing the values of openness to change and success orientation across generations. The value of openness to change increases from the oldest generation to the youngest. The value of success orientation increases from the oldest generation to the youngest.

Keywords: human values, statistical analysis, generational differences, Czech Republic

Obsah

1 Úvod.....	10
2 Cíl práce a metodika	13
2.1 Cíl práce	13
2.2 Metodika	13
2.2.1 European Social Survey (ESS)	14
2.2.2 Metodologie	15
2.2.3 Popis datového souboru	16
2.2.4 Použité analýzy	18
3 Teoretická východiska	21
3.1 Generace.....	21
3.1.1 Generace baby boomers.....	23
3.1.2 Generace X	25
3.1.3 Generace Y	27
3.1.4 Generace Z.....	29
3.1.5 Shrnutí.....	31
3.2 Proces modernizace.....	32
3.3 Hodnoty.....	34
3.3.1 Tvorba hodnot.....	35
3.3.2 Funkce hodnot.....	37
3.3.3 Lidské hodnoty	38
3.3.4 Měření hodnot.....	38
3.3.5 Předchozí výzkumy.....	43
4 Analytická část práce.....	48
4.1 Testované hypotézy.....	48
4.2 Explorační faktorová analýza.....	48
4.3 Hypotéza 1	51
4.4 Hypotéza 2	52
4.4.1 Testování hodnoty otevřenosti ke změně.....	53
4.4.2 Testování hodnoty orientace na úspěch/na vlastní prosperitu a bezpečí ..	54
4.4.3 Testování hodnoty orientace na druhé/na svobodné rozhodování.....	56
4.4.4 Testování hodnoty konzervatismu	59
4.4.5 Shrnutí testování hypotézy 2.....	60
4.5 Hypotéza 3	60
4.5.1 Testování hodnoty otevřenosti ke změně.....	61
4.5.2 Testování hodnoty orientace na úspěch/na vlastní prosperitu a bezpečí ..	61
4.5.3 Shrnutí testování hypotézy 3.....	62

4.6	Hypotéza 4	63
4.7	Hypotéza 5	64
4.8	Hypotéza 6	65
4.9	Hypotéza 7	66
5	Zhodnocení výsledků	68
5.1	Testování hypotéz	68
5.1.1	Potvrdilo se	68
5.1.2	Nepotvrdilo se.....	70
5.2	Explorační faktorová analýza.....	72
6	Závěr.....	74
7	Seznam použitých zdrojů	77
8	Seznam obrázků a tabulek	85
8.1	Seznam obrázků	85
8.2	Seznam tabulek	85
9	Přílohy.....	86

1 Úvod

Tato diplomová práce se zabývá mezigeneračními rozdíly v deklarovaných lidských hodnotách obyvatel v České republice za rok 2020. Práce je založena na sekundární analýze dat z Evropského výzkumu z roku 2020 (ESS2020). Jedná se tedy o opětovnou analýzu již sebraných dat, přičemž si práce klade za cíl prozkoumat rozdíly v deklarovaných lidských hodnotách mezi čtyřmi konkrétními generacemi – generací baby boomers, generací X, generací Y a generací Z. Každá generace vyrůstala v jiné době, je ovlivněna jinými historickými událostmi, politickými změnami a kulturním kontextem své doby. Proto v sobě jednotlivé generace nesou jiné zkušenosti, hodnoty a lidské postoje. Tato práce je právě založena na zkoumání rozdílu v lidských hodnotách.

Marada již před více než patnácti lety tvrdil (2007, s. 118), že *„otázka generací, mezigeneračních vztahů a generačního konfliktu nabyla v posledním desetiletí nové historické aktuálnosti a přitahuje čím dál intenzivnější pozornost současné sociologie“*. A řekla bych, že tato témata jsou stále velmi aktuální. Naopak dokonce aktuálnější než kdy dřív. Generace totiž nepřestávají významně ovlivňovat společnost a kulturu. Každá generace přináší své jedinečné hodnoty, postoje a perspektivy, které ovlivňují politiku, ekonomiku, kulturu a mnoho dalších oblastí. S rychlým vývojem technologií, změnami v pracovním trhu a globálními výzvami, jako je klimatická změna, se tyto rozdíly stávají ještě výraznějšími.

„Čím rychleji se společnost pomocí techniky, průmyslu a městského způsobu života vyvíjí kupředu, tím zřetelnější se stává rozdíl generací“ (Fischer, 1965, s. 17).

V dnešní době stále častěji narážíme na mezigenerační propast. Jednotlivé generace si nerozumí, každá má svůj pohled na svět a často i svou pravdu. Oblastí, ve kterých může být mezigenerační propast patrná, je hned několik. Například v oblasti politiky. Jednotlivé generace mohou mít různý pohled na imigraci, sociální zabezpečení nebo třeba na otázku životního prostředí. Je to ale vidět i u voleb. Jisté strany cílí vyloženě na osoby důchodového věku, tedy baby boomers, a to proto, že se jedná o silnou voličskou základnu. Je to masivní skupina lidí, na které platí podobné výroky. Navíc tato generace je zvyklá chodit volit, takže pro jednotlivé strany to znamená jisté hlasy. Oproti tomu mladší generace se o politiku často příliš nezajímá, což je patrné i na volební účasti. Navíc na mladší osoby stejný volební program naopak ani neplatí. Typickou oblastí, kde je mezigenerační propast značně viditelná, jsou technologie, respektive nebo spíše schopnost práce s technologiemi. Generace Y a Z nemají s používáním technologií nejmenší problém, protože prakticky

vyrůstaly s jejich rozvojem. Jsou tedy v jejich užívání velice zběhlé. Oproti tomu starší generace mnohdy mohou mít problém vůbec s používáním mobilního telefonu. Naopak u těchto lidí se i v dnešní době můžeme stále setkat s pevnými linkami, což je pro změnu něco, s čím by si mladší generace nemusely vědět rady, protože se s tím možná nikdy nesetkaly.

Ovšem oblastí, ve kterých je mezigenerační propast znatelná, je mnohem více. Může to být v oblasti kultury, v pohledu na genderové a sexuální otázky, ve způsobu komunikace a spoustu dalších. Každá generace má jiné potřeby, jiné hodnoty a postoje, které ctí. Každá generace ale také měla jiné možnosti a příležitosti. Navíc se stále mění životní podmínky, tudíž starší generace může nabýt dojmu, že ona takové možnosti neměla. Je ale dobré vědět, v čem se jednotlivé generace liší. Mezigenerační srovnání je důležité pro pochopení vývoje a dynamiky společnosti. Zkoumání mezigeneračních rozdílů nám může pomoci nalézt společné hodnoty a cíle, které poté mohou sloužit jako základ pro budování společného porozumění a spolupráce napříč jednotlivými generacemi. Porozumění mezigeneračním rozdílům je klíčové pro tvorbu efektivních politik, komunikaci, inovaci a udržení harmonie mezi generacemi ve společnosti. Vždyť přece všechny generace žijí v jedné společnosti a musí spolu nějak vycházet a fungovat.

Tato diplomová práce je rozdělena na dvě hlavní části. A to na teoretickou část a praktickou. První část, která je rozdělena na dvě kapitoly, tvoří teoretická východiska pro praktickou část zaměřenou na sekundární analýzu kvantitativních dat. Práce nejdříve rozebírá cíle práce a metodiku, kde je rozebrán výzkum ESS, popis datového souboru a vysvětlení použitých analýz. Dále následuje popis generace a jednotlivých generací, mezi nimiž jsou v této diplomové práci zkoumány rozdíly v deklarovaných lidských hodnotách, tedy generací baby boomers, generací X, generací Y a generací Z. Následuje část zaměřená na proces modernizace, který má značný vliv na lidské hodnoty ve společnosti. Další podkapitola se zabývá lidskými hodnotami a předchozími výzkumy, které se také týkají zkoumání mezigeneračních rozdílů v deklarovaných lidských hodnotách v České republice.

Druhá část práce už se zabývá samotnou sekundární analýzou a zjištěnými výsledky. Nejprve jsou ještě zopakovány testované hypotézy a následuje již samotná analýza. Jelikož ve výzkumu ESS2020 bylo 21 položek, které zkoumalo deklarované lidské hodnoty, pro zjednodušení byla provedena explorační faktorová analýza. Na základě zjištěných faktorů byly vytvořeny indexy, na kterých byly později provedeny všechny analýzy.

Ke konci následuje zhodnocení výsledků proběhlé analýzy, kde jsou jednotlivé výsledky zasazeny do teoretického rámce. A poslední kapitolou je závěr, kde jsou shrnuty

poznatky zjištěné v této práci a jsou zde zmíněny i limity této práce a doporučení pro další výzkum.

2 Cíl práce a metodika

Tato kapitola je zaměřena na přesnější vymezení cíle práce. Je zde také představena výzkumná otázka, na kterou se práce odpovídá, a dále i použitá metodika k dosažení stanoveného cíle práce.

2.1 Cíl práce

Cílem diplomové práce je pomocí sekundární analýzy dat z Evropského sociálního výzkumu 2020 (ESS2020) zjistit a porovnat rozdíly v deklarovaných lidských hodnotách mezi jednotlivými generacemi obyvatel České republiky. Rozdíly v deklarovaných lidských hodnotách jsou posuzovány mezi čtyřmi generacemi. A to mezi generací baby boomers, generací X, generací Y a generací Z. Generací alfa a válečnou generací se tato diplomová práce nezabývá. Práce má za úkol porovnat hodnocení důležitosti deklarovaných lidských hodnot mezi danými čtyřmi generacemi. V jakých hodnoceních se jednotlivé generace shodují, a naopak ve kterých se rozcházejí. K dosažení cíle je potřeba provést rešerši literatury, která povede ke zjištění existujících výzkumů, které se týkají lidských hodnot a mezigeneračních rozdílů. Na základě těchto poznatků dojde k vytvoření teoretického rámce pro tuto diplomovou práci a pro následnou analýzu. Dále je potřeba využít vhodné statistické metody k posouzení rozdílů v deklarovaných lidských hodnotách mezi různými generacemi a k prozkoumání vztahů mezi těmito hodnotami a dalšími demografickými nebo socioekonomickými faktory. Výsledky analýz je také třeba vhodně interpretovat a vyvodit závěry o mezigeneračních rozdílech v deklarovaných lidských hodnotách v České republice a o faktorech, které k těmto rozdílům přispívají. Na závěr je vhodné výsledky prodiskutovat a určit oblasti, které by byly zajímavé pro další výzkum.

Dosažením stanoveného cíle může tato diplomová práce přispět k pochopení mezigeneračních rozdílů v deklarovaných lidských hodnotách v České republice a poskytnout poznatky, které mohou být podkladem pro politiku a praxi v této oblasti.

2.2 Metodika

Tato podkapitola je zaměřena na metodiku praktické části této diplomové práce. V této podkapitole je tedy více popsán výzkum European Social Survey (ESS), na jehož datech z posledního šetření z roku 2020 je provedena analýza praktické části. Dále je popsán

použitý datový soubor. Také je popsáno, co bylo potřeba udělat před samotnou analýzou. Poté následuje stručný popis použitých analýz.

Tato práce je založena na sekundární analýze dat z Evropského sociálního výzkumu 2020 (ESS2020). Tato data jsou volně dostupná na stránce European Social Survey, odkud jsem je také převzala. Zde jsou také dostupné všechny potřebné materiály, včetně dotazníku. V přílohách jsou obsaženy otázky, se kterými se v analytické části této práce pracovalo. Tedy otázky týkající se věku, pohlaví a hodnot. Viz *Příloha A: Tabulka tazatele pro záznam pohlaví a roku narození respondenta a jeho domácnosti*, *Příloha B: Zadání otázky týkající se hodnotových orientací (ve znění pro respondenta – muže)* a *Příloha C: Znění jednotlivých hodnotových portrétů (ve znění pro respondenta – muže)*. Tento dotazník je v českém jazyce a baterie tvrzení pro hodnocení deklarovaných lidských hodnot je upravena zvlášť pro mužské a zvlášť pro ženské respondenty. V přílohách je uvedena pouze verze pro muže.

S datovým souborem bylo pracováno v programu SPSS IBM Statistics, kde bylo provedeno jeho statistické vyhodnocení na základě jednotlivých analýz. Podle IBM [b.r.] se software používá pro vícerozměrnou analýzu, pokročilou analytiku a správu dat. Díky širokému souboru funkcí a uživatelsky přívětivému rozhraní umožňuje rychle získávat smysluplné poznatky z dat. Proto je v této diplomové práci pracováno právě s tímto programem.

2.2.1 European Social Survey (ESS)

Dle ESS ERIC (2023a) je European Social Survey, neboli Evropský sociální výzkum, mezinárodní průzkum, který je řízen akademicky. Tento výzkum probíhá po celé Evropě ve více než třiceti zemích, a to již od svého založení v roce 2001. Jde o 26 zemí Evropské unie, 9 zemí mimo Evropskou unii a Turecko a Izrael. Tento výzkum poskytuje volně přístupné údaje akademickým pracovníkům, občanské společnosti, širší veřejnosti i politickým tvůrcům. ESS měří přesvědčení, postoje, názory a vzorce chování různých populací v Evropě. European Social Survey získal v roce 2013 status European Research Infrastructure Consortium (ERIC) a od roku 2002 se provádí každé dva roky v celé Evropě. Česká republika se kromě roku 2006 účastnila všech výzkumných kol. V České republice se na výzkumu podílí Sociologický ústav AV ČR a další výzkumné agentury, jako je například MEDIAN. V ESS je zaregistrováno více než 230 000 uživatelů ze zemí celého světa. Přičemž účast v tomto výzkumu je dobrovolná. Nicméně výzkum ESS je považován za

velmi prestižní, protože se jedná o jednu z nejvíce uznávaných mezinárodních studií, a dokonce jde o jeden z největších společenskovedních výzkumných projektů.

Vlachová (2006) a ESS ERIC ([b.r.]) popisují, jak samotné šetření probíhá. Jedná se o metodu výzkumu CATI, tedy o formu počítačově podporovaných osobních standardizovaných rozhovorů tazatele s jedním členem domácnosti. Případně se ještě používá metoda CAMI, tedy počítačem podporované mobilní rozhovory. Respondenti jsou vybíráni na základě stratifikovaného víceúrovňového náhodného výběru za pomoci metody náhodného výběru adres. Přičemž výzkumu se smí zúčastnit respondenti ve věku patnácti let a více.

ESS ERIC (2023a) dále popisuje podobu dotazníku výzkumu ESS. Dotazník obsahuje dvě hlavní části. První je základní modul, který zůstává v jednotlivých kolech relativně konstantní, a dva nebo více rotujících modulů, které se v určitých intervalech opakují. Rotační modul je většinou věnován specifickým aktuálním tématům. Tento rotační modul představuje asi jednu třetinu všech otázek. Cílem základního modulu je sledovat změny a kontinuitu v široké škále sociálních proměnných, včetně používání médií, sociální a veřejné důvěry, politického zájmu a účasti, sociálně-politické orientace, správy a efektivity, morálních, politických a sociálních hodnot, sociálního vyloučení, národní, etnické a náboženské loajality, blahobytu, zdraví a bezpečnosti, demografie a socioekonomické situace. Kromě toho je respondentům na konci hlavního rozhovoru předložen doplňkový dotazník. V doplňkové sadě je obsažena Schwartzova škála hodnot (Vlachová, 2006).

ESS ERIC (2023b) uvádí, že jelikož se jedná o mezinárodní výzkum, je kladen maximální důraz na vzájemnou srovnatelnost dat všech zúčastněných zemích. Proto musí ESS dodržovat přísné metodické požadavky, které si klade na sběr dat. Nicméně nejedná se jen o přísné požadavky na sběr dat, ale také na návrh vzorku, překlad dotazníku nebo samotné vedení rozhovorů.

2.2.2 Metodologie

K sekundární analýze dat byly využity proměnné týkající se hodnotových profilů, tedy proměnné ipertiv až impfun, a proměnnou roku narození (yrbrn). Z proměnné roku narození bylo třeba vytvořit čtyři kategorie, které by znázorňovaly jednotlivé generace. Byla tedy vytvořena nová proměnná generace, která byla rozdělena na kategorie generace baby boomers (rok narození 1946-1967), generace X (rok narození 1968-1982), generace Y (rok narození 1983-1997) a generace Z (rok narození 1998 a výš). Osoby, které se narodily před

rokem 1946, tedy od roku 1945 a dříve, byly z datového souboru vyloučeny, protože by se jednalo o válečnou generaci, na kterou se tato diplomová práce nezaměřuje.

Analýza byla prováděna na baterii hodnotových profilů, která se sestává z 21 položek. V dotazníku je uvedena verze zvlášť pro muže a zvlášť pro ženy. Jednotlivé položky obsahují krátký popis jiného osobnostního portrétu. Respondent je požádán, aby na škále od jedné do šesti zhodnotil, jak moc se mu popisovaná osoba podobá. V českém znění zní pokyn následovně: „*Nyní Vám stručně popíšete určité lidi. Vyslechněte si prosím každý popis a řekněte mi, jak moc se Vám daná osoba podobá či nepochodá.*“ (viz Příloha A: *Tabulka tazatele pro záznam pohlaví a roku narození respondenta a jeho domácnosti*). V dotazníku v Příloze D (s. 44-45) jsou také uvedeny možnosti odpovědí, které jsou následující:

- 1) *Velmi se mi podobá*
- 2) *Podobá se mi*
- 3) *Podobá se mi trochu*
- 4) *Podobá se mi málo*
- 5) *Nepochodá se mi*
- 6) *Vůbec se mi nepochodá*

Přičemž se ještě udává, kdy respondent odmítl odpovědět (označeno hodnotou 7), nebo když uvedl, že neví (označeno hodnotou 8).

V tabulce v Příloze C: *Znění jednotlivých hodnotových portrétů (ve znění pro respondenta – muže)* jsou abecedně uvedeny jednotlivé výroky všech 21 osobnostních portrétů, které jsou takto napsány i v dotazníku. Přičemž se jedná o verzi pro muže. V příloze C jsou obsaženy hodnoty, které stanovil Schwartz (2012) pro svůj model. Jsou zde tedy hodnoty týkající se moci, tradice, samostatnosti apod. V příloze C jsou dané hodnoty uvedeny abecedně, tedy tak, jak jsou uvedeny v dotazníku. Nikoli podle tematických okruhů, jak by je bylo možné seskupit. Jednotlivé položky jsou tedy randomizovány, aby hodnotové modely nenásledovaly těsně za sebou a u respondentů to nevedlo k automatickým odpovědím. Pro zjednodušení je však v analýze pracováno s vytvořenými indexy, nikoli s jednotlivými hodnotovými portréty.

2.2.3 Popis datového souboru

Analytická část této diplomové práce je provedena na datech z ESS round 10 - 2020. Democracy, Digital social contacts (ESS ERIC, [b.r.]). ESS ERIC ([b.r.]) uvádí, že sběr dat probíhal v České republice od 7.7.2021 do 29.9.2021. Data sbírala výzkumná agentura Ppm

factum research. Míra návratnosti byla 72,8. Respondenti byli vybíráni pomocí třístupňové metody vzorkování na základě registru adres bydliště od Českého statistického úřadu.

Tohoto výzkumu se v České republice zúčastnilo celkem 2476 osob. Ovšem aby byly hodnotové profily co nejpřesnější, osoby, které neodpověděly na celou baterii tvrzení týkajících se hodnot, byly z datového souboru vyřazeny. V datasetu tedy zbylo 2178 osob, které odpověděly na celou baterii 21 položek. Takový počet představuje 88 % z původního datového souboru. Dále byla vytvořena nová proměnná *generace*, která rozdělila osoby v datovém souboru podle roku narození do příslušné generace. Tato nová proměnná tedy nabývá čtyř hodnot, které odpovídají zkoumaným generacím. Ovšem ne všichni respondenti spadali do příslušných kategorií generací. Někteří lidé spadali ještě do generace starší, tedy do válečné generace. V datovém souboru tedy zbylo 2043 platných respondentů, což představuje 82,5 % z původních 2476 respondentů, jejichž odpovědi jsou analyzovány v praktické části.

V následující *tabulce 1* je znázorněno základní rozdělení datového souboru. Hypotézy budou testovány na vzorku čtyř generací, kdy generace baby boomers je tvořena 792 osobami, generace X je tvořena 573 osobami, generace Y tvoří 460 osob a generaci Z tvoří 218 osob. Generace baby boomers tedy představuje 38,8 % z upraveného datového souboru, generace X představuje 28 %, generace Y představuje 22,5 % a generace Z představuje 10,7 %. Upravený datový soubor je z 43,9 % tvořen muži a z 56,1 % ženami. Dále je v *tabulce 1* uvedeno rozdělení jednotlivých generací podle pohlaví. Generace baby boomers je tvořena 352 muži (44,4 %) a 440 ženami (55,6 %). Generaci X tvoří 264 mužů (46,1 %) a 309 žen (53,9 %). Generaci Y tvoří 179 mužů (38,9 %) a 281 žen (61,1 %). A generace Z je tvořena 102 muži (46,8 %) a 116 ženami (53,2 %). V *tabulce 1* jsou v závorce uvedeny procentuální podíly dané generace dle pohlaví z 2043 respondentů.

Z dat je patrné, že nejméně je zastoupena generace Z, která tvoří jen 10,7 % dotázaných v České republice. To může být způsobeno tím, že výzkumu se účastnily pouze osoby, které se narodily do roku 2005. V datovém souboru tedy není celá generace Z ani obsažena. Oproti tomu je patrná lehká dominance generace baby boomers, která tvoří 38,8 % z datového souboru v České republice. To může být způsobeno tím, že tato generace je v české populaci opravdu velmi početná, proto i v reprezentativním vzorku musela být zastoupena více.

Tabulka 1: Rozložení proměnné generace, pohlaví a generace dle pohlaví

Proměnná	Počet (%)	Proměnná	Počet (%)
Generace		Gender	
Generace baby boomers	792 (38,8)	Muži	897 (43,9)
Generace X	573 (28)	Ženy	1146 (56,1)
Generace Y	460 (22,5)		
Generace Z	218 (10,7)		
Generace dle pohlaví			
Muži		Ženy	
Generace baby boomers	352 (39,2)	Generace baby boomers	440 (38,4)
Generace X	264 (29,4)	Generace X	309 (27)
Generace Y	179 (20)	Generace Y	281 (24,5)
Generace Z	102 (11,4)	Generace Z	116 (10,1)

Zdroj: Vlastní zpracování dle datasetu (European Social Survey European Research Infrastructure, 2023)

2.2.4 Použité analýzy

V této části jsou popsány analýzy k otestování hypotéz a důležitá úprava před samotnou praktickou částí, která byla potřeba udělat. Pro všechny analýzy je stanovena hladina významnosti α (5 %).

Jak již bylo zmíněno výše, baterie hodnotových profilů sestává z 21 položek, což by pro následnou analýzu bylo velmi náročné. Z toho důvodu jsou pro zjednodušení vytvořeny průměrové indexy, které dané položky zahrnují. A to za pomoci explorační faktorové analýzy (EFA), která si klade za cíl redukci dat (Mareš a Rabušic, 2015). Mareš a Rabušic (2015) ještě dodávají, že se jedná o jednu z metod vícerozměrné analýzy a že explorační faktorová analýza empiricky testuje, zda položky v jednotlivých faktorech měří stejnou věc. „*Explorační faktorová analýza je technika, s jejíž pomocí se snažíme nahradit vztahy mezi sadou vzájemně spjatých proměnných malým počtem ne přímo pozorovatelných znaků, kterým říkáme latentní proměnné neboli faktory*“ (Rabušic, Soukup a Mareš, 2019, s. 445). Ačkoli v textech od Schwartze (2012) a Řehákové (2006) je jakési rozdělení do větších celků naznačeno, je lepší i tak použít explorační faktorovou analýzu, která rozdělení do faktorů udá přesně. Navíc v průběhu let mohlo dojít ke změnám v příslušnosti jednotlivých položek do faktorů. Pro zjištění, které položky sytí který faktor, je vhodné použít rotované řešení. Nejpoužívanějšími metodami je rotace oblamin a varimax (Costello a Osborne, 2005, s. 3).

Přičemž v tomto případě je lepší použít šikmou rotaci oblamin, která se používá u zkorelovaných položek.

U explorační faktorové analýzy je řešen i Pearsonův korelační koeficient, Kolmogorov-Smirnov test (KMO test), Bartlettův test sféricity a Kaiserovo pravidlo. Pearsonův korelační koeficient ukazuje vzájemnou korelaci jednotlivých položek u EFA. Ty by neměly být nižší než 0,3, ale ani vyšší než 0,8 (Field, 2009, s. 657). Nejdůležitějším měřítkem, jak poznat, že je vhodné použít faktorovou analýzu, je Kaiser-Mayer-Olkin test (KMO). Výsledkem tohoto testu je číslo od 0 do 1, které udává kompaktnost položek ke spolehlivému faktorovému řešení. Čím blíže 1 vyjde KMO, tím lépe (Rabušic, Soukup a Mareš, 2019, s. 450). Přičemž podle Mareše a Rabušice (2015) jsou ideální hodnoty KMO testu vyšší než 0,7. Dále se využívá Bartlettův test sféricity, který testuje nulovou hypotézu o nulové korelaci mezi všemi položkami. Když tento test vyjde statisticky signifikantní, lze zamítnout nulovou hypotézu, tudíž jsou korelace nenulové a je vhodné použít EFA (Rabušic, Soukup a Mareš, 2019, s. 450).

Na základě faktorů jsou sestaveny průměrové indexy, u kterých je potřeba otestovat jejich validitu. Ta se testuje pomocí Cronbachovo alfa, které ukazuje vnitřní konzistenci testu. Při rostoucí hodnotě Cronbachovo alfa rostou i korelace jednotlivých položek testu. Smysl tak dávají jen testy, jejichž hodnoty Cronbachovo alfa jsou vyšší než 0,5 (Dušek et al., 2011). Nicméně se udává, že ideální velikost Cronbachovo alfa je 0,7 a vyšší (Taber, 2017; Tavakol a Dennick, 2011).

Následně pro otestování jednotlivých hypotéz je využita ANOVA (analýza rozptylu) a dvoufaktorová ANOVA (analýza rozptylu). Rabušic, Soukup a Mareš (2019) popisují, že jednofaktorová ANOVA se používá pro proměnné s více než dvěma kategoriemi. Jde o analýzu rozptylu, která testuje, jak se v populaci liší průměry více skupin. Jelikož jsou testovány rozdíly napříč čtyřmi generacemi, je použití analýzy rozptylu velmi vhodné. Pro porovnání rozdílů mezi muži a ženami v jednotlivých generacích je vhodné použít dvou faktorovou analýzu rozptylu, která pracuje se dvěma nezávislými proměnnými. Tedy s kategorií generací a pohlavím. Zároveň tento test bere v potaz i vzájemnou interakci dvou nezávislých proměnných.

U jednotlivých analýz je také potřeba otestovat její předpoklady. Prvním předpokladem u analýzy rozptylu je normalita kardinální (závislé) proměnné. Tedy normální rozdělení jednotlivých indexů. Určuje se pomocí Kolmogorov-Smirnov testu nebo histogramu. Dalším předpokladem je shoda rozptylů ve skupinách a nezávislost pozorování.

Nezávislost pozorování je díky kvótnímu výběru zajištěna. Shoda rozptylu ve skupinách se testuje pomocí Leveneho testu o shodě rozptylů. Když se jedná o shodné rozptyly, je jako post-hoc test použit Scheffeho test pro shodné rozptyly. V opačném případě je jako post-hoc test použit Games-Howellův test pro neshodné rozptyly. V případě prokázání vztahu mezi alespoň dvěma skupinami je vhodné vypočítat i velikost účinku neboli effect size. Ta se spočítá jako podíl meziskupinové variance s celkovou variancí.

Stejně předpoklady platí i pro dvoufaktorovou analýzu rozptylu. Zde jen dochází navíc k testování heteroskedasticity za pomoci Breusch-Pagan testu. Pokud signifikance tohoto testu vyjde vyšší než hladina významnosti $\alpha = 5\%$, jedná se o homoskedasticky robustní model (Breusch and Pagan 1979). Pokud však vyjde signifikance tohoto testu vyjde nižší než hladina významnosti $\alpha = 5\%$, pak se jedná o heteroskedasticky robustní model. V takovém případě je potřeba v SPSS IBM Statistics nechat defaultní volbu HC3. Ta znamená, že se aproximuje křížový odhad, kdy se čtvercová rezidua dělí čtvercem 1-h. H je pákový efekt pro případ (IBM, 2024). SPSS IBM Statistics poté provede dva odhady, jeden klasický a jeden s robustními standardními chybami. Následně se použije výstup s robustními standardními chybami.

3 Teoretická východiska

V této kapitole je nejprve vysvětlen pojem generace. Je zde vysvětleno, jak ho lze chápat a také jak se taková generace vytváří. Dále jsou vymezeny jednotlivé generace, se kterými se v této diplomové práci pracuje. U každé je popsána základní charakteristika a je zmíněn i historický kontext typický pro danou generaci. Následuje část zaměřená na lidské hodnoty. Nejprve jsou jednotlivé hodnoty vymezeny a poté je v této kapitole obsaženo shrnutí předchozích výzkumů.

V prvé řadě je potřeba zmínit, že časové vymezení jednotlivých generací není mezi autory jednotné, a to ani v České republice. Tato věková rozmezí se mohou lišit v závislosti na studii nebo kontextu, a i samotné generační rozdíly nejsou vždy jednoznačné nebo konzistentní v různých zemích nebo kulturách. Ovšem je potřeba dodat, že ačkoli nejsou autoři v datování jednotlivých generací jednotní, obecný popis charakteristik dané generace je stejný.

Část této kapitoly je zaměřena právě na vymezení jednotlivých generací, kde jsou popsány myšlenky několika autorů. Nutno však podotknout, že v této diplomové práci je vzhledem k nejednoznačnému časovému zařazení jednotlivých generací posléze vybráno jen jedno časové vymezení, se kterým se dále pracuje v praktické části.

3.1 Generace

V Sociologické encyklopedii (Kabátek, 2020) je uvedeno, že slovo generace pochází z řeckého slova *genos*. V českém překladu jde o rod. Berg (2020) ve své knize zmiňuje, že prvními autory, kteří se zabývali generacemi, a tedy jako první rozdělili skupiny vrstevníků do skupin podle dat narození, byli William Strauss a Neil Howe. Podle Mc Crindle (2014, s. 2) se tito dva autoři shodují, že generace jsou utvářeny určitým časovým úsekem, kdy sdílí čas a prostor v historii, díky čemuž získávají kolektivní osobnost. Jako časové rozpětí jedné generace udávají zhruba délku fáze života, což už dnes neplatí, protože se zkracuje dětství, a naopak tradiční povinnosti dospělých se oddalují.

Mc Crindle (2014, s. 1) dodává, že jsou dvě základní oblasti, podle kterých lze definovat generace. Jednou oblastí je biologie a druhou sociologie. Historicky byla generace označována jako průměrný věk mezi narozením rodičů a narozením jejich potomků. Podle této biologické koncepce by jedna generace měla trvat 20 až 25 let. Tato definice byla v minulosti velmi užitečná, zejména pro sociology, jenže dnes již není aktuální. Dvě desetiletí

jsou příliš dlouhým obdobím, protože kohorty se mění tak rychle, jak rychle se vyvíjí nové technologie a jak rychle se mění profesní a vzdělávací možnosti a kulturní hodnoty. Kdybychom tedy dnes stále používali biologickou definici, jedna generace by poté zahrnovala delší časové období než kdy jindy. A to zejména z důvodu stále se zvyšujícího průměrného věku matky při porodu. Podle Českého statistického úřadu (2023) byl v roce 2001 průměrný věk ženy v České republice při narození prvního dítěte 27,5. Oproti tomu v roce 2020 to už bylo 30,2 (Český statistický úřad, 2023). Interval mezi věkem rodičů a věkem jejich dětí by se tedy následně prodloužil i o více než tři desetiletí.

Z těchto důvodů se dnes používá především sociologická definice. Petrussek (1996) a Kabátek (2020) tvrdí, že generaci lze brát jako skupinu osob, které spojuje dobově podmíněný styl myšlení a jednání. Krom toho tyto osoby zažívají při své socializaci shodná historická a kulturní období. Giddens (2013, s. 277) uvádí, že „[g]eneraci lze pojímat jako skupinu lidí, kteří se narodili buď v témže roce, nebo v blízkých letech“. Odpovídá to tedy kohortě lidí, kteří se narodili v podobném časovém období v rozmezí zhruba patnácti let. Tito lidé tak spolu sdílí podobný věk, nachází se v podobné životní fázi a jsou formováni společnými prožitky dané společnosti, do které se daná generace narodila (Giddens, 2013, s. 980; Mc Crindle, 2014, s. 1-2; Marada, 2007, s. 118-129). Druhým projevem generační příslušnosti jsou charakteristické způsoby chování a myšlení typické pro danou generaci.

Podle Karla Mannheima (2007) je generace tvořena zejména sociálním obsahem. „První, co je při pohledu na určitou generační jednotu nápadné, je dalekosáhlá příbuznost obsahů, které naplňují vědomí jedinců. Význam obsahů nespočívá – sociologicky viděno, jen v jejich konkrétní významové náplni, ale i ve faktu, že vážou jednotlivce ke skupině, že působí socializačně“ (Mannheim, 2007, s. 31). Nutno však dodat, že „[u]tváření generace je strukturovaný proces s řadou dimenzí a nosných prvků. Tak jako je generace naplňována populačními ročníky a jednotlivci, tak také proces utváření generace je naplňován dílčími individualizovanými procesy sociálního zrání individuálních příslušníků tvořící se generace“ (Sak, 2012, s. 8).

Generace však lze zkoumat i z jiného pohledu než jen z pohledu jejich utváření. Marada k výše uvedenému dodává (2007, s. 118), že „[g]enerace jsou totiž nejen produktem dějin, nýbrž také samy poskytují perspektivu, se kterou dějiny chápeme, interpretujeme, a tedy tvarujeme“. Marada (2007, s. 118-119) to dále rozvíjí, že generace se formují pomocí sdílené zejména dramatické historické události, jako je třeba válka, ekonomická krize či revoluce. Tyto události si poté jedinci nesou v generační paměti, která utváří generační

identitu. Ta poté může být zdrojem sebevědomí či nejistoty nebo také hrdosti či stigmatu. Generační vědomí je tedy důležité pro periodizaci moderních dějin s vystižením historické souvislosti světa. K tomu Giddens (2013, s. 277) dodává, že generace plní dva hlavní účely, produkuje sociální změnu a utváří samotnou podobu cesty života.

Jednotlivé generace se od sebe zákonitě musí lišit. Však také každá zažila jiné historické události, vyrůstala v jiném světě a třeba i politickém systému. Něco však mají všechny generace společné. Podle Saka (2012, s.8) tím je tradiční stabilní sociální obsah, který sdílí předchozí i následující generace. Tento sociální obsah zajišťuje nejen kontinuitu společnosti, ale i její identitu a schopnost komunikace jednotlivých členů generací. Ovšem generace nesdílí celou část sociálního obsahu. Malá část se může v čase lišit, což právě zapříčiňuje vznik generace jako takové. Stačí takový malý rozdíl, který „*utváří generaci jako subjekt společenské změny, stojí za diskontinuitou vývoje a za společenskou změnou*“ (Sak, 2012, s. 8).

V následujících čtyřech podkapitolách jsou popsány jednotlivé generace, se kterými se pracuje v této diplomové práci. Jsou popsány charakteristiky dané generace a také historický kontext. Danými generacemi jsou generace baby boomers, generace X, generace Y a generace Z. Ohraničující data daných generací se u jednotlivých autorů liší a nejsou pevně daná. Zřejmě i proto, že „*[...] znaky nadcházející generace někdy nesou jedinci narození mnohem dříve, než daná generace nastoupí, jsou něco jako poslové časů budoucích.*“ (Berg, 2020, s. 131).

Je potřeba ještě poznamenat, že každá generace není zcela jednotná, protože jednotliví členové se mohou v mnoha ohledech lišit v závislosti na geografickém regionu, socioekonomickém stavu a osobních zkušenostech.

3.1.1 Generace baby boomers

Generací baby boomers lze chápat jako generaci, která je dnes ve většině případech už v důchodovém věku. Jak už název napovídá, jedná se o osoby, které se narodily během období náhlého nárůstu porodnosti po skončení druhé světové války.

Berg (2020, s. 132) označuje poválečnou generaci, u nás také jako televizní generaci, jako baby boomers. Jedná se o osoby narozené mezi lety 1943 a 1960. Lze se však setkat i s časovým vymezením 1946 až 1960 (Gardiner, Grace and King 2015; Knight 2014; Stuenkel, de la Cuesta and Cohen 2005; Zemke, Raines and Filipczak 2000). Mc Crindle

(2014) tuto generaci datuje mezi lety 1946 až 1964. Forbes (2017) uvádí opět jiné rozdělení. A to na osoby narozené mezi lety 1946 až 1967.

V kontextu České republiky je vhodnější použít poslední časové rozdělení, protože události v roce 1968, jako je Pražské jaro a okupace, byly tak významné a pro generace rozdělující.

Podle Berga (2020, s. 132) je pro tuto generaci v Americe typické, že vyrostla z rozkvětu ekonomiky, masové produkce a automatizované produkce. V tomto časovém období se začala rozvíjet konzumní společnost, na univerzitách a školách nebyl dostatek míst a stejný nedostatek byl i v počtu pracovních pozic, o které museli lidé tvrdě bojovat. Hlavním cílem bylo dosažení určitého společenského postavení a k jeho dosažení byli lidé ochotni obětovat vše. Motivace dosažení prestiže a určitého postavení byla obrovská. Dalším typickým rysem byla emancipace a nástup žen do zaměstnání. (Berg, 2020, s.132)

Berg (2020, s. 132) ale také zmiňuje, že v Česku byla situace o něco jiná. Veliký vliv zde mělo budování socialismu. Sítil vliv Komunistické strany a začalo období, kdy lidé byli nuceni vstupovat do strany. Za účelem vybudování nové, spravedlivé, socialistické společnosti byla vybudována pásová výroba. Výrazný vliv měla také Brežněvova politika, která ve finále vedla ke stagnaci a centralizaci. Česká ekonomika byla podvolena diktátu ze Sovětského svazu. Takže i u nás došlo k zavedení pětiletok. Tato generace pracovala ve směnném provozu a značná část inteligence byla nucena vykonávat dělnické profese. Časté byly perzekuce lidí, kteří nebyli ve straně, a znárodnění. Mimo to baby boomers zažili hned dvě měnové reformy, a to v letech 1945 a 1953. Bejtkovský (2016, s. 27) uvádí, že tato generace v tehdejší Československu zažila také osvobození v roce 1945, poválečné volby ihned v následujícím roce a znárodnění a reformu školství v roce 1948.

Baby boomers jsou popisováni jako oddaní, workoholici, poslušní autoritám a věrní svým zaměstnavatelům (Apostolidis a Polifroni 2006; Kupperschmidt 2000 a Wieck 2005). Podle Beutell a Wittig-Berman (2008) a Eisner (2005) jim sice chybí technické dovednosti, ale jsou také dobří v networkingu a mají vysoké sociální dovednosti. Ovšem jsou i obecně cyničtí, sebestřední, individualističtí a sociálně uvědomělí. Forbes (2017) uvádí, že důležitými životními hodnotami pro baby boomers jsou klid, izolace a žít život sám pro sebe. Všechno svádějí na systém.

3.1.2 Generace X

Generaci X lze chápat jako generaci osob v produktivním věku. Jako osoby, které zanedlouho vstoupí do důchodového věku. U nás tato generace bývá označována také jako Husákovy děti.

Další generací je generace X, kterou Berg (2020, s. 133) datuje pro osoby narozené mezi lety 1961 a 1981. Mc Crindle (2014, s. 7) tuto generaci datuje pro osoby narozené mezi lety 1965 až 1979. Lze se setkat i s časovým vymezením 1960 až 1980 (Gardiner, Grace and King 2015; Stuenkel, de la Cuesta and Cohen 2005; Zemke, Raines and Filipczak 2000). Forbes (2017) tuto generaci v kontextu Česka datuje mezi lety 1968 až 1982.

V kontextu České republiky je vhodnější použít rozdělení podle Forbes (2017), protože jak již bylo zmíněno v předchozí podkapitole, v roce 1968 došlo k tak významným událostem, které měly zásadní vliv na celou populaci, že je vhodné tyto události považovat za milník a bod pro rozdělení dvou generací.

Berg (2020, s. 133) uvádí, že v období generace X bylo USA na vrcholu. Došlo k prvnímu letu na Měsíc. USA věřilo, že vše dokáže. Hlavním cílem už nebylo dosáhnout lepšího postavení, ale nastala éra květinového hnutí. Došlo k uvolnění ve společnosti v radost ze života. Osobní svoboda se stala důležitější než hon za penězi. Toto období bylo také manifestem odmítnutí materialismu. Severní Amerika byla velmi bohatá a mladí lidé měli vše, co potřebovali. Amerika byla v rozkvětu, což také podporovalo růst porodnosti.

Knight (2014) a Leiter, Jackson a Shaughnessy (2009) uvádějí, že na vývoj generace X měl nejvýznamnější vliv vznik neúplných rodin a vstup žen na trh práce. Velkou změnou bylo, že rodiny měly najednou dvojí příjem. Tato generace je velmi motivována důslednými pracovními hodnotami, díky kterým hledají rovnováhu mezi pracovním a osobním životem (Stuenkel, de la Cuesta a Cohen 2005). Zástupci generace X jsou známí tím, že jsou nezávislí, vyhledávají emocionální jistotu, upřednostňují neformálnost a jsou více podnikatelsky schopni než předchozí generace baby boomers (Howe a Strauss 2007).

Oproti tomu u nás byla situace jiná. Berg (2020, s. 133) a Český statistický úřad (2014) uvádějí, že tato generace vyrůstala za socialismu. V té době neexistovala nezaměstnanost, protože bylo protizákonné nepracovat a udržovala se umělá zaměstnanost. Ovšem neexistoval ani volný pracovní trh. Od šedesátých let minulého století se uvolňoval konzervatismus, který u nás panoval několik předchozích let. Docházelo tedy k uvolňování kultury, protože dospívající generace již nebyla spokojena s dosavadním společenským

vývojem. Díky tomu vznikla československá filmová nová vlna a v ekonomice došlo ke vzniku nové soustavy plánování.

Berg (2020, s. 133) a Český statistický úřad (2014) dále uvádějí, že na síle nabíralo reformní křídlo Ústředního výboru Komunistické strany Československa, což však bylo narušeno vpádem Sovětských vojsk do Československa v srpnu roku 1968. Díky událostem z konce šedesátých let rodiče odkládali založení rodiny na později, proto na začátku sedmdesátých let docházelo k podpoře rodiny ze strany vlády Československa. Začala výstavba nových bytů v panelových domech, které byly vhodné pro mladé rodiny. Dále byly zavedeny příspěvky na děti a novomanželské půjčky. To vše proto, aby se zvýšila porodnost. Díky těmto opatřením nastala populační exploze, ke které v Americe došlo již o několik let dříve. Děti, které se narodily v tomto období podpory rodiny, jsou u nás nazývány jako Husákovy děti.

Český statistický úřad (2014) dále popisuje, že už na konci sedmdesátých let začal mít socialistický stát problém s financováním tak velké podpory rodin. Došlo tedy k redukci státní podpory, díky čemuž se porodnost opět začala snižovat. To způsobilo ještě větší nerovnováhu ve společnosti, právě co se týče věkového rozložení. Druhým názorem na tuto populační vlnu je, že nárůst porodnosti způsobily silné ročníky poválečné generace. A vzhledem k nejisté situaci v šedesátých letech spousta párů odložilo rodičovství právě až do dalšího desetiletí.

Podle Berga (2020, s. 133-134) lidé generace X moc dobře zažila život dvou generací v jednom bytě. A to právě díky populační vlně, která je navíc velmi dobře připravila na vstup na pracovní trh po roce 1990. Český statistický úřad (2014) poznamenává, že paradoxně se tato generace setkala s nezaměstnaností až právě s nástupem na pracovní trh. Po roce 1989 se transformovalo hospodářství, lidé mohli začít podnikat a generace X tak měla mnoho příležitostí k seberealizaci. Berg (2020, s. 133-134) a Český statistický úřad (2014) se shodují, že tito lidé tak dnes mohou mít velmi dobré postavení, protože už když vyrůstali, museli se umět mezi svými početnými vrstevníky prosadit. Husákovy děti byly díky své početnosti zvyklé na velmi silnou konkurenci. Děti bylo tolik, že nebylo dostatek místa v porodnicích, školkách ani školách. Zde bylo tolik paralelek, že byly třídy od A až do F. Při studiu na vysoké škole se vypisovaly většinou jen jedny výhodné termíny a vyplácelo se tedy chodit mezi prvními. Lidé této generace museli být tedy velmi rychlí a ostražití, pokud chtěli získat lepší pozici. Tyto vlastnosti se jim však hodily i v běžném životě, zejména tedy na pracovním trhu. Ovšem platilo to například i pro pořadníky na automobil či byt.

Berg (2020, s. 134) a Bejtkovský (2016, s. 28) ještě uvádějí, že po vlně nadšení poválečných let následovala éra obnovy, a to jak u nás, tak i v Severní Americe. Tato vlna nadšení dosáhla vrcholu v roce 1968 Pražským jarem pokusem o změnu. Naše studentské hnutí se zaměřovalo na jiná témata než to americké. Bohužel však toto hnutí bylo u nás potlačeno. To vedlo k uzavření hranic, omezení svobody a normalizaci, jež přinášela represii za politickou aktivitu a zároveň způsobila masovou emigraci. Lidem byla nabídnuta vlastní verze konzumu, se kterou přišla socialistická normalizace. Ta probíhala v letech 1969-1985. Tato generace také zažila Chartu 77 v roce 1977. Mládež byla formována i pozdějším uvolněním socialismu za pomoci ruské perestrojky, která v osmdesátých letech začínala.

Forbes (2017) uvádí, že důležitými životními hodnotami pro generaci Husákových dětí jsou finanční zabezpečení, mít klidný život a vlastní bydlení, svůj dům nebo byt. Dnes je tato generace patrně nejpočetnější. Nicméně se dle Covingtona (1992) jedná o různorodou moderní kohortu, která je ovlivněna mezinárodním uvolněním v rámci demokratických zemí, ale také opětovným omezením ekonomické i kulturní svobody za ČSSR.

3.1.3 Generace Y

Generaci Y bývá často označována také jako mileniálové, protože tyto osoby se narodily ke konci 20.století, a tedy na hraně nového milénia, nového tisíciletí. Členové této generace mají významný vliv na současný svět, protože se jedná o osoby v produktivním věku. Vstupují do různých oblastí společnosti, pracovního trhu, ale i politiky a kultury. Horváthová, Bláha a Čopíková (2016), Knight (2014) a Zemke, Raines a Filipczak (2000) uvádějí, že generace Y je první generací, která je globální. Znamená to, že lidé z této generace mají podobné vlastnosti bez ohledu na místo nebo zemi, ze které pocházejí.

Berg (2020, s. 134) tuto generaci datuje mezi lety 1982 až 2004. Uvádí, že u nás se tato generace označuje jako počítačová generace, nebo také jako Havlovy děti. Horváthová, Bláha a Čopíková (2016), Knight (2014) a Zemke, Raines a Filipczak (2000) datují tuto generaci mezi lety 1980 až 1995. Mc Crindle (2014, s. 7) datuje generaci Y mezi roky 1980 až 1994. Oproti tomu Forbes (2017) do této generace zařazuje osoby, které se narodily mezi lety 1982 až 1997.

Jak je vidět z odstavce výše, pro tuto generaci se jednotlivé hraniční roky výrazně liší. V kontextu České republiky je vhodnější použít rozdělení podle Forbes (2017), protože se to zdá jako zlatý střed mezi zmíněnými třemi rozděleními. Navíc tato datace plyně navazuje na generaci předchozí.

Berg (2020, s. 134) popisuje, že v USA se v této době rozvíjel kapitalismus peněz. V osmdesátých letech bylo v Americe velmi jednoduché si cokoli koupit. Tato generace tak vyrůstala s mobilním telefonem v ruce. Jedná se o osoby, které jsou týmovými hráči, kteří se orientují na dosažení výsledku. Takže neustále hledají něco lepšího, a proto nezůstávají věrni jen jedné firmě.

Oproti tomu u nás byla situace opět o něco jiná. Berg (2020, s. 134-135) uvádí, že podobná situace, která byla v Americe, k nám dorazila až zhruba s desetiletým zpožděním. Od osmdesátých let probíhalo uvolnění centralizovaného socialismu díky perestrojce, která začala probíhat v SSSR. Bayer (2017) perestrojku vysvětluje jako přestavbu, která označovala reformní program M. S. Gorbačova. Šlo o sérii politických a ekonomických reforem v osmdesátých letech. Perestrojka měla být původně jen ekonomickou reformou, ale už od roku 1987 začala přestavba celého politického systému. Původně mělo jít o překonání hluboké krize sovětské ekonomiky, která se vyznačovala poklesem produkce, krizí v zásobování a inflací, a to za pomoci reformy administrativní redistributivní ekonomiky. Cílem série reforem bylo snížení vlivu plánovacího aparátu na ekonomiku a zvýšení autonomie podniků, zvýšení role zisku a samofinancování podniků, liberalizace mezinárodního obchodu a zvýšení produktivity ekonomiky.

Berg (2020, s. 135) popisuje, že generace Y vyrůstala v Československu nejprve v klimatu uvolnění a poté v klimatu převratu. Tím je myšlena sametová revoluce, po které bylo potřeba rychle dohnat západní svět. Byl u nás tedy nastolen tvrdý kapitalismus a hlavní hodnotou bylo něco vlastnit. Zejména pokud dané zboží pocházelo ze Západu. „*Žilo se podle hesla „kdo nekrade, okrádá rodinu“, což se bohužel přeneslo až do současné doby*“ (Berg, 2020, s.135).

Berg (2020, s. 135) a Český statistický úřad (2014) se shodují, že socialistická ekonomika již netlumila tvrdý hon za penězi a postavením. Došlo ke zrušení novomanželských půjček, ceny potravin a dalšího nezbytného zboží se zvedaly, takže se peníze staly předmětem posedlosti. To však nebyla jediná drastická změna. Celý společenský systém se poškodil s přílivem drog, prostituce a zbraní, na což nebyl nikdo připraven. Krom toho krátce v roce 1992 došlo k rozpadu Československa, následně k začlenění do NATO v roce 1999 a do Evropské unie v roce 2004. Díky všem těmto změnám a neutuchající honbě za penězi docházelo k častějším rozpadům rodin, rozvodům, soudům o majetek apod. Lidé viděli jinou možnost realizace v osobním i profesním životě. Tato generace je tedy značně pragmatická, nezávislá na jiných. Jedinci naopak spoléhají jen sami

na sebe, protože od státu a ani systému nemohou očekávat příliš. O zajištění své rodiny a sebe zodpovídají jen oni sami a jsou pro to ochotni obětovat i nějaký čas v práci navíc. Tato generace je velmi zodpovědná, protože tito lidé často dospívali jen díky půjčkám. Jsou schopni za sebe převzít zodpovědnost. Do dospělosti jsou vrženi honbou za lepším postavením nebo za budováním firmy. V současné době je tato generace nejžádanější generací na trhu práce.

Havlovy děti zažily několik dalších historických milníků. Bejtkovský (2016, s. 29) zmiňuje události jako výbuch jaderné elektrárny v Černobyli v roce 1986, kolaps východního bloku, začátek internetu a také privatizaci v roce 1992. Tato generace si také moc dobře pamatuje teroristický útok v New Yorku z 11. září v roce 2001. Tyto události mohly generaci Y značně poznamenat.

Ovšem ještě jednu věc má česká generace Y společného s generací Y v Americe. Berg (2020, s. 135) uvádí, že obě generace jsou generacemi mobilních telefonů. I u nás tedy tito lidé vyrůstali s telefonem v ruce. Jen z počátku to byla výsada především bohatých, protože mobilní telefony byly drahé, a to samé platilo i pro volání a zprávy. Tato generace vyrůstala s rozvojem technologií a internetu.

Berg (2020, s. 136) ještě zmiňuje jednu věc, která je pro tuto generaci typická. Tím je nezájem o dějiny své země. Mnoho osob této generace neví, kdy začala sametová revoluce, nebo kdo zvítězil po válce v roce 1968. Otázkou však je, jak moc je toto zapříčiněno nezájmem samotné generace nebo zastaralými školními osnovami, kdy se ve škole o takových událostech ani neučí.

Forbes (2017) uvádí, že důležitými životními hodnotami pro generaci Y je být hlavně šťastný a spokojený. Chtějí si užívat života a mít na to dostatek peněz.

3.1.4 Generace Z

Generace Z je poslední generací, která je v této diplomové práci rozebírána. Jedná se o osoby, které se narodily přibližně od počátku 21. století až do současnosti. Tato generace následuje za generací Y a postupně se stává ve společnosti dominantní. Tato generace se může nacházet teprve ve fázi formování svých identit a hodnot, protože se jejich zkušenosti budou postupem času dále vyvíjet, a protože se jedná o mladé lidi, kteří budou mít významný vliv na budoucí společnost a kulturu.

Berg (2020, s. 136) generaci Z datuje od roku 2005 doposud. Forbes (2017) tuto generaci datuje od roku 1998 do současnosti. Mc Crindle (2014, s. 7) do generace Z řadí

osoby, které se narodily v rozmezí let 1995 až 2009. Bejtkovský (2016, s. 9) tuto generaci datuje mezi roky 1995 až 2010.

Výše uvedená počáteční data jsou si napříč autory velmi podobná. Vzhledem k předchozímu rozhodnutí, že generace Y se pro tuto práci bude datovat do roku 1997, generace Z poté musí začínat od roku 1998. Koncovým datem této generace je následně rok 2009. Vzhledem k tomu, že výzkumu ESS se mohou účastnit osoby od patnácti let, není nyní podstatné přesné definování konce generace Z, protože nová generace, tedy generace Alpha, se výzkumu účastnit z důvodu nízkého věku nemohla.

Jak je vidět z odstavce výše, pro tuto generaci se jednotlivé hraniční roky výrazně liší. V kontextu České republiky je vhodnější použít rozdělení podle Forbes (2017), protože se to zdá jako zlatý střed mezi zmíněnými třemi rozděleními. Navíc tato datace plyně navazuje na generaci předchozí.

Podle Berg (2020, s. 136) lze tuto generaci označit také jako generaci rodné země, nebo u nás někdy označovanou jako bytovou generaci. Jde o generaci, která má všeho dostatek, protože často jde o osoby, které se narodily do rodiny pouze s jedním dítětem. Pro tuto generaci je typické, že ačkoli žije v materiálním dostatku, má nedostatek kontaktu s přírodou. To je způsobeno hlavně všudypřítomností technologií a internetu. Již děti předškolního věku jsou schopné ovládat nespočet aplikací a používat telefon. Takové děti si moc často nehrají venku, jsou zvyklé trávit čas na chytrých zařízeních. Rodina je pro ně základ, ale i tak tráví společným kontaktem velmi málo času.

Takto to působí, že generace Z nemá příliš osobních vztahů. Berg (2020, s. 136) uvádí, že spousta lidí této generace se ani často neseťkává se svou širší rodinou, příbuznými či dokonce prarodiči. Život starší generace je pro ně cizí a mnohdy o něm nic nevědí. Domácí mazlíčci mají hlavně sloužit dětem, ale ne v tom smyslu, aby si děti uvědomily, že i zvířata mají nějaké práva. Takové děti nejsou schopny porozumět obsahu látky, kterou jim předávají učitelé ve školách. Jsou však velmi zdatné v učení. Zejména při objevování nových věcí jen za pomoci kolektivu.

Berg (2020, s. 136-137) dále tvrdí, že lidé generace Z se nechtějí nikde moc vázat. To je také důvodem, proč si mladí lidé často nechtějí zakládat profily na sociálních sítích jako je třeba Facebook. Ten se pro ně může zdát jako příliš osobní, nebo také jako příliš zastaralý. Naopak si více oblíbili sociální sítě jako jsou Snapchat, Twitter, Instagram či TikTok. Generace Z musí být ke všemu obsahu na sociálních sítích značně ostražitá, protože realita, která je prezentovaná na sociálních sítích, neodpovídá vždy realitě skutečné. Každý se na

sociálních sítích může prezentovat tak, jak on sám chce. Může ukazovat pokřivený, ale zároveň příkrášlený obrázek sám sebe. Generace Z často svůj skutečný život s nikým nesdílí, nebo ho sdílí jen s velmi malým množstvím lidí. Tito lidé také vyrůstali při rozkvětu YouTube a influencerů. přičemž zrovna YouTube se stal velmi populární zejména z toho důvodu, že není potřeba si pro jeho sledování zakládat profil.

3.1.5 Shrnutí

„Každá generace má své vlastní výzvy a úskalí, přes která se musí dostat. Není to jednoznačně tak, že jedna generace je na tom dobře a ta následující nikoli, že jedna generace je špatná, nevede svou existenci dobře, celkově degeneruje a nepodává dobré výkony, a že další generace je ideální a dobrá. Tak to rozhodně není“ (Berg, 2020, s. 137).

Berg (2020, s. 137-138) říká, že při snaze o porozumění jednotlivým generacím je potřeba odhodit hodnocení, předsudky a škatulkování. Protože každá generace něco budovala se zápal. Jedna budovala socialismus a druhá zas konzumní společnost. U každé generace je tedy vidět opravdový zápal pro věc a vášeň. Jen každá ho směřuje trochu jiným směrem.

Generace baby boomers, generace X, generace Y a generace Z se liší v mnoha ohledech. Baby boomers vyrůstali v době, kdy byly značně omezené technologie, nejsou tedy tolik sžití s technologiemi a sociálními sítěmi. Proto také preferují osobní komunikaci před tou digitální a upřednostňují tradiční média. Tito lidé vyrůstali v době, kdy základem všeho byla rodina, proto také zastávají tradiční názory a hodnoty. Zatímco generace Z s moderními digitálními technologiemi a sociálními sítěmi prakticky vyrostla, a proto preferuje digitální komunikaci před osobní. Upřednostňují tedy komunikaci skrze sociální média, textové zprávy, ale také pomocí videohovorů. Tato generace oceňuje rozmanitost, oproti generaci baby boomers, která spíše ctí tradiční hodnoty. Generace X je značně nezávislá a generace Y zase značně flexibilní. Generace X vyrůstala v éře nástupu osobních počítačů a základních forem elektroniky. Jsou tedy schopni komunikovat skrze mobilní telefony či e-maily. Generace Y zase vyrůstala s rychlým rozvojem internetu a mobilních telefonů. Jsou takovými průkopníky v online komunikaci a vůbec v používání sociálních médiích. Obě tedy umí velmi dobře pracovat s technologiemi. Všechny zmíněné generace mají odlišné zkušenosti a způsoby komunikace, což má vliv na jejich postoje, hodnoty a samotný přístup k životu.

V této diplomové práci se tedy bude pracovat s následujícím časovým rozdělením jednotlivých generací:

- Generace baby boomers: 1946-1967
- Generace X: 1968-1982
- Generace Y: 1983-1997
- Generace Z: 1998-2009

Je zde ještě nutno podotknout, že v datovém souboru se mohou vyskytovat osoby, které se narodily ještě před rokem 1946. V takovém případě by se jednalo o osoby válečné generace (Forbes, 2017). Nicméně tato diplomové práce je zaměřena pouze na generaci baby boomers, generaci X, generaci Y a generaci Z. Z tohoto důvodu v analýze nebude pracováno s lidmi, kteří spadají do válečné generace.

3.2 Proces modernizace

Ačkoli u jednotlivých generací v předchozí kapitole byl popsán i historický kontext doby, ve kterém daná generace vyrůstala a co mohla zažít, je potřeba zmínit ještě proces modernizace, který hodnoty a normy ve společnosti také značně ovlivňuje.

Podle Zacha a Anýžové (2016, s. 26-27) na modernizační procesy působí několik faktorů. Mezi nimi například ekonomická sféra, politické změny, vzdělávací procesy apod. Na změny sociálního systému společnosti, změny v hodnotové orientaci a změny fungování mezilidských vztahů nejvíce působí pouze čtyři hlavní osy modernizace. A jelikož tato diplomová práce se také zaměřuje na hodnotovou orientaci, následující vysvětlení je dostačující.

Podle Jana Kellera (2007, s. 51) zmíněnými čtyřmi hlavními osami modernizace je individualizace, funkční diferenciací, generalizace a racionalizace. Individualizace se v současné době stále více a více prosazuje. Podle Baumana (2004) je to patrné zejména v rodinných vztazích, kdy se lidé odprošťují od tradičních svazků, ale také v emancipaci jedinců od institucionálních či skupinových vazeb. Lidé za sebe sami přebírají zodpovědnost. Librová (2010) a Rychtaříková (2002) doplňují, že lidé upřednostňují své potřeby, svobodu a seberealizaci. Jejich život je nyní pružnější, protože mají možnost volby. Hledají individuální životní styly a osobní identity. Zich s Anýžovou (2016, s. 27) navíc uvádějí, že „[p]rocesy individualizace vyvolávají celou řadu paralelních otázek souvisejících například se stavem regionální identity, soudržnosti, pospolitosti apod.“

Druhou osou modernizace je funkční diferenciaci. Beck (2004) uvádí, že je tím myšleno překonávání přílišné odlišnosti společenských institucí. Přičemž tato odlišnost vznikla již v první vlně modernizace. Podle Zicha s Anýžovou (2016, s. 27) vede nadměrná odlišnost a samostatnost institucí hned k několika problémům. Proto by součástí současných modernizačních procesů mělo být překonávání odlišnosti a samostatnosti institucí, aby mohla modernizace lépe účinkovat. Jde především o překonávání nefunkčnosti a byrokratického omezení ve veřejném sektoru, jako je například školství či sociální péče. Často se takové problémy řeší privatizací problémových institucí.

Třetí osou modernizace, jak ji uvádí Keller (2007, s. 51), je generalizace. To znamená, že lidé se více orientují na obecnější a univerzálnější hodnoty a normy místo orientace na lokální souvislosti (Zich a Anýžová, 2016, s. 27). Beck (2004) generalizaci považuje za rozporný proces. Podle něj na sebe působí dvě rozlišné strany. Na jedné straně obecné nevyhnutelné univerzální síly podmiňují dění v lokalitě a na straně druhé je toto dění podmíněno vlastními lokálními hodnotami. Dochází tedy ke střetávání univerzalizmu a partikularismu. Zich s Anýžovou (2016, s. 28) dodávají, že následně může docházet ke střetu globálních hodnot například ve formě evropeizace s lokálními hodnotami a zájmy daného území.

Poslední, a tedy čtvrtou osou modernizace, kterou Keller (2007, s. 51) uvádí, je racionalizace. Beck (2004) uvádí, že úkolem racionalizace jakožto modernizačního procesu by mělo být zabránit nepříznivým vedlejším účinkům sociálních procesů a zmírnit je. Lidé by si měli uvědomovat, jaká rizika představují moderní společnosti a snažit se je předcházet a být odolní vůči nim.

Proces modernizace má značný vliv na změnu hodnotové orientace lidí. Tento vliv by mohl být patrný i u mezigeneračního srovnání. Geert Hofstede (2001, s. 30) uvádí, že modernizace, zejména ekonomický vývoj, má významný vliv na sociální normy a kulturní a hodnotovou sféru lidí. Kultura vždy ovlivňuje hodnotový a normativní systém. Díky změnám v hodnotách lidí dochází i ke změně jejich myšlení a jednání. Korotayev et al. (2019) k tomu dodává, že na základě provedené studie, která zkoumala vztah mezi hodnotami a modernizací, je modernizace spojena s odklonem od tradičních hodnot, jako je hodnota přežití, a příklonem k hodnotám sebevyjádření.

Co se týče os modernizace, myslím, že se ve výzkumu bude nejvíce projevat proces individualizace. A to zejména u mladších generací, kdy se mladí lidé více zaměřují na samostatnost, na sebe a své potřeby. Zde by mohl být znatelný posun od tradičních hodnot

a od kolektivistických postojů. Obecně se však domnívám, že proces modernizace by se mohl týkat a být patrný zejména u posledních dvou zmíněných generací, tedy u generace Y a generace Z. Do modernizace totiž spadá i technologický pokrok a zrovna poslední dvě generace mají s technologiemi největší zkušenost. Proto by tito lidé mohli být modernizací více zasaženi než předchozí dvě generace (generace baby boomers a generace X).

Došlo tedy k výraznému posunu lidských hodnot k hodnotám postmaterialistickým. Důraz už není kladen na ekonomický růst a hmotné jistoty (Šťastná a Paloncyová, 2011, s. 17). „[...] [D]o popředí se přesunuly tzv. hodnoty postmaterialistické, tzn. svobodné rozhodování individua, účast na veřejném životě, kvalita života, životní prostředí. Výsledkem bylo obecně větší uznání svobod, a to včetně rodinného života.“ (Šťastná a Paloncyová, 2011, s. 17). Díky rozvoji sociálního státu a bohatství moderních společností jsou materialistické hodnoty již zajištěny. Mezi ně můžeme řadit například ekonomické a fyzické bezpečí, které zajišťují základní životní standard (Hamplová, 2014). Z toho důvodu si lidé mohou „[...] dovolit klást větší důraz na nezávislost, seberealizaci a sebevyjádření, a vyhovuje jim proto nesezdané soužití, které s sebou nese méně závazků než manželství.“ (Hamplová, 2014, s. 14).

3.3 Hodnoty

Tato podkapitola se zabývá hodnotami, jejich tvorbou a funkcí, lidskými hodnotami, měřením hodnot a předchozími výzkumy. Nejprve jsou více obecně rozvedeny hodnoty, jak je různí autoři pojmají a je zde zmíněna i spojitost s generacemi. Dále následuje stručný popis tvorby a funkcí, které mohou hodnoty mít. Poté jsou krátce rozvedeny lidské hodnoty a možnosti měření hodnot. Následně jsou popsána zjištění z výzkumů zaměřujících se na zkoumání lidských hodnot v České republice.

Nejprve je potřeba uvést, že hodnoty jsou v sociologii chápány jinak než například v ekonomii nebo filozofii. Hodnoty jsou osobní přesvědčení, která ovlivňují chování jednotlivců. Fungují jako návod, jak by se lidé měli chovat. Oproti tomu lidské hodnoty jsou základní principy, které utvářejí naši osobnost a určují náš pohled na svět (GeeksforGeeks 2023). Hodnoty „[...] představují jedny ze základních univerzálií, podle nichž se optimalizuje a funguje organizace lidské společnosti. Jsou v tomto ohledu podmínkou existence lidské společnosti.“ (Zich a Anýžová, 2016, s. 29).

Je však nutné poznamenat, že pojem hodnoty nemá jednoznačnou definici. Literatura se v tomto ohledu úplně neshoduje. Nicméně i když vymezení hodnot není jednotné, dají se

chápat různými způsoby, ve finále znamenají vždy to samé. „*Koncept hodnot...představuje základní pojem, který, striktně řečeno, nelze definovat nominální definicí. Je ovšem možné popsat, co znamená, a identifikovat vztahy utvářející jeho význam.*“ (Scholl-Schaaf, 1975, s. 60).

„*Hodnota je předmětem potřeb subjektu a je jím reflektovaná v názorech, normách, ideálech atd. Člověk se stává člověkem tím, že si v ontogenezi osvojuje určité hodnoty.*“ (Brožík, 1985, s. 124).

Ethics Unwrapped (2022) uvádí, že hodnoty jsou osobní přesvědčení, která ovlivňují chování jedinců. Fungují jako návod, jak by se lidé měli chovat. Rokeach (1973) chápe hodnoty jako kognitivní reprezentaci lidských potřeb. Poté lze hodnoty brát jako určitý standard, který působí na jednání, postoje a hodnocení a pomocí nichž člověk hodnotí činy, osoby i události, protože to jsou zároveň i koncepty, které ukazují, co je a co není žádoucí (Jandourek, 2012, s. 99; Musil, 2000; Rabušic a Hamanová, 2009, s. 14). Velehradský (1978, s. 22) ještě dodává, že hodnoty jsou nápomocné při označování charakteru a morálky jednotlivce. Schwartz (1992) bere hodnoty jako strukturální univerzální koncept, který umožňuje zkoumání hodnotových struktur v různých prostředích. Podle Cakirpaloglu (2009) je hodnota stabilní, trvalá struktura osobnosti, která je relevantní pro sociální, historickou a osobní realizaci jedince. Hodnoty opět pojímá jako ukazatel přesvědčení o dobrém a špatném. Van Dethem (1995) na hodnoty nahlíží jako na velmi důležitý koncept, který pomáhá v interpretaci sociální a politické změny. Podle Ball-Rokeach a Loges (1992) lze pomocí hodnot ukázat svou preferenci, preferenci pro určitý typ chování. Hechter (1994, s. 321) zase o hodnotách mluví jako o důvodech, proč jednat. Základem hodnot je však hodnocení. Hofstede (2006, s. 17) uvádí, že hodnoty mají v sobě zakotveny tendence, pomocí kterých dáváme přednost jednomu stavu před druhým. „*Hodnoty jsou výsledkem hodnocení a zároveň zdrojem dalších hodnocení.*“ (Prudký, 2009, s. 23).

3.3.1 Tvorba hodnot

Zich a Anýžová (2016, s. 30) uvádějí, že historicky byly hodnoty něco jako kodexy. Takové kodexy obecně platily, v průběhu historie byly objektivizovány, až se staly normami lidského jednání. Tím se vlastně potvrzuje univerzálnost soustavy základních hodnot.

Významným faktorem v utváření a přijímání hodnot je socializace. A to jak primární, tak i sekundární. Keller (2018) uvádí, že během socializace se člověk stává sociální bytostí schopnou fungovat ve společnosti. Hlavním principem socializace je osvojování hodnot,

norem a vzorců jednání, které jsou typické pro danou společnost či kulturu, ve které je daný člověk socializován. Nejintenzivněji ke kulturnímu učení, přejímání hodnot a vzorců chování dochází v dětství (Giddens, 2013, s. 269).

Podle Schelera (2003) tvůrcem hodnot není člověk. Hodnoty totiž prožíváme subjektivně, ačkoli existují objektivně. Hodnoty jsou absolutní, jen naše zkušenost s prožíváním hodnot je relativní. To by mohlo pomoci vysvětlit, proč mohou různé subjekty pociťovat absolutní hodnotu odlišně nebo proč může znamenat vyšší či nižší hodnotu.

Ethics Unwrapped (2022), Becker (1995) a Inglehart (1990) souhlasí s Kellerovým tvrzením, když popisují, že lidé mají tendenci přebírat hodnoty, hodnotové struktury a orientace, kterým byli vystaveni během své výchovy. Tedy ve formativním období, které se pohybuje v rozmezí 10 až 25 let. Navíc tyto hodnotové orientace jsou relativně neměnné a odolné vůči změně. Protože se jedná o hodnoty jejich vlastní kultury, mají lidé tendenci si myslet, že právě tyto hodnoty jsou ty správné. Proto je změna společnosti a kultury prostřednictvím změny hodnotových struktur především postupným procesem prostřednictvím mezigenerační obměny. Rychleji to nelze.

„[...] kulturu není možné změnit přes noc. Co je možné změnit, jsou vládcové a zákony, nicméně proměna základních aspektů kultury trvá vždy mnoho let. A i poté, kdy se tak stane, se dlouhodobé následky revoluční transformace pravděpodobně značně odlišují od revolučních vizí a i nadále obsahují staré prvky společenských vzorců. Navíc, když dochází k zásadní proměně kultury, děje se tak spíše mezi mladými věkovými skupinami (v nichž není třeba překonávat rezistenci dřívější socializace) než mezi těmi staršími, což vede k mezigeneračním rozdílům.“ (Inglehart, 1990, s. 19).

Podle Ethics Unwrapped (2022) činění etických rozhodnutí často zahrnuje výběr hodnot, které je třeba vyzdvihnout, a jejich vzájemné porovnávání. Když se hodnoty lidí rozcházejí a jejich priority a preference se střetávají, může dojít ke konfliktům. Myslím, že toto udává jeden ze základů konfliktů mezi generacemi. Nejen rozdílný historický kontext a události, které daná generace zažila, ale především s tím spojené rozdílné hodnoty jednotlivých generací, jsou základním důvodem konfliktů. Právě proto je spojení generací a hodnot velmi zajímavým předmětem výzkumu.

3.3.2 Funkce hodnot

„[...] prostřednictvím poznávání [...] funkcí můžeme zpřesňovat poznávání hodnot samotných a zároveň můžeme nacházet důležité souvislosti, v nichž můžeme poznatky o podobě hodnot interpretovat.“ (Prudký, 2009, s. 44).

Prudký (2009, s. 44) popisuje, že s fungováním hodnot ve společnosti to není tak jednoduché, protože existují v několika dimenzích. Rokeach (1973) říká, že co se týče života člověka i celé společnosti, tak hodnoty plní celou řadu funkcí. Prudký (2009, s. 44) však zmiňuje jen devět základních funkcí hodnot, které považuje jako zásadní pro sociologický výzkum hodnot.

Základní funkce hodnot lze brát *„[...] přinejmenším jako:*

- a) stavební kameny kultury,*
- b) součásti utváření obsahu sociálních fenoménů a vztahů,*
- c) jeden z definičních znaků osobnosti,*
- d) zdroj motivace chování,*
- e) součásti identifikátorů skupiny či etnika, společenství nebo i institucí,*
- f) zdroje sociální a kulturní soudržnosti,*
- g) zdroje a charakteristiky rozvrstvení a hierarchizace společnosti,*
- h) atribut morálky,*
- i) základy politických filozofií a ideologií (přístupů ke světu jako ideologickému objektu).“ (Prudký, 2009, s. 45).*

Podle Mondal (2013) představují hodnoty cíle, ke kterým mají členové směřovat. Hodnoty zajišťují skupinovým interakcím stabilitu a jednotnost. Udržují společnost pohromadě, protože mají něco společného. Hodnoty tedy mají funkci sociální soudržnosti, která je založena na sdílených hodnotách. Jedinci ve společnosti poté mají tendenci považovat ostatní jedince za lidi jako jsou oni sami, protože mají podobné hodnoty jako oni. V důsledku toho mohou mít pocit sounáležitosti s danou sociální skupinou. Mohou zažívat pocit začlenění do širší společnosti. Hodnoty také determinují normy, které regulují určité chování. Takové hodnoty představují zásady, na nichž se shoduje většina lidí. Tato pravidla jsou jako taková uznávána a dodržována.

3.3.3 Lidské hodnoty

Základní svobody a práva, na která má každý člověk na světě nárok od početí až do smrti, jsou známé jako deklarované lidské hodnoty. Jsou to ideály a přesvědčení, které lidé nebo organizace vyjadřují a prohlašují za klíčové pro své jednání, rozhodování a pohled na život. Tyto zásady, které vycházejí z univerzálních ideálů, jako je nezávislost, spravedlnost, rovnost a důstojnost, jsou kodifikovány v zákoně a jsou jím chráněny (The Equality and Human Rights Commission, 2019). Deklarované lidské hodnoty mohou být vyjádřeny v osobním přesvědčení nebo vnímány v kultuře a společnosti jako celku. Tyto zásady mohou ovlivňovat způsob, jakým lidé a skupiny vnímají okolní svět a jak na něj reagují. Zároveň fungují jako základní pravidla pro morální rozhodování. Práva a svobody, na které má každý člověk nárok, byly původně uvedeny ve Všeobecné deklaraci lidských práv ratifikované Organizací spojených národů v roce 1948 (United Nations, [b.r.]). Jedná se o univerzální zásady, které platí bez ohledu na původ, přesvědčení nebo styl života. The Equality and Human Rights Commission (2019) uvádí, že občas mohou být tyto zásady omezeny, ale nikdy nemohou být odňaty. Například při porušení zákona nebo z důvodů národní bezpečnosti. Podle Office of the High Commissioner for Human Rights (2010) mezi charakteristiky a ideály, které podporují lidská práva, patří to, že každý z nás má právo na spravedlnost, důstojnost, svobodu od strachu a nouze, rovnost a respekt. Studium deklarovaných lidských hodnot je velmi důležitou oblastí výzkumu, zejména pro sociální vědy a analýzu kulturních a společenských trendů. Dobrým důvodem ke zkoumání lidských hodnot a postojů lidí je také prognostický důvod. Protože „[...] na základě zjištěných hodnotových preferencí lze usuzovat na budoucí chování. Podle amerického psychologa Gordona Allporta budoucnost můžeme nejlépe odhadovat tím, že věnujeme pozornost hodnotám, které lidé zastávají a že si všimáme proměn, které v nich nastávají.“ (Rabušic a Hamanová, 2009, s. 13).

3.3.4 Měření hodnot

Hlavními autory, kteří se zabývali měřením a empirickým zkoumáním hodnot, jsou M. Rokeach (1973), R. Inglehart (1977), G. Hofstede (2001) a S. H. Schwartz (1992). Přičemž nejvíce se rozvedla teorie S. H. Schwartze, která se také používá nejčastěji. Tato podkapitola se pokusí ve zkratce jednotlivé přístupy vysvětlit.

Prvním zmíněným autorem je Milton Rokeach. Toho lze považovat za průkopníka systematického empirického pojetí hodnot (Zich a Anýžová, 2016, s. 40). Rokeach (1973, s.

25) pojímá hodnoty jako jakýsi centrální prvek, který určuje jednání lidí a převyšuje jejich normy či postoje. Hodnoty rozdělil Rokeach (1976, s. 347) na cílové a instrumentální a podle tohoto dělení vytvořil svůj přístup k měření hodnot Rokeach Value Study (RVS). Výzkum spočíval ve 36 hodnotách, kdy polovinu tvořily hodnoty cílové a druhou polovinu hodnoty instrumentální. Hodnoty cílové označují to, o co lidé usilují, a hodnoty instrumentální označují, jak toho lidé dosahují. Respondenti mají posléze 36 hodnot dle svých preferencí seřadit. Rokeach se snažil nalézt vzájemnou interakci mezi jednotlivými položkami a jejich pořadím a vytvořit preferenční žebříčky.

Tento empirický přístup byl však podroben značné kritice. A to už jen ze samotného členění na hodnoty cílové a instrumentální, ale také ze způsobu hodnocení jednotlivých hodnot (Schwartz a Bilsky, 1987; Braitwaith a Law, 1985).

Druhým významným autorem je Ronald F. Inglehart (1977), který vychází z teoretické hypotézy o tiché revoluci, kdy díky naplnění materialistických potřeb a hodnot došlo k růstu všech ostatních hodnot než těch materialistických. Na základě čtyř výroků, kdy dva měřily materialistickou hodnotovou orientaci a druhé dva postmaterialistickou orientaci, sestavil Inglehart (1977) jednoduchý měřicí nástroj. Respondenti mají za úkol z nabízených čtyř výroků vybrat dva, které nejvíce odpovídají jejich představě o žádoucím vývoji jejich země.

Zich a Anýžová (2016, s. 41) uvádějí, že tento jednoduchý měřicí nástroj se stále využívá v některých výzkumných šetřeních. Například ve výzkumech European Value Study (EVS) či World Value Study (WVS). Výsledkem je poté zjištěný podíl materialistů, postmaterialistů a smíšeného typu respondentů v dotazované společnosti. Nicméně značně kritizován je Inglehartův index PDI, který udává procentuální podíl mezi postmaterialisty a materialisty. A to z toho důvodu, že nijak neukazuje změny v zastoupení smíšeného typu.

Třetím autorem je Geert Hofstede. Hodnoty jsou podle něj (2001, s. 5-6) tendencí upřednostňovat jeden stav před druhým. Nicméně dodává, že díky získávání hodnot socializací je některé hodnotové vyznávání iracionální a jejich vhodnost samozřejmá. Může tedy nastat situace, kdy jeden člověk bude vyznávat dvě významově opačné hodnoty najednou. Hofstede (2001) se navíc zaměřuje jen na výzkum hodnot v kulturních celcích. Jeho metodu tedy nelze použít ke zkoumání jednotlivců či organizací. Vytvořil tedy dotazník s 28 položkami. Z těchto šetření podle Zicha a Anýžové (2016, s. 41) definoval národní kulturu zkoumané země pomocí sedmi základních hodnotových dimenzí, na které od 70. let 20. století pomocí tohoto šetření přišel. Těmito dimenzemi jsou index vzdálenosti moci,

individualismus, maskulinita, vyhýbání se nejistotě, dlouhodobá orientace, index požitku versus umírněnosti a monumentalita.

I tento přístup se dočkal své kritiky. Zich a Anýžová (2016, s. 41) uvádějí, že je tento přístup kritizován zejména z důvodu malého počtu zahrnutých hodnotových dimenzí dané kultury a zobecňování výzkumů, které byly provedeny na výběrovém souboru z jedné firmy.

Čtvrtým a patrně asi i nejvyužívanějším přístupem je přístup Shaloma H. Schwartze. Schwartz (1992) navrhl teorii základních hodnot a značně propracovaný přístup k jejich měření, který je dnes velmi uznáván a stále hojně využíván, a to především pro mezikulturní srovnání. Schwartz si kladl za cíl zjistit, jak moc hodnoty ovlivňují postoje a jednání, a naopak jak moc jsou hodnoty jedinců ovlivněny sociálními zkušenostmi (Schwartz, 2012; Řeháková, 2006). Schwartz (1992) upozorňuje na to, že hodnoty je nutné brát jako strukturální, tedy nikoli jako hierarchické, a univerzální koncept, který je schopen identifikovat jednotlivé typy hodnot a jejich vzájemné vztahy. Řeháková (2006) uvádí, že jeho výzkum tedy stojí na třech hlavních okruzích. Prvním je určení hodnotových orientací pomocí sociálního postavení jedince a jiných sociodemografických ukazatelů. Druhým je dopad hodnot na postoje jedinců a na jejich životní volby. Třetím okruhem je úloha hodnot při zkoumání národních a kulturních rozdílů.

Zich a Anýžová (2016, s. 42) uvádějí, že Schwartzova teorie je opravdu velmi propracovaná, protože autor chtěl, aby odpovídala náročným kritériím, která si sám stanovil. Díky tomu je tento přístup univerzální, hodnoty mají normativní charakter, jsou nezávislé na specifických situacích, mají vazbu na žádoucí cíle, slouží jako standardy pro hodnocení jiných lidí, jsou seřazeny podle důležitosti a určují jednání, pokud jsou v určitém významovém kontextu (Schwartz, 2012, s. 4).

Hodnoty jsou ve Schwartzově teorii základních hodnot brány jako motivační základ postojů a jednání (Zich a Anýžová, 2016, s. 45). Tuto myšlenku, že hodnoty mají vliv na chování jednotlivce, sociologové dlouhou dobu nechtěli připustit (Hakim, 2003, s. 125). Ovšem Miles (2015) ukázal, že současné sociologické chápání hodnot ještě více upozornilo jejich roli jako motivátor lidského chování.

Schwartz (2012) udává, že Schwartz Value System (SVS) sestával z 57 hodnot, které měl respondent přiřadit na devítibodovou škálu podle toho, jak moc je pro něj daná hodnota v životě důležitá. To bylo pro respondenty hodně náročné z hlediska abstraktního myšlení a z hlediska časového. Proto byl tento systém upraven na jednodušší. Tím je Portrait Values Questionnaire (PVQ), který sestává jen z 21 hodnotových profilů, u kterých respondent

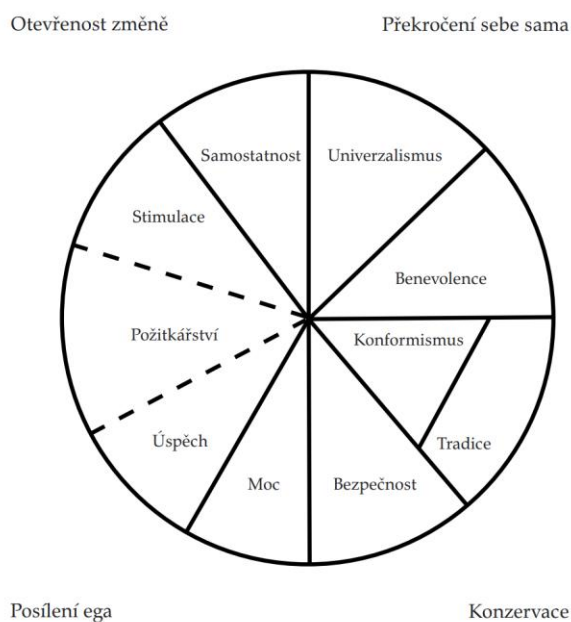
rozhoduje, jak moc se mu daná hodnota podobá. Tato metoda je od roku 2002 zahrnuta ve výzkumu ESS.

Výsledkem tohoto přístupu bylo zprvu osm hodnotových typů, které se později rozšířily na dnešních deset. Jejich přehled znázorňuje *Příloha D: Definice hodnotových typů a jejich hlavních motivačních cílů*. Jedná se tedy o benevolenci, bezpečnost, konformismus, moc, požitkářství, samostatnost, stimulaci, tradici, univerzalizmus a úspěch. Každý hodnotový typ má typické jiné motivační cíle, které jsou také znázorněny v *příloze D*. Řeháková (2006) uvádí, že pro typ benevolence je typický zájem o zachování, a dokonce ještě zvětšení prosperity lidí, se kterými se setkáváme na denní bázi. Pro typ bezpečnosti je motivačním cílem vlastní bezpečí a stabilita. Motivační typ konformismu vychází z předpokladu, že lidé potlačují rysy, které by mohly být pro společnost destruktivní a ohrozit soudržnost společenství. Pro typ moci je důležité dosažení určitého sociálního statusu a s ním spojené prestiže. To je spojeno s kontrolou a dominancí nad lidmi a zdroji. Pro typ požitkářství je hlavním motivačním cílem požitek a rozkoš, které vznikají na základě jejich uspokojování. Typ samostatnosti byl odvozen z nutnosti kontroly, ovládnutí, autonomie a nezávislosti. Pro typ stimulace je potřebná pestrost podnětů, která vede k životním výzvám a vzrušení. U motivačního typu tradice přebírají navykklé způsoby chování roli záruky přežití skupiny, vyjádření její jedinečnosti a symbolu solidarity. Tato chování mají často podobu náboženských rituálů a norem. U universalismu je typické, že pokud nepřijmeme ostatní takové, jací jsou, a nebudeme s nimi jednat spravedlivě a slušně, povede to k životu ohrožujícím konfliktům. A navíc neochránění přírody by vedlo k vyčerpání zdrojů, na nichž závisí život. Je zde tedy důležité pochopení, uznání a tolerování. Posledním motivačním typem je úspěch. Zastřešujícím cílem je osobní úspěch, který se projevuje schopnostmi posuzovanými podle společenských norem.

Podle Řehákové (2006, s. 110-111) jsou hodnotové typy velmi dynamické a kompatibilní. To je znázorněno na *obrázku 1: Teoretický model vztahů mezi deseti motivačními typy hodnot*, které představuje motivační kontinuum. Navíc výše popsaných deset hodnotových profilů lze na vyšší dimenzi rozdělit pouze na čtyři hodnoty. Zich a Anýžová (2016, s. 42) uvádějí, že některé hodnoty jsou vzájemně slučitelné a některé jsou zase protikladné. Vzájemně slučitelné hodnoty jsou poté v *obrázku 1* uvedeny vedle sebe. A naopak protikladné hodnoty jsou v *obrázku 1* uvedeny naproti sobě. Hodnoty, které jsou uvedeny vedle sebe, jsou ve vzájemném souladu, protože mají podobné motivační cíle. Řeháková (2006) uvádí například hodnoty universalismus a benevolence, které se společně

týkají překročení sebe sama, tedy že se lidé orientují na druhé, snaží se o zlepšení situace druhých a nevztahují se na své sobecké zájmy. Z *obrázku 1* je dále vidět, že typy konformismus a tradice si jsou velmi blízké, až by se skoro daly považovat za stejný typ. Ovšem při spojení s typem bezpečnosti vznikne typ konzervace. Tyto typy zdůrazňují sebekontrolu, podřízení a ochranu pořádku a harmonie (Zich a Anýžová, 2016, s. 42). Dalšími slučitelnými hodnotami je moc a úspěch. Zde je slučitelnost zcela jasná, protože tyto dva typy zdůrazňují sociální nadřazenost a úctu. Tyto hodnoty tedy spojuje jakési posílení svého ega. Navíc by do této nadřazené hodnoty mohlo spadat i požitkářství, které (jak je vidět z *obrázku 1* pomocí šrafovaných čar) je vzájemně velmi slučitelné s okolními hodnotami. Zde dochází k velkému překryvu. Z podstaty požitkářství lze tuto hodnotu zařadit jak do posílení ega, tak do otevřenosti změně, protože v sobě nese jak nestřídmost, která se pojí s posílením ega, tak i žádost po příjemném vzrušení, jako tomu je u změn (Zich a Anýžová, 2016, s. 42). Pro hodnotu otevřenosti změně jsou jinak typické hodnoty stimulace a samostatnosti. Zich a Anýžová (2016, s. 42) to dále rozvíjejí, že tyto hodnoty v sobě zahrnují vnitřní motivaci k tomu zazářit a jsou otevřené ke změně. Ovšem i samostatnost s universalismem mají něco společného. Obě hodnoty mají v sobě důvěru ve vlastní úsudek a uspokojení z rozmanitosti života.

Obrázek 1: Teoretický model vztahů mezi deseti motivačními typy hodnot



Zdroj: Schwartz (1992) podle Řehákové (2006)

Z obrázku 1 jsou také patrné opačné hodnoty. Takové hodnoty jsou v rozporu, co se týče svých motivačních cílů, proto jsou v kruhu umístěny naproti sobě. Například otevřenost změně je na opačné straně kruhu než konzervace. Je jasné, že lidé, kteří jsou konzervativní, nejsou otevření změnám. Naopak jsou pro ně důležité tradice a jistoty než neznámé nové možnosti. To samé platí u hodnoty posílení ega a překročení sebe sama. Lidé, kteří překračují sebe sami, se místo na sebe zaměřují na ostatní, což je pravý opak egoistů, kteří jsou zahleděni jen na sebe a svůj vlastní úspěch. Toto grafické rozdělení tedy dává naprostý smysl.

Raudenská (2020, s. 11) ještě dodává, že hodnoty, jako jsou universalismus, benevolence, tradice, konformismus a bezpečnost, se zaměřují na kolektivní zájmy. Zatímco hodnoty samostatnost, stimulace, požitkářství, úspěch a moc se zaměřují na individuální zájmy. Hodnoty požitkářství, stimulace a samostatnost jsou navíc ještě zaměřeny na expanzi a růst. Hodnoty universalismus a benevolence necítí strach. Lidé, kteří vyznávají hodnoty tradice, konformismus a bezpečnost se snaží vyhýbat konfliktům. A ti, co zastávají hodnoty moc a úspěch, se zaměřují na sebeobranu.

Zároveň je však ještě potřeba dodat, že se v kruhovém diagramu (obrázek 1) objevuje i hodnota religiozity, která spojuje hodnoty překročení sebe sama a konzervaci (Zich a Anýžová, 2016, s. 44). Nachází se tedy v pravé části grafu, kde se prolíná jednotlivými hodnotami.

3.3.5 Předchozí výzkumy

V první řadě je nutné podotknout, že informace o předchozích výzkumech na deklarované lidské hodnoty v mezigeneračním srovnání v České republice jsou značně omezené. Obzvláště ještě co se týče zpracování dat z ESS. Výzkumy, které se týkají výzkumu hodnot, se zaměřují buď na konkrétní věkovou kohortu, nebo na specifickou skupinu obyvatel, například podle povolání. A dále výsledky z výzkumů ESS jsou často porovnávány napříč zeměmi.

Ipsos, největší výzkumná agentura v České republice, provádí marketingové výzkumy, ve kterých je ovšem také lehce naznačen hodnotový systém. Podle MediaGuru (2020) mají starší generace větší obavy z imigrace a kvality a dostupnosti zdravotní péče než mladší generace. Oproti tomu mladší generace mají větší obavy ze stavu životního prostředí. Překvapivě tak z tohoto výzkumu vyšlo, že u mladších generací je více vidět zaměření na druhé než na sebe sama.

Jelínková (2005) uvádí, že právě věk se velmi výrazně projevuje v rozdílech hodnotové orientace lidí. Mladší osoby kladou větší důraz na práci a pracovní prostředí, na vzdělání a možnost podnikat. Dávají tak přednost hodnotám jako je zábava a společenský život. Nicméně s rostoucím věkem respondentů se jejich hodnoty mění. Pro starší osoby jsou důležitější tradičnější hodnoty, jako jsou rodina, skromnost, stabilita, klid, jistota, zodpovědnost a náboženství. Z tohoto by tedy vyplývalo, že starší generace budou spíše upřednostňovat konzervativní hodnoty, zatímco mladší generace budou více otevřeni změně.

Jelínková (2005) ukazuje ještě jednu významnou oblast, která má na hodnotový systém značný vliv, a tím je pohlaví respondenta. Na základě výzkumu, který provedla na dospívajících lidech, došla k závěru, že dívky se více zaměřují na pomoc druhým lidem a poznání. Oproti tomu chlapci se více zaměřují na pohodlný život. Z toho by tedy vyplývalo, že muži se více orientují na sebe a svůj úspěch, oproti tomu ženy se více orientují na druhé. Sak a Saková (2004) ještě dodávají, že muži dávají velký důraz na majetek, úspěšnost v zaměstnání, společenskou prestiž a hobby. Jsou tedy větší materialisté než ženy. Drží si tak jakési tradiční místo ve společnosti, kdy má za úkol materiálně zabezpečit svou ženu. Oproti tomu ženy upřednostňují hodnoty spojené s reprodukcí. Zde lze řadit lásku, pocit sounáležitosti, rodinu a sociálně altruistické hodnoty. Schwartz (2001) a Prince-Gibson a Schwartz (1998) k tomu ještě dodávají, že rozdíly v hodnotách mezi muži a ženami lze dobře vysvětlit pomocí teorie evoluční psychologie. Díky evoluci ženy získaly typické schopnosti jako je péče o dobro a blaho své rodiny a sociální skupiny. Oproti tomu pro muže jsou typické sebeřízení, požitkářství a úspěch. A ačkoli v poslední době dochází k čím dál většímu prolínání genderových rolí, stále je v lidech zakořeněn obraz tradičního postavení muže a ženy ve společnosti. Ženy jsou více orientovány na rodinu, pomoc blízké osobě, sounáležitost a trpělivost. Nejde jim tolik o majetek, jako tomu je u mužů. Ti jsou naopak více orientováni na sebe, na svůj úspěch, soutěživost, egocentrismus a tvořivost. Nicméně Klímová Chaloupková (2018) tvrdí, že díky již dlouhodobé participaci žen na trhu práce, došlo k velkým změnám v hodnotových orientacích a genderových rolích v rodině. To umocňují Deaux a Major (1999), kteří říkají, že by neměly existovat konzistentní genderové rozdíly.

Věk a pohlaví nejsou jedinými faktory, které mají vliv na změnu hodnotové orientace. Výrazný vliv má také rodina, vzdělání a instituce spojené se vzděláváním, místo bydliště, ale také nelze opomenout vliv médií.

Řeháková (2006) zkoumala na datech z ESS z roku 2002 několik hypotéz. Mimo jiné vliv pohlaví a vliv věku na hodnotové orientace. Řeháková (2006, s. 122) udává, že se zvyšujícím se věkem se lidé více drží navykých vzorců chování. Naopak se zvyšujícím se věkem se lidé méně vystavují změnám a novým výzvám. Proto autorka očekávala, že se zvyšujícím se věkem bude narůstat příslušnost ke konzervativnímu typu a bude klesat otevřenost změnám. To může být způsobeno založením rodiny a dosažením pevného postavení v zaměstnání, protože se lidé už nesoustředí jen na sebe, ale více se zaměřují na blaho celé své rodiny, více se tedy zaměřují na druhé. Podle toho by s rostoucím věkem lidé více inklinovali k hodnotovému typu překročení sebe sama, a naopak by lidé méně inklinovali k hodnotovému typu zaměření na sebe.

Řeháková (2006, s. 123) uvádí, že z dat ESS z roku 2002 nejsou vidět rozdíly mezi muži a ženami v České republice z hlediska konzervativního typu. Ovšem ženy mnohem častěji patří do hodnotového typu překročení sebe sama než muži. Oproti tomu hodnoty otevřenost změně a posílení ega zastávají významně častěji muži než ženy. Co se týče věku, tak z dat ESS z roku 2002 vyšlo, že při rostoucím věku klesá hodnota otevřenosti změnám, a naopak roste příslušnost ke konzervativnímu typu. Příslušnost k hodnotovému typu zaměřeného na sebe samého byla výraznější u mladších ročníků. Oproti tomu u hodnotového typu zaměření se na ostatní nebyla patrná postupná změna se zvyšujícím se věkem. Příslušnost k této hodnotové orientaci se ve věkových kategoriích, jak je autorka rozdělila, různě měnily. Na základě tohoto zjištění předpokládám, že *od nejmladší generace k nejstarší přibývá inklinace ke konzervativnímu typu (Hypotéza 1)*.

Zajímavé by mohlo být zjištění, jak se dané hodnoty liší v rámci generací z hlediska věku. Proto předpokládám, že *muži a ženy se v jednotlivých generacích v deklarovaných lidských hodnotách liší (Hypotéza 2)*. Zároveň ještě předpokládám, že *u mužů není rozdíl v zastávání hodnot otevřenosti ke změně a orientace na úspěch napříč jednotlivými generacemi (Hypotéza 3)*. Dále ještě předpokládám, že *ženy v jednotlivých generacích se liší v zastávání hodnoty orientace na druhé (Hypotéza 4)*.

Zich a Anýžová (2016) zkoumali proměnu hodnotových orientací v kontextu regionu Hlučínska v České republice. Svůj výzkum však provedli i pro celou Českou republiku a výsledky srovnali i s jinými evropskými zeměmi. Výzkum provedli na datech ESS z šesté vlny, tedy z roku 2012. Přičemž k doplnění dat bylo v mikroregionu hlučínska provedeno reprezentativní národní šetření. Autoři předpokládali, že by se v odlišných hodnotách měl projevit efekt všeobecné univerzalizace, který je jedním z důsledků působení globalizace

v pozdně moderním světě. Pro Českou republiku vyšlo, že napříč věkovými kohortami opravdu dochází ke změně v hodnotovém typu orientace na druhé a typu konzervatismu. Zmíněných dvou hodnotových typů platí, že orientace na druhé a konzervatismus roste od nejmladší k nejstarší věkové kohortě. Přičemž tato změna je více výrazná u hodnotového typu zaměřeného na konzervatismus. Z tohoto zjištění předpokládám, že i pro data z roku 2020 platí, že *od nejmladší generace po nejstarší roste orientace na druhé lidi (Hypotéza 5)*. Pro další hodnotové typy vyšlo, že od nejmladší k nejstarší věkové kohortě strmě klesá příslušnost k danému hodnotovému typu. Těmito hodnotovými typy jsou otevřenost ke změnám a orientace na úspěch a sebe sama. Nejmladší kohorta tedy nejvíce inklinuje k otevřenosti ke změnám a jsou nejvíce orientováni na úspěch. Oproti tomu nejstarší kohorta se na tyto hodnoty orientuje nejméně. U nejmladší věkové kohorty se v České republice značně posiluje orientace na individuální zájmy, jako jsou například moc, úspěch, tvořivost, nezávislost a požitkářství. V těchto hodnotách se nejmladší kohorta signifikantně odlišovala od střední a nejstarší věkové kohorty. Na základě těchto zjištění předpokládám, že *od nejstarší generace po nejmladší roste hodnota otevřenosti ke změnám (Hypotéza 6)*. Dále také předpokládám, že *od nejstarší generace po nejmladší roste orientace na úspěch (Hypotéza 7)*.

Forbes (2017) ještě obecně uvádí, jaké hodnoty jsou typické pro jednotlivé generace. Generace baby boomers často uznává tradiční hodnoty a má konzervativní názory. Generace X bývají skeptičtější k autoritám, a proto také mají větší tendenci být nezávislí a mít ambiciózní cíle. Generace Y preferuje flexibilní pracovní podmínky, má aktivistické sklony a oceňuje rozmanitost. A generace Z bývá mnohdy multikulturní a inkluzivní s výraznou orientací na technologie a technologický pokrok.

Raudenská (2020) vypracovala studii na hodnotovou orientaci učitelů v České republice a napříč Evropou. V této studii pracovala s daty z ESS z let 2002 až 2018. Sice se zaměřovala primárně na analýzu učitelů, nicméně ve studii zmiňuje i situaci ohledně hodnot pro celou Českou republiku. Pro celou českou populaci vychází, že je více konzervativní a orientovaná na druhé, než že by byla otevřená novým změnám nebo orientovaná na sebe sama a úspěch. V této studii je však značná nevýhoda toho, že z hlediska věku už je dále řešená jen skupina učitelů.

Z výše uvedeného vyplývá, že data pro Českou republiku od vzniku výzkumu ESS se průběžně výzkumníci zabývali. Nicméně z hlediska porovnání hodnot věkových kohort nebyla data z ESS 2020 ještě zkoumána. V tomto ohledu by tedy zjištění této diplomové

práce mohly být velmi přínosné. Zároveň by tato práce mohla přinést zajímavá srovnání se zjištěními z předchozích výzkumů, které byly provedeny taktéž v rámci výzkumu ESS.

4 Analytická část práce

Na začátku této kapitoly jsou ještě připomenuty stanovené hypotézy, které tato část práce testuje. V analytické části byla nejprve provedena explorační faktorová analýza pro stanovení faktorů, ze kterých se následně vytvořily průměrové indexy, které byly použity pro analýzu hodnot mezi jednotlivými generacemi. Dále byly otestovány jednotlivé hypotézy.

Ještě je potřeba zmínit, že v analytické části práce je pracováno s již očištěným datovým souborem, jak je popsáno v metodologické části této práce. Analýzy jsou tedy provedeny na datovém souboru o velikosti 2043 respondentů. Tabulky uvedené v této práci jsou upravené tabulky z výstupů SPSS IBM Statistics.

4.1 Testované hypotézy

Na základě shromážděných studií a popsaných teorií bylo stanoveno následujících sedm hypotéz:

- **Hypotéza 1:** Od nejmladší generace k nejstarší přibývá inklinace ke konzervativnímu typu.
- **Hypotéza 2:** Muži a ženy se v jednotlivých generacích v deklarovaných lidských hodnotách liší
- **Hypotéza 3:** U mužů není rozdíl v zastávání hodnot otevřenosti ke změně a orientace na úspěch napříč jednotlivými generacemi
- **Hypotéza 4:** Ženy v jednotlivých generacích se liší v zastávání hodnoty orientace na druhé
- **Hypotéza 5:** Od nejmladší generace po nejstarší roste orientace na druhé lidi.
- **Hypotéza 6:** Od nejstarší generace po nejmladší roste hodnota otevřenosti ke změnám.
- **Hypotéza 7:** Od nejstarší generace po nejmladší roste orientace na úspěch.

4.2 Explorační faktorová analýza

Před samotným provedením faktorové analýzy je potřeba otestovat, že ji lze použít. Je tedy potřeba otestovat několik předpokladů. Korelace jednotlivých položek nejsou v některých případech příliš velké, což naznačuje, že mezi proměnnými bude více než jeden latentní faktor. Dost si jich je však podobná, je zde tedy už lehce patrné, jak by se položky

mohly rozdělit. Toto je dobře patrné z přílohy E: *Matice vzájemných korelací zkoumaných položek (část 1)* a z přílohy F: *Matice vzájemných korelací zkoumaných položek (část 2)*. Korelace jsou tedy v pořádku. Dalším předpokladem je velikost datového souboru. V této diplomové práci se pracuje s datovým souborem o velikosti $N = 2043$, což je více než dostačující. Field (2009, s. 647) například uvádí, že pro stabilní faktorové řešení stačí 300 a více respondentů. Dále se určí hodnota KMO testu. V tomto případě vyšlo $KMO = 0,894$. V porovnání s hodnotou 0,7, kterou Mareš a Rabušic (2015) uvádějí jako hranici přijatelnosti, je výsledek 0,894 skvělý. Lze se ještě podívat na Bartlettův test sféricity, který vyšel o velikost 0,000, tedy signifikantní. Zde však nastává problém s velikostí vzorku, protože na velkých souborech vše vychází statisticky signifikantní. Pro kontrolu je tedy vhodné se podívat ještě na hodnoty KMO pro jednotlivé proměnné, které jsou znázorněny v anti-image matici. Na diagonále jsou všechny hodnoty vyšší než 0,5, tudíž je použití faktorové analýzy opravdu vhodné.

Při provedení explorační faktorové analýzy je z tabulky komunalit (*Příloha G: Tabulka komunalit*) patrné, že se v baterii nevyskytuje vyloženě problémová položka, která by měla nízkou hodnotu komunality (nižší než 0,4). Proto není potřeba uvažovat o vyloučení některé proměnné z faktorové analýzy. Podle Kaiserova pravidla vycházejí tři faktory, které mají eigenvalue vyšší než 1. Jak je však patrné, další jeden faktor je těsně pod hodnotou 1. Ve třífaktorovém řešení je celkem vyčerpáno 54,1 % celkové variance. První faktor vyčerpává 34,1 % celkové variance, druhý vyčerpává 14,5 % a třetí 5,5 %. Celkově to je poměrně pěkný výsledek. Nicméně je patrné, že první faktor je oproti ostatním poměrně silný, tudíž bude sycen největším množstvím položek. Položky slabě až středně korelují. Residua jsou až na pár výjimek nízká. Nerotované řešení nevychází příliš hezky, ovšem při rotaci se už jednotlivé položky hezky rozprostřou mezi faktory. Je vhodné používat šikmou rotaci (oblimin), protože lze předpokládat nějakou korelovanost položek. I tak je však patrné, že první faktor je sycen nejvíce položkami. Je tedy dobré zkusit i čtyřfaktorové řešení.

U čtyřfaktorového řešení spolu položky také slabě až středně korelují. Residua jsou také až na pár výjimek velmi nízká. První faktor vyčerpává 34,1 % celkové variance, druhý 14,5 %, třetí 5,5 % a čtvrtý 4,6 %. Oproti předchozímu řešení je vysvětleno ještě o trochu více variance. Celkově model vyčerpává 58,7 % celkové variance. To je ještě lepší výsledek než u třífaktorového řešení, ačkoli se podíl vysvětlené variance u jednotlivých faktorů oproti třífaktorovému řešení nijak neproměnil.

V nerotovaném řešení opět některé položky nesytí jednoznačně pouze jeden faktor, to znázorňuje *Příloha H: Faktorová analýza hodnotových profilů (nerotované řešení)*, proto je vhodné použít šikmou rotaci. Z oblíbené rotace je vidět, že položky si budou více podobné. Budou syceny podobným počtem položek. Nebude tedy silný první faktor jako bez rotace. *Příloha I: Faktorová analýza hodnotových profilů (rotované řešení)* znázorňuje, jaké položky sytí jaký faktor. Jednotlivé položky se hezky rozdělily, takže každá sytí víceméně jednoznačně jeden faktor. První a třetí faktor jsou syceny šesti položkami, druhý pěti a čtvrtý čtyřmi. U prvního faktoru se přesně jedná o položky C, H, K, L, R a S. Druhý faktor je sycen položkami A, F, J, O a U. Třetí faktor je sycen položkami B, D, E, M, N a Q. A čtvrtý faktor je sycen položkami G, I, P a T. Přičemž konkrétní znění jednotlivých položek, tedy co představují jednotlivá písmena, je znázorněno v *Příloze C: Znění jednotlivých hodnotových portrétů (ve znění pro respondenta – muže)*. Podle tohoto rozdělení by první faktor mohl být typický pro osoby, které zastávají svobodné rozhodování. Druhý faktor by se mohl týkat osob, které upřednostňují hodnotu otevřenosti ke změnám. Třetí faktor by mohl spojovat hodnoty, které se zaměřují na vlastní prosperitu a bezpečí. A poslední čtvrtý faktor se zaměřuje na konzervativní hodnoty. Toto řešení mi přijde vhodné a lepší než třífaktorové řešení, a to z důvodu dobrého sycení faktorů položkami a celkovou vysvětlenou variancí.

První faktor se zaměřuje na svobodné rozhodování jednotlivců, ovšem v literatuře je tento faktor uváděn pod názvem orientace na druhé. Vzhledem k tomu, že hypotézy jsou formulovány právě s tímto tvrzením, je v práci dále pracováno s prvním faktorem jako indexem orientace na druhé. Podobné platí i pro třetí faktor. Ten se zaměřuje na vlastní prosperitu a bezpečí, nicméně v literatuře se používá název orientace na úspěch. Hypotézy jsou taktéž formulovány s druhým tvrzením, proto je v práci dále pracováno s tímto faktorem jako indexem orientace na úspěch.

Z takto vzniklých faktorů bylo ještě potřeba vytvořit indexy a otestovat jejich validitu pomocí Cronbachova alfa. To vyšlo pro všechny indexy vyšší než 0,7, tudíž je lze takto použít. Cronbachovo alfa prvního indexu vyšlo o velikosti 0,831, druhého indexu 0,809, třetího 0,760 a čtvrtého 0,729. Velikost Cronbachova alfa vyšlo výborně, proto je v práci dále použito toto řešení se čtyřmi faktory.

Tyto indexy poté nabývají hodnoty od 1 do 6, protože se jedná o průměrové indexy. Krajní hodnoty znamenají velkou, anebo žádnou, podobnost s daným hodnotovým profilem. Hodnoty této škály jsou tedy téměř stejné jako v původním dotazníku, kdy na jedno tvrzení respondent také odpovídal pomocí šestibodové škály. Číslo 1 tedy opět ukazuje, že daná

skupina hodnot je respondentovi velmi podobná. Naopak číslo 6 značí, že se daná skupina hodnot respondentovi vůbec nepodobá. Číslo 2 ukazuje, že se daná skupina hodnot respondentovi podobá. Číslo 3 udává, že se respondentovi podobá trochu, číslo 4 udává jen malou podobnost a číslo 5 ukazuje, že se skupina hodnot respondentovi nepodobá. Nicméně díky vytvoření indexů za pomoci průměrů, škála nyní obsahuje i hodnoty mezi zmíněnými celými čísly. Například tedy hodnotu 1,2 nebo 1,6. Došlo tedy ke zpřesnění škály.

4.3 Hypotéza 1

Hypotéza 1 testuje vztah generace a inklinace ke konzervativnímu typu. Pro analýzu tohoto vztahu byla použita ANOVA.

Signifikance Kolmogorov-Smirnov testu vyšla pro index ohledně konzervatismu 0,000, což je menší než α (5 %). Zamítám tak nulovou hypotézu o normálním rozdělení a nejedná se tedy o normální rozdělení. Ani histogram normální rozdělení neprokázal. Ovšem díky centrální limitní větě lze vzhledem k velikosti vzorku ($N=2043$) rozdělení považovat za normální. První předpoklad je tak splněn. Zbývá otestovat předpoklad shody rozptylu ve skupinách pomocí Leveneho testu o shodě rozptylů. Ten vyšel vyšší než α (5 %), tudíž se jedná o shodné rozptyly a analýzu rozptylu lze použít. Pro shodné rozptyly byl zvolen Scheffeho Post-Hoc test. Ještě je možné spočítat velikost účinku neboli Fisherovo η^2 . To se počítá jako podíl meziskupinové variance a celkové variance a v tomto případě vyšlo 0,02. Příslušnost k jednotlivým generacím tak pouze ze 2 % vysvětluje inklinaci ke konzervativnímu typu deklarovaných lidských hodnot.

U analýzy rozptylu vyšla signifikance nižší než α (5 %). Zamítám tak nulovou hypotézu, že průměry ve všech skupinách jsou totožné. Mezi alespoň jednou dvojicí skupin existuje nějaký rozdíl. Podle Scheffeho Post-Hoc testu vyšly dva signifikantní rozdíly mezi generacemi. A to mezi generací baby boomers a generací Y a mezi generací baby boomers a generací Z. To ukazuje i interval spolehlivosti, který u těchto skupin neobsahuje nulu. Pokud by nulu obsahoval, pak by nešlo o signifikantní rozdíly.

Z následující tabulky 2: *Deklarování hodnoty konzervatismu dle generací* je patrné, jak velké rozdíly jsou mezi výše zmíněnými skupinami. Generace baby boomers volila u indexu zaměřeného na konzervativní hodnoty v průměru o 0,26 bodu škály nižší hodnoty než generace Y. Zastává tedy o 0,26 bodu škály konzervativnější hodnoty než generace Y. Stejný vztah platí i s generací Z. Generace baby boomers zastává v průměru o 0,3 bodu škály tradičnější hodnoty než generace Z. Vztah mezi generací baby boomers a generací X se

ukázal jako nesignifikantní, nicméně i zde je patrné, že generace baby boomers zastává v průměru konzervativnější hodnoty než generace X.

Tabulka 2: Deklarování hodnoty konzervatismu dle generací

(I) Generace	(J) Generace	Mean Difference (I-J)	Sig.	95% Confidence Interval	
				Lower Bound	Upper Bound
Generace baby boomers	Generace X	-,12883	,097	-,2720	,0144
	Generace Y	-,26052*	,000	-,4136	-,1074
	Generace Z	-,30650*	,000	-,5062	-,1068
Generace X	Generace baby boomers	,12883	,097	-,0144	,2720
	Generace Y	-,13168	,166	-,2952	,0318
	Generace Z	-,17766	,126	-,3855	,0301
Generace Y	Generace baby boomers	,26052*	,000	,1074	,4136
	Generace X	,13168	,166	-,0318	,2952
	Generace Z	-,04598	,949	-,2607	,1687
Generace Z	Generace baby boomers	,30650*	,000	,1068	,5062
	Generace X	,17766	,126	-,0301	,3855
	Generace Y	,04598	,949	-,1687	,2607

Zdroj: vlastní zpracování dle ESS 2020 (N=2043)

Dle průměrných odchylek mezi skupinami v tabulce 2 se dá říci, že se zastávání konzervativních hodnot postupně mezi generacemi zvyšuje. Tedy že od nejmladší generace k nejstarší přibývá inklinace ke konzervativnímu typu. **Hypotéza 1 se tedy potvrdila.**

4.4 Hypotéza 2

Hypotéza 2 testuje souvislost pohlaví, generace a deklarovaných lidských hodnot. Protože zde působí dva faktory, bylo potřeba použít dvoufaktorovou analýzu rozptylu. Vzhledem k tomu, že tato hypotéza testuje všechny čtyři vytvořené indexy, je tato podkapitola rozčleněna na čtyři další podkapitoly, kdy se každá zabývá testováním jiného indexu.

Ještě před rozčleněním na testování jednotlivých hodnot je popsáno otestování normality těchto indexů. Jak již bylo popsáno v podkapitole 4.3, rozdělení hodnot indexu ohledně konzervatismu lze považovat za normální. Signifikance Kolmogorov-Smirnov testu vyšla pro zbylé tři indexy taktéž menší než α (5 %), tudíž se nejedná o normální rozdělení. Ani histogram opět normální rozdělení neprokázal. Ovšem díky centrální limitní větě lze

vzhledem k velikosti vzorku (N=2043) rozdělení zbylých indexů považovat za normální. První předpoklad je tak splněn.

4.4.1 Testování hodnoty otevřenosti ke změně

Dalším předpokladem je shoda rozptylu ve skupinách. Leveneho test o shodě rozptylů vyšel vyšší než α (5 %), tudíž se jedná o shodné rozptyly. Dalším předpokladem je Breusch-Paganův test heteroskedasticity. Signifikance tohoto testu vyšla vyšší než hladina významnosti α (5 %), tudíž se jedná o homoskedasticky robustní modifikaci a lze provést dvoufaktorovou analýzu rozptylu.

Nejprve byl proveden test s proměnnými pohlaví, generace a jejich vzájemnými interakcemi. Jak je patrné z *tabulky 3: Dvoufaktorová ANOVA pro testování hodnoty otevřenosti ke změně* ze sloupce signifikance, interakce mezi proměnnými pohlaví a generacemi není signifikantní. Tento model tedy není úplně vhodný a je potřeba ho očistit o tento nesignifikantní vztah.

Tabulka 3: Dvoufaktorová ANOVA pro testování hodnoty otevřenosti ke změně

Source	Type III Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	192,654 ^a	27,522	29,471	,000
Intercept	14532,533	14532,533	15561,923	,000
gndr	6,558	6,558	7,023	,008
generace	178,463	59,488	63,701	,000
gndr * generace	1,864	,621	,665	,573

Zdroj: vlastní zpracování dle ESS 2020 (N=2043)

Po očištění modelu o vzájemnou interakci pohlaví a generací vyšel Leveneho test opět vyšší než hladina významnosti α (5 %), a tudíž se jedná o shodné rozptyly. Zároveň už vyšly všechny proměnné signifikantní. To je patrné i z *tabulky 4: Výstup dvoufaktorové analýza rozptylu pro testování hodnoty otevřenosti ke změně bez interakce*. Zde jsou uvedeny přesné rozdíly mezi jednotlivými kategoriemi proměnných. Skupiny byly posuzovány ve vztahu k poslední skupině. Z hlediska generací šlo tedy o porovnání ke generaci Z.

Z *tabulky 4* je patrné, že muži jsou v průměru o 0,13 bodu škály otevřenější ke změnám než ženy. Z hlediska generací je patrný postupný trend, kdy starší generace jsou méně otevřená změnám než ty mladší. Přesněji generace baby boomers je v průměru o 0,84 bodu

škály méně otevřená změnám než generace Z. Generace X je v průměru o 0,53 bodu škály méně otevřená změnám než generace Z a generace Y je v průměru o 0,22 bodu škály méně otevřená změnám než generace Z.

Tabulka 4: Výstup dvoufaktorové analýzy rozptylu pro testování hodnoty otevřenosti ke změně bez interakce

Parameter	B	Sig.	95% Confidence Interval	
			Lower Bound	Upper Bound
Intercept	2,667	,000	2,532	2,801
Muži	-,127	,003	-,211	-,042
Ženy	0 ^a	.	.	.
Generace baby boomers	,843	,000	,698	,988
Generace X	,532	,000	,381	,682
Generace Y	,216	,007	,060	,372
Generace Z	0 ^a	.	.	.

Zdroj: vlastní zpracování dle ESS 2020 (N=2043)

4.4.2 Testování hodnoty orientace na úspěch/na vlastní prosperitu a bezpečí

Také u tohoto indexu bylo potřeba nejprve otestovat všechny předpoklady. Předpoklad normality kardinální proměnné již byl otestován. Následuje testování shody rozptylu ve skupinách. Leveneho test o shodě rozptylů vyšel nižší než α (5 %), tudíž se jedná o neshodné rozptyly. Dalším předpokladem je Breusch-Paganův test heteroskedasticity. Signifikance tohoto testu vyšla vyšší než hladina významnosti α (5 %), tudíž se jedná o homoskedasticky robustní modifikaci a lze provést dvoufaktorovou analýzu rozptylu.

Jako první byl proveden test s proměnnými pohlaví, generace a jejich vzájemnými interakcemi. Jak je patrné z tabulky 5: *Dvoufaktorová ANOVA pro testování hodnoty orientace na úspěch* ze sloupce signifikance, interakce mezi proměnnými pohlaví a generacemi není signifikantní. Tento model tedy není úplně vhodný a je potřeba ho očistit o tento nesignifikantní vztah vzájemné interakce. Dále je patrné, že ani proměnná pohlaví není signifikantní. Model byl tedy upraven a postupně byly odebírány jednotlivé nesignifikantní proměnné.

Tabulka 5: Dvoufaktorová ANOVA pro testování hodnoty orientace na úspěch

Source	Type III Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	60,308 ^a	8,615	11,145	,000
Intercept	13703,308	13703,308	17727,020	,000
gndr	,338	,338	,437	,509
generace	56,686	18,895	24,444	,000
gndr * generace	1,450	,483	,625	,599
Error	1573,092	,773		
Total	19825,917			
Corrected Total	1633,400			

Zdroj: vlastní zpracování dle ESS 2020 (N=2043)

Druhá verze modelu je bez vzájemné interakce proměnné pohlaví a generace. I zde byla otestována shoda rozptylu ve skupinách. Leveneho test o shodě rozptylů vyšel opět nižší než α (5 %), tudíž se jedná o neshodné rozptyly. Breusch-Paganův test heteroskedasticity vyšel vyšší než hladina významnosti α (5 %), tudíž se jedná o homoskedasticky robustní modifikaci a lze provést dvoufaktorovou analýzu rozptylu.

Z následující tabulky 6: Dvoufaktorová ANOVA pro testování hodnoty orientace na úspěch bez interakce ze sloupce signifikance je patrné, že proměnná pohlaví je stále nesignifikantní. Tento model tedy také není vhodný. Je potřeba ho upravit ještě o odebrání nesignifikantní proměnné pohlaví.

Tabulka 6: Dvoufaktorová ANOVA pro testování hodnoty orientace na úspěch bez interakce

Source	Type III Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	58,857 ^a	14,714	19,045	,000
Intercept	13755,572	13755,572	17804,449	,000
gndr	,767	,767	,992	,319
generace	58,301	19,434	25,154	,000
Error	1574,542	,773		
Total	19825,917			
Corrected Total	1633,400			

Zdroj: vlastní zpracování dle ESS 2020 (N=2043)

Třetí verze modelu na testování hodnoty orientace na úspěch už obsahuje pouze proměnnou generace. Bylo by tedy možné použít jednofaktorovou analýzu rozptylu, ale

jelikož se stále jedná jen o úpravu původního modelu dvoufaktorové analýzy rozptylu, je i toto testování provedeno pomocí dvoufaktorové analýzy rozptylu. Opět byla otestována shoda rozptylu ve skupinách, kdy Leveneho test o shodě rozptylů vyšel opět nižší než α (5 %) a jedná se o neshodné rozptyly. Breusch-Paganův test heteroskedasticity vyšel vyšší než hladina významnosti α (5 %), tudíž se jedná o homoskedasticky robustní modifikaci a lze provést dvoufaktorovou analýzu rozptylu i s pouze jednou vysvětlující proměnnou.

Z následující tabulky 7: Výstup dvoufaktorové analýzy rozptylu pro testování hodnoty orientace na úspěch a generace je vidět, mezi kterými generacemi jsou jaké rozdíly. Jako signifikantní se prokázal pouze vztah mezi generací Z a generací baby boomers a mezi generací Z a generací X.

Z tabulky 7 je patrné, že generace baby boomers je v průměru o 0,45 bodu škály méně orientovaná na úspěch než generace Z. Generace X je v průměru o 0,23 bodu škály méně orientovaná na úspěch než generace Z. Vztah mezi generací Y a generací Z se neprokával jako statisticky významný. Nicméně obecně by se dalo říci, že je z hlediska generací patrný postupný trend, kdy starší generace jsou méně orientované na úspěch než ty mladší.

Tabulka 7: Výstup dvoufaktorové analýzy rozptylu pro testování hodnoty orientace na úspěch a generace

Parameter	B	Sig.	95% Confidence Interval	
			Lower Bound	Upper Bound
Intercept	2,725	,000	2,608	2,842
Generace baby boomers	,451	,000	,319	,583
Generace X	,234	,001	,096	,371
Generace Y	,085	,242	-,057	,226
Generace Z	0 ^a	.	.	.

Zdroj: vlastní zpracování dle ESS 2020 (N=2043)

4.4.3 Testování hodnoty orientace na druhé/na svobodné rozhodování

Pro otestování hodnoty orientace na druhé bylo také nejprve potřeba otestovat další předpoklady. Také u tohoto indexu bylo potřeba nejprve otestovat všechny předpoklady. Předpoklad normality kardinální proměnné již byl otestován. Leveneho test o shodě rozptylů vyšel nižší než α (5 %), tudíž se jedná o neshodné rozptyly. Breusch-Paganův test heteroskedasticity vyšel nižší než hladina významnosti α (5 %), tudíž se jedná o heteroskedasticky robustní modifikaci. V tomto případě je potřeba při dvoufaktorové ANOVĚ použít korigovaný model HC3.

Nejprve byl proveden test s proměnnými pohlaví, generace a s jejich vzájemnými interakcemi. Korigovaný model neprokázal signifikantní rozdíl z hlediska vzájemné interakci proměnné pohlaví a generací, ale ani z hlediska samotné proměnné generace nevyšel signifikantní rozdíl. Což je patrné i z *tabulky 8: Dvoufaktorová ANOVA pro testování hodnoty orientace na druhé* ze sloupce signifikance. Model tedy není úplně vhodný a je potřeba ho očistit o nesignifikantní vztah vzájemné interakce a dále také o proměnnou generace. Model byl tedy upraven a postupně byly odebírány jednotlivé nesignifikantní proměnné.

Tabulka 8: Dvoufaktorová ANOVA pro testování hodnoty orientace na druhé

Parameter	B	Sig.	95% Confidence Interval	
			Lower Bound	Upper Bound
Intercept	2,450	,000	2,300	2,599
[gndr=1]	,271	,019	,045	,497
[gndr=2]	0 ^b	.	.	.
[generace=1,00]	,121	,159	-,047	,289
[generace=2,00]	,127	,156	-,048	,302
[generace=3,00]	,078	,396	-,103	,259
[generace=4,00]	0 ^b	.	.	.
[gndr=1] * [generace=1,00]	-,071	,585	-,328	,185
[gndr=1] * [generace=2,00]	-,107	,440	-,379	,165
[gndr=1] * [generace=3,00]	-,108	,445	-,385	,169
[gndr=1] * [generace=4,00]	0 ^b	.	.	.
[gndr=2] * [generace=1,00]	0 ^b	.	.	.
[gndr=2] * [generace=2,00]	0 ^b	.	.	.
[gndr=2] * [generace=3,00]	0 ^b	.	.	.
[gndr=2] * [generace=4,00]	0 ^b	.	.	.

Zdroj: vlastní zpracování dle ESS 2020 (N=2043)

Druhou verzí modelu je testování bez vzájemné interakce proměnné pohlaví a proměnné generací. Leveneho test o shodě rozptylů vyšel opět nižší než α (5 %), tudíž se stále jedná o neshodné rozptyly. Navíc i Breusch-Paganův test prokázal heteroskedasticitu. Proto byl opět použit korigovaný model HC3.

Z následující *tabulky 9: Dvoufaktorová ANOVA pro testování hodnoty orientace na druhé bez interakce* ze sloupce signifikance je patrné, že proměnná generace je stále

nesignifikantní. Naopak se však zlepšila signifikance proměnné pohlaví. Tento model tedy také není vhodný. Je potřeba ho upravit ještě o odebrání nesignifikantní proměnné generace.

Tabulka 9: Dvoufaktorová ANOVA pro testování hodnoty orientace na druhé bez interakce

Parameter	B	Sig.	95% Confidence Interval	
			Lower Bound	Upper Bound
Intercept	2,488	,000	2,371	2,605
[gndr=1]	,189	,000	,113	,266
[gndr=2]	0 ^b	.	.	.
[generace=1,00]	,087	,179	-,040	,214
[generace=2,00]	,077	,261	-,057	,211
[generace=3,00]	,030	,670	-,107	,167
[generace=4,00]	0 ^b	.	.	.

Zdroj: vlastní zpracování dle ESS 2020 (N=2043)

Třetí verzi modelu je očištěna o testování vzájemné interakce proměnné pohlaví a proměnné generací, a navíc i o samotnou proměnnou generace. V tomto případě by také bylo možné použít jinou analýzu, například T-test. Ovšem jelikož se jedná jen o modifikaci modelu s použitím dvoufaktorové analýzy rozptylu, byla tato analýza použita i v tomto případě. Leveneho test o shodě rozptylů vyšel opět nižší než α (5 %), tudíž se stále jedná o neshodné rozptyly. Breusch-Paganův test opět prokázal heteroskedasticitu. Proto byl znovu použit korigovaný model HC3.

Z následující tabulky 10: Dvoufaktorová ANOVA pro testování hodnoty orientace na druhé s proměnnou pohlaví ze sloupce signifikance je patrné, že v modelu zůstaly už jenom signifikantní proměnné. Muži jsou v průměru o 0,18 bodu škály méně orientovaní na druhé než ženy.

Tabulka 10: Dvoufaktorová ANOVA pro testování hodnoty orientace na druhé s proměnnou pohlaví

Parameter	B	Sig.	95% Confidence Interval	
			Lower Bound	Upper Bound
Intercept	2,552	,000	2,505	2,599
Muži	,184	,000	,110	,259
Ženy	0 ^b	.	.	.

Zdroj: vlastní zpracování dle ESS 2020 (N=2043)

4.4.4 Testování hodnoty konzervatismu

Inklinace k hodnotě konzervatismu bylo opět potřeba nejprve otestovat všechny předpoklady. Předpoklad normality kardinální proměnné již byl otestován. Leveneho test o shodě rozptylů vyšel vyšší než α (5 %), tudíž se jedná o shodné rozptyly. Breusch-Paganův test heteroskedasticity vyšel vyšší než hladina významnosti α (5 %), tudíž se jedná o homoskedasticky robustní modifikaci a dvoufaktorovou analýzu rozptylu lze použít.

Nejprve byla provedena analýza se všemi proměnnými. Tedy s proměnnými pohlaví, generace a s jejich vzájemnými interakcemi. Z tabulky 11: *Dvoufaktorová ANOVA pro testování hodnoty konzervatismu* ze sloupce signifikance je patrné, že se zde nachází pouze jedna nesignifikantní proměnná. A tou je vzájemná interakce mezi proměnnou pohlaví a proměnnou generace. Model je tedy potřeba očistit o tento nesignifikantní vztah vzájemné interakce.

Tabulka 11: Dvoufaktorová ANOVA pro testování hodnoty konzervatismu

Source	Type III Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	44,052 ^a	6,293	7,276	,000
Intercept	15217,535	15217,535	17594,650	,000
gndr	14,768	14,768	17,075	,000
generace	29,470	9,823	11,358	,000
gndr * generace	,813	,271	,313	,816
Error	1760,062	,865		
Total	20373,063			
Corrected Total	1804,115			

Zdroj: vlastní zpracování dle ESS 2020 (N=2043)

Druhá verze modelu už tedy neobsahuje vzájemnou interakci proměnných pohlaví a generace. Pro takto upravený model vyšel Leveneho test o shodě rozptylů opět vyšel vyšší než α (5 %) a jedná se o shodné rozptyly. Breusch-Paganův test heteroskedasticity vyšel vyšší než hladina významnosti α (5 %), tudíž je v modelu přítomna homoskedasticita a dvoufaktorovou analýzu rozptylu lze použít.

Z tabulky 12: *Dvoufaktorová ANOVA pro testování hodnoty konzervatismu bez interakce* je patrné, že se zde nachází pouze signifikantní proměnné. Muži zastávají v průměru o 0,17 bodu škály méně konzervativní hodnoty než ženy. A z hlediska generací jsou ve vztahu ke generaci Z patrné rozdíly s generací baby boomers a generací X. Přesněji

generace baby boomers zastává o 0,3 body škály tradičnější hodnoty než generace Z. A také generace X zastává tradičnější hodnoty než generace Z. A to v průměru o 0,18 bodu škály. Je zde naznačen i vztah mezi generací X a generací Z, kdy generace X zastává lehce konzervativnější hodnoty než generace Z. Nicméně tento vztah není signifikantní. Tyto dvě generace se tedy v inklinaci ke konzervativnímu typu hodnot neliší. Dalo by se však obecně říci, že od nejmladší generace po nejstarší roste inklinace k tomuto hodnotovému typu.

Tabulka 12: Dvoufaktorová ANOVA pro testování hodnoty konzervatismu bez interakce

Parameter	B	Sig.	95% Confidence Interval	
			Lower Bound	Upper Bound
Intercept	3,112	,000	2,983	3,241
Muži	,174	,000	,093	,256
Ženy	0 ^a	.	.	.
Generace baby boomers	-,302	,000	-,442	-,163
Generace X	-,176	,017	-,321	-,031
Generace Y	-,032	,673	-,182	,118
Generace Z	0 ^a	.	.	.

Zdroj: vlastní zpracování dle ESS 2020 (N=2043)

4.4.5 Shrnutí testování hypotézy 2

Z testování jednotlivých hodnotových indexů se ukázalo, že ani v jednom případě není vzájemná interakce mezi proměnnou pohlaví a proměnnou generací signifikantní. Z tohoto důvodu nelze považovat hypotézu 2 za potvrzenou. **Hypotéza 2 byla zamítnuta.** Muži a ženy v jednotlivých generacích se v deklarovaných lidských hodnotách neliší.

4.5 Hypotéza 3

Hypotéza 3 se zabývá vztahem mezi generací a zastáváním hodnot otevřenosti ke změně a orientace na úspěch, a to pouze z pohledu muže. K testování této hypotézy byla také použita dvoufaktorová ANOVA. Z důvodu zaměření této testované hypotézy na dva indexy, je tato podkapitola rozčleněna ještě na další dvě, kdy jedna je zaměřena na testování zastávání hodnot otevřenosti ke změně a druhá je zaměřena na orientaci na úspěch.

Zároveň zastávání těchto hodnot bylo již otestováno v rámci testování hypotézy 2. Nicméně se jednalo o testování z jiného úhlu pohledu. V této podkapitole je proto stručně připomenuta proběhlá analýza v podkapitole 4.4.1 a 4.4.2.

4.5.1 Testování hodnoty otevřenosti ke změně

První předpoklad o normálním rozdělení kardinální proměnné byl již otestován v podkapitole 4.3 a byl splněn. Další předpoklady jsou taktéž splněny. Leveneho test o shodě rozptylů vyšel vyšší než α (5 %), tudíž se jedná o shodné rozptyly. Breusch-Paganův test heteroskedasticity prokázal homoskedasticky robustní modifikaci a lze provést dvoufaktorovou analýzu rozptylu.

Nejprve byl proveden test s proměnnými pohlaví, generace a jejich vzájemnými interakcemi. Nicméně se ukázalo, že vzájemná interakce mezi proměnnou pohlaví a proměnnou generace není signifikantní. Ovšem u ostatních proměnných se vztahy mezi všemi kategoriemi proměnných ukázaly jako signifikantní.

Tabulka 4: Výstup dvoufaktorové analýzy rozptylu pro testování hodnoty otevřenosti ke změně bez interakce znázorňuje, jak velké rozdíly jsou mezi jednotlivými kategoriemi. Muži jsou v průměru o 0,13 bodu škály otevřenější ke změnám než ženy. Z hlediska generací je patrný postupný trend, kdy se od nejmladší generace po nejstarší snižuje inklinace k hodnotám otevřenosti ke změně. Generace baby boomers je v průměru o 0,84 bodu škály méně otevřená ke změnám než generace Z. Generace X je v průměru o 0,53 bodu škály méně otevřená ke změnám než generace Z. A generace Y je v průměru o 0,22 bodu škály méně otevřená ke změnám než generace Z.

Tabulka 4: Výstup dvoufaktorové analýzy rozptylu pro testování hodnoty otevřenosti ke změně bez interakce

Parameter	B	Sig.	95% Confidence Interval	
			Lower Bound	Upper Bound
Intercept	2,667	,000	2,532	2,801
Muži	-,127	,003	-,211	-,042
Ženy	0 ^a	.	.	.
Generace baby boomers	,843	,000	,698	,988
Generace X	,532	,000	,381	,682
Generace Y	,216	,007	,060	,372
Generace Z	0 ^a	.	.	.

Zdroj: vlastní zpracování dle ESS 2020 (N=2043)

4.5.2 Testování hodnoty orientace na úspěch/na vlastní prosperitu a bezpečí

I v tomto případě je nejprve potřeba otestovat předpoklady. První předpoklad o normálním rozdělení kardinální proměnné byl již otestován v podkapitole 4.3 a byl splněn.

Další předpoklady jsou taktéž splněny. Leveneho test o shodě rozptylů vyšel nižší než α (5 %), tudíž se jedná o neshodné rozptyly. Breusch-Paganův test heteroskedasticity prokázal homoskedasticky robustní modifikaci a lze provést dvoufaktorovou analýzu rozptylu.

Nejprve byl proveden test s proměnnými pohlaví, generace a jejich vzájemnými interakcemi. Ovšem ukázalo se, že signifikantní je pouze proměnná generace. Model byl tedy postupně upraven za odebrání nesignifikantní interakce mezi proměnnými pohlaví a generací a za odebrání proměnné pohlaví. Výsledný model tedy zkoumá hodnocení orientace na úspěch pouze z hlediska generace. Bylo by možné pro toto testování použít analýzu rozptylu, ovšem protože se jedná pouze o modifikaci původního modelu, byl i tento test proveden za pomoci dvoufaktorové analýzy rozptylu.

Tabulka 7: Výstup dvoufaktorové analýzy rozptylu pro testování hodnoty orientace na úspěch a generace znázorňuje, jak velké rozdíly jsou mezi jednotlivými kategoriemi. Z hlediska generací je patrný postupný trend, kdy se od nejmladší generace po nejstarší snižuje inklinace k hodnotám orientace na úspěch. Generace baby boomers je v průměru o 0,45 bodu škály méně orientovaná na úspěch než generace Z. Generace X je v průměru o 0,23 bodu škály méně orientovaná na úspěch než generace Z. Vztah mezi generací Y a generací Z se neprokázal jako statisticky významný. Nicméně v *tabulce 7* je naznačeno, že generace Y je o trochu méně orientovaná na úspěch než generace Z.

Tabulka 7: Výstup dvoufaktorové analýzy rozptylu pro testování hodnoty orientace na úspěch a generace

Parameter	B	Sig.	95% Confidence Interval	
			Lower Bound	Upper Bound
Intercept	2,725	,000	2,608	2,842
Generace baby boomers	,451	,000	,319	,583
Generace X	,234	,001	,096	,371
Generace Y	,085	,242	-,057	,226
Generace Z	0 ^a	.	.	.

Zdroj: vlastní zpracování dle ESS 2020 (N=2043)

4.5.3 Shrnutí testování hypotézy 3

V podkapitole 4.5.1 a 4.5.2 se prokázaly vztahy mezi pohlavím a jednotlivými generacemi k inklinování hodnoty otevřenosti ke změnám. Dále také mezi generacemi a inklinováním k hodnotě orientace na úspěch. Nicméně hypotéza 3 se vztahuje k rozdílům mezi muži napříč jednotlivými generacemi. Tento vztah se podařit neprokázalo. **Hypotéza**

3 se tedy potvrdila. U mužů není rozdíl v zastávání hodnot otevřenosti ke změně a orientace na úspěch napříč generacemi.

4.6 Hypotéza 4

Hypotéza 4 se zabývá vztahem mezi generací a zastávání hodnoty orientace na druhé z pohledu ženy. I k otestování této hypotézy byla použita dvoufaktorová ANOVA. Tato hypotéza se testuje stejně jako hypotéza 2. Proto není potřeba provádět celou analýzu znovu, ale je možné použít výstupy z testování hypotézy 2.

Raději je připomenuta stručně provedená analýza. Před každou analýzou je nejprve potřeba otestovat předpoklady pro její použití. První předpoklad o normálním rozdělení kardinální proměnné byl již otestován v podkapitole 4.3 a byl splněn. Další předpoklady byly otestovány v podkapitole 4.3.3. V tomto případě se jedná o heteroskedasticky robustní modifikaci a je potřeba použít korigovaný model HC3, který byl více popsán v podkapitole metodika.

Z provedené analýzy vyplynulo, že vzájemná interakce proměnné pohlaví a generace není signifikantní. Také samotná proměnná generace se ukázala jako nesignifikantní. Model byl tedy postupně očištěn o nesignifikantní proměnné až v modelu zbyla jediná signifikantní proměnná. A tou se ukázala pouze proměnná pohlaví.

V následující *tabulce 20: Dvoufaktorová ANOVA pro testování hodnoty orientace na druhé s proměnnou pohlaví* je uveden konkrétní rozdíl mezi muži a ženami. Muži v průměru o 0,18 bodu škály méně než ženy hodnotili, že jsou orientovaní na druhé.

Tabulka 10: Dvoufaktorová ANOVA pro testování hodnoty orientace na druhé s proměnnou pohlaví

Parameter	B	Sig.	95% Confidence Interval	
			Lower Bound	Upper Bound
Intercept	2,552	,000	2,505	2,599
Muži	,184	,000	,110	,259
Ženy	0 ^b	.	.	.

Zdroj: vlastní zpracování dle ESS 2020 (N=2043)

Jelikož se zde prokázal signifikantní vztah pouze z hlediska pohlaví, nelze hypotézu 4 považovat za potvrzenou. **Hypotéza 4 byla zamítnuta.** Ženy v jednotlivých generacích se neliší v zastávání hodnoty orientace na druhé. Obecně lze říci, že jsou ženy více orientované na druhé než muži, ovšem tuto skutečnost hypotéza 4 netestovala.

4.7 Hypotéza 5

Hypotéza 5 testuje, zda od nejmladší generace po nejstarší roste orientace na druhé lidi. Tato hypotéza byla otestována pomocí analýzy rozptylu.

První předpoklad o normálním rozdělení kardinální proměnné byl již otestován v podkapitole 4.3 a byl splněn. Posledním předpokladem je předpoklad shody rozptylu ve skupinách. Leveneho test o shodě rozptylů vyšel vyšší než α (5 %), tudíž se jedná o shodné rozptyly a analýzu rozptylu lze použít. Pro shodné rozptyly byl zvolen Scheffeho Post-Hoc test. Velikost účinku neboli Fisherovo ϵ vyšlo 0,0014. Příslušnost k dané generaci tak prakticky neovlivňuje inklinaci k indexu zaměřeného na svobodné rozhodování.

To ostatně potvrdila i ANOVA, kde vyšla signifikance vyšší než α (5 %). Nelze tak zamítnout nulovou hypotézu, že průměry ve všech skupinách jsou totožné. Jak je patrné z velikosti účinku, tak ani ANOVA neprokázala vztah mezi generacemi a hodnotami týkající se svobodného rozhodování.

Tato skutečnost je také patrná ze Scheffeho Post-Hoc testu a následující *tabulky 13: Deklarované hodnoty orientace na druhé dle generací*. U žádné dvojice skupin nevyšel signifikantní rozdíl. To ukazuje i interval spolehlivosti, který u všech skupin obsahuje nulu.

Tabulka 13: Deklarované hodnoty orientace na druhé dle generací

(I) Generace	(J) Generace	Mean Difference (I-J)	Sig.	95% Confidence Interval	
				Lower Bound	Upper Bound
Generace baby boomers	Generace X	,00697	,999	-,1268	,1407
	Generace Y	,06779	,624	-,0752	,2108
	Generace Z	,08264	,674	-,1039	,2692
Generace X	Generace baby boomers	-,00697	,999	-,1407	,1268
	Generace Y	,06082	,743	-,0919	,2135
	Generace Z	,07567	,755	-,1184	,2697
Generace Y	Generace baby boomers	-,06779	,624	-,2108	,0752
	Generace X	-,06082	,743	-,2135	,0919
	Generace Z	,01485	,998	-,1857	,2154
Generace Z	Generace baby boomers	-,08264	,674	-,2692	,1039
	Generace X	-,07567	,755	-,2697	,1184
	Generace Y	-,01485	,998	-,2154	,1857

Zdroj: vlastní zpracování dle ESS 2020 (N=2043)

Z průměrných odchylek z *tabulky 13* je vidět nepatrný trend ve zvyšování orientace na druhé od nejmladší generace po nejstarší. Ovšem tento rozdíl je opravdu minimální a navíc nesignifikantní. Na základě těchto zjištění nelze hypotézu 5 považovat za potvrzenou. **Hypotéza 5 byla zamítnuta.**

4.8 Hypotéza 6

Hypotéza 6 testuje, zda od nejstarší generace po nejmladší roste hodnota otevřenosti ke změnám. Tato hypotéza byla testována pomocí analýzy rozptylu.

První předpoklad o normálním rozdělení kardinální proměnné byl již otestován v podkapitole 4.3 a byl splněn. Leveneho test o shodě rozptylů vyšel vyšší než α (5 %), tudíž se opět jedná o shodné rozptyly a analýzu rozptylu lze použít. Opět byl použit Scheffeho Post-Hoc test pro shodné rozptyly a byla vypočtena velikost účinku. Fisherovo ϵ vyšlo o velikosti 0,087. Příslušnost k určité generaci tak pouze z 8,7 % vysvětluje inklinaci k deklarované lidské hodnotě otevřenosti ke změnám.

U analýzy rozptylu vyšla signifikance nižší než α (5 %). Zamítám tak nulovou hypotézu, že průměry ve všech skupinách jsou totožné. Mezi alespoň jednou dvojicí skupin existuje nějaký rozdíl. Podle Scheffeho Post-Hoc testu vyšel signifikantní rozdíl mezi všemi skupinami. To ukazuje i interval spolehlivosti, který u těchto skupin neobsahuje nulu.

Z následující *tabulky 14: Deklarované hodnoty otevřenost ke změně dle generací* je patrné, jak velké rozdíly jsou mezi jednotlivými generacemi. Generace baby boomers volila u indexu zaměřeného na hodnoty otevřenosti ke změnám v průměru o 0,31 bodu škály vyšší hodnoty než generace X. Generace baby boomers je tedy v průměru o 0,31 bodu škály méně otevřenější ke změnám než generace X. Stejný vztah platí i s generací Y a s generací Z. Generace baby boomers je v průměru o 0,62 bodu škály méně otevřená ke změnám než generace Y. A generace baby boomers je v průměru o 0,85 bodu škály méně otevřená ke změnám než generace Z. To samé lze říci i o vztazích mezi ostatními generacemi. Generace X je méně otevřená ke změnám než generace Y či generace Z. Přesněji je generace X v průměru o 0,32 bodu škály méně otevřená ke změnám než generace Y a v průměru o 0,53 bodu škály méně otevřená ke změnám než generace Z. Co se týče generace Y a Z, tak generace Y je v průměru o 0,22 bodu škály méně otevřená ke změnám než generace Z.

Tabulka 14: Deklarované hodnoty otevřenost ke změně dle generací

(I) Generace	(J) Generace	Mean Difference (I-J)	Sig.	95% Confidence Interval	
				Lower Bound	Upper Bound
Generace baby boomers	Generace X	,31332*	,000	,1648	,4618
	Generace Y	,61980*	,000	,4611	,7786
	Generace Z	,84594*	,000	,6388	1,0531
Generace X	Generace baby boomers	-,31332*	,000	-,4618	-,1648
	Generace Y	,30649*	,000	,1370	,4760
	Generace Z	,53263*	,000	,3171	,7481
Generace Y	Generace baby boomers	-,61980*	,000	-,7786	-,4611
	Generace X	-,30649*	,000	-,4760	-,1370
	Generace Z	,22614*	,045	,0035	,4488
Generace Z	Generace baby boomers	-,84594*	,000	-1,0531	-,6388
	Generace X	-,53263*	,000	-,7481	-,3171
	Generace Y	-,22614*	,045	-,4488	-,0035

Zdroj: vlastní zpracování dle ESS 2020 (N=2043)

Dle průměrných odchylek z *tabulky 14* mezi skupinami se dá tedy říci, že se zastávání hodnot zaměřené na otevřenost ke změnám postupně mezi generacemi snižuje. Tedy že od nejstarší generace k nejmladší přibývá roste souhlas s hodnotou otevřenosti ke změnám. **Hypotéza 6 se tak potvrdila.**

4.9 Hypotéza 7

Hypotéza 7 testuje, zda od nejstarší generace po nejmladší roste orientace na úspěch. Tato hypotéza byla testována pomocí analýzy rozptylu.

První předpoklad o normálním rozdělení kardinální proměnné byl již otestován v podkapitole 4.3 a byl splněn. Leveneho test o shodě rozptylů vyšel vyšší než α (5 %), tudíž se jedná o shodné rozptyly a analýzu rozptylu lze použít. Následně byl opět použit Scheffeho Post-Hoc test pro shodné rozptyly. Fisherovo ϵ vyšlo 0,04. Příslušnost k určité generaci tak pouze ze 4 % vysvětluje inklinaci k deklarovaným lidským hodnotám orientovaným na úspěch.

U analýzy rozptylu vyšla signifikance nižší než α (5 %). Zamítám tak nulovou hypotézu, že průměry ve všech skupinách jsou totožné. Mezi alespoň jednou dvojicí skupin existuje nějaký rozdíl. Podle Scheffeho Post-Hoc testu vyšel signifikantní rozdíl mezi generací baby boomers a generacemi X, Y i Z. A dále také mezi generací X a generací Z.

Z následující tabulky 15: Deklarované hodnoty orientace na úspěch dle generací je patrné, jak velké rozdíly jsou mezi jednotlivými generacemi. Generace baby boomers volila u indexu zaměřeného na hodnoty orientované na úspěch v průměru o 0,22 bodu škály vyšší hodnoty než generace X. Generace baby boomers je tedy v průměru o 0,22 bodu škály méně orientovaná na úspěch než generace X. Stejný vztah platí i s generací Y a s generací Z. Generace baby boomers je v průměru o 0,37 bodu škály méně orientovaná na úspěch než generace Y. A generace baby boomers je v průměru o 0,45 bodu škály méně orientovaná na úspěch než generace Z. Generace X je méně orientovaná na úspěch než generace Z. Přesněji je generace X v průměru o 0,23 bodu škály méně orientovaná na úspěch generace Z. Mezi ostatními generacemi nevyšel signifikantní vztah. Nicméně z průměrných odchylek je patrné, že i mezi dalšími generacemi je se inklinace k orientaci na úspěch zvyšuje s nižším věkem příslušníků dané generace.

Tabulka 15: Deklarované hodnoty orientace na úspěch dle generací

(I) Generace	(J) Generace	Mean Difference (I-J)	Sig.	95% Confidence Interval	
				Lower Bound	Upper Bound
Generace baby boomers	Generace X	,21710*	,000	,0822	,3520
	Generace Y	,36608*	,000	,2219	,5102
	Generace Z	,45073*	,000	,2626	,6388
Generace X	Generace baby boomers	-,21710*	,000	-,3520	-,0822
	Generace Y	,14899	,062	-,0050	,3029
	Generace Z	,23364*	,011	,0379	,4293
Generace Y	Generace baby boomers	-,36608*	,000	-,5102	-,2219
	Generace X	-,14899	,062	-,3029	,0050
	Generace Z	,08465	,712	-,1176	,2869
Generace Z	Generace baby boomers	-,45073*	,000	-,6388	-,2626
	Generace X	-,23364*	,011	-,4293	-,0379
	Generace Y	-,08465	,712	-,2869	,1176

Zdroj: vlastní zpracování dle ESS 2020 (N=2043)

Na základě výše popsaného a na základě průměrných rozdílů v tabulce 15 lze říci, že se zastávání hodnot orientace na úspěch postupně mezi generacemi snižuje. Tedy že od nejstarší generace k nejmladší přibývá roste souhlas s hodnotou orientace na úspěch. **Hypotéza 7 se tak potvrdila.**

5 Zhodnocení výsledků

V této kapitole diplomové práce jsou shrnuty a zhodnoceny výsledky provedených analýz. Cílem této části práce je poskytnout interpretaci a zhodnocení získaných výsledků prostřednictvím analýzy rozptylu a dvoufaktorové analýzy rozptylu. Tato kapitola je tedy nejen zaměřena na identifikaci klíčových trendů v datech, ale zaměřuje se i na diskusi ohledně stanovených hypotéz. Tedy zdali došlo k jejich potvrzení, či nikoli. Zároveň jsou ještě popsány rozdíly v hodnotových typech, které vyšly ve faktorové analýzy s těmi, které uvádí literatura.

5.1 Testování hypotéz

Testování hypotéz a jejich vyhodnocení na základě teoretického základu je zásadním krokem v každé analýze a obzvláště v této diplomové práci, jejíž hlavní část tvoří testování stanovených hypotéz. Samotné testování stanovených hypotéz je důležitým prvkem pro validaci a potvrzení tezí, které mohou vést k novým poznatkům v daném tématu. Na základě provedené analýzy za pomoci analýzy rozptylu a dvoufaktorové analýzy rozptylu se potvrdily pouze čtyři testované hypotézy. A to hypotéza 1, hypotéza 3, hypotéza 6 a hypotéza 7. Zbylé hypotézy se celé nepotvrdily.

5.1.1 Potvrdilo se

Z proběhlých analýz se potvrdily hypotézy 1, 3, 6 a 7. Od nejmladší generace k nejstarší opravdu přibývá inklinace ke konzervativnímu typu (*hypotéza 1*). U mužů není rozdíl v zastávání hodnot otevřenosti ke změně a orientace na úspěch napříč generacemi (*hypotéza 3*). Od nejstarší generace po nejmladší roste hodnota otevřenosti ke změně (*hypotéza 6*). Od nejstarší generace po nejmladší roste hodnota orientace na úspěch (*hypotéza 7*).

Hypotéza 1 se potvrdila, což je také v souladu s předpoklady a literaturou. Starší generace mohou být více ovlivněny tradičními hodnotami a zkušenostmi, což se může projevit ve vyšší míře konzervativismu. To ostatně tvrdí i Forbes (2017) a Jelínková (2005), když uvádí, že pro generaci baby boomers je typické uznávání tradičnějších hodnot a zastávání konzervativních názorů oproti ostatním generacím. Také Řeháková (2006) ve své analýze předpokládala, že inklinace ke konzervativnímu typu bude růst s věkem, což se jí ostatně i potvrdilo. Podle Řehákové (2006) se totiž starší generace chovají více dle

navyklých vzorců chování. To také může být způsobeno samotným procesem stárnutí, který často přináší změnu v hodnotových orientacích. S postupujícím věkem mohou lidé začít klást větší důraz na zachování tradičních hodnot a způsobů života. Také kulturní a společenské změny v průběhu času mohou přispívat k posilování konzervativních tendencí u starších generací, které mohou chtít ochránit tradiční hodnoty v reakci na vnímané změny ve společnosti. Tento jev může být zvláště patrný v dobách politické nejistoty nebo společenských proměn, kdy se lidé mohou cítit ohroženi a hledají stabilizaci ve známých hodnotách a normách. Toto mohou být faktory, které ovlivňují inklinaci ke konzervativnímu hodnotovému typu. Jak je vidět, v tomto hodnotovém typu nedošlo v průběhu let k výrazné změně, a i nadále platí, že od nejmladší generace k nejstarší přibývá inklinace ke konzervativnímu hodnotovému typu. Oproti tomu mladší generace mohou být více zasaženi procesem modernizace a více inklinují k individualističtějším a modernějším hodnotám a názorům (Šťastná a Paloncyová, 2011; Hamplová, 2014; Forbes, 2017).

Potvrzení hypotézy 3 je taktéž v souladu s předpoklady a literaturou. Tento výsledek naznačuje relativní stabilitu hodnotových typů otevřenosti ke změně a orientace na úspěch u mužů napříč různými generacemi. Muži mohou mít tendenci více držet se tradičních hodnot a rolí, což by mohlo vést k menší variabilitě v těchto hodnotách napříč generacemi. Toto tvrzení také potvrzuje Sak a Saková (2004), kteří tvrdí, že muži si drží svou tradiční úlohu ve společnosti, a tou je zabezpečit svou ženu a rodinu po materiální stránce. Proto také muži upřednostňují materialistické hodnoty a hodnoty zaměřené na svůj úspěch, moc a prestiž. Tyto hodnoty tak mohou být předávány mezi muži z generace na generaci. Zároveň však na inklinaci k hodnotovým typům otevřenosti ke změně a orientaci na úspěch u mužů bez rozdílu mezi generacemi mohou mít vliv i kulturní očekávání či sociální konformita. Kulturní očekávání a normy týkající se mužského chování a identity mohou být poměrně stabilní a nepodléhat výrazným změnám v průběhu času. Navíc, společenské role mužů mohou být stále spojovány s obdobím stability a úspěchu. Roli může hrát i faktor sociální konformity, protože muži mohou cítit tlak na zachování konzistence svých hodnot, aby splnili očekávání svého sociálního okolí a udrželi si své postavení v rámci mužského kolektivu. Řeháková (2006) ve své analýze zjistila, že k hodnotovému typu otevřenosti ke změně a orientace na úspěch inklinují mnohem častěji muži než ženy. Navíc u těchto dvou hodnotových typů zjistila i změnu mezi generacemi. Nicméně nezkoumala vliv pohlaví a generací najednou. Dalo by se však říci, že muži obecně k těmto dvěma hodnotám inklinují

tolik, jako by je v sobě opravdu měli zakořeněné, a proto u nich není patrný rozdíl mezi jednotlivými generacemi.

Potvrzení hypotéz 6 a 7 je taktéž v souladu s předpoklady a literaturou. Zvyšující se inklinace k hodnotám otevřenosti ke změně a orientace na úspěch od nejstarší po nejmladší generaci mohou být důsledkem progresivního sociokulturního vývoje a změn v postojích a hodnotách v moderní společnosti. Mladší generace mohou být ovlivněny globalizací, technologickým pokrokem a novými sociálními paradigmaty, což může vést k vyšší míře otevřenosti a ambicím. To může být patrné obzvláště v moderní společnosti, která klade důraz na individuální úspěch a kariéerní postup. Potvrzení těchto dvou hypotéz je v souladu se zjištěními Řehákové (2006) a Zicha a Anýžové (2016). Řeháková ve své analýze na datech ESS z roku 2002 zjistila, že s rostoucím věkem klesá hodnota otevřenosti ke změnám a také klesá hodnota orientace na sebe a na úspěch. Zich a Anýžová (2016) prováděli výzkum hodnotových orientací v kontextu regionu Hlučínska v České republice. Z jejich výzkumu vyšlo, že zejména u hodnotových typů otevřenosti ke změně a orientace na úspěch je patrný strmá příslušnost k danému hodnotovému typu od nejmladší generace po nejstarší. Pro mladé lidi je typické, že se více orientují na sebe a na svůj úspěch (Forbes, 2017; Zich a Anýžová, 2016; Šťastná a Palonciová, 2011). Jak je tedy patrné, ani u inklinace k těmto hodnotovým typům nedošlo v průběhu let k výrazným změnám.

5.1.2 Nepotvrdilo se

Z proběhlých analýz se nepotvrdily hypotézy 2, 4 a 5. Muži a ženy se tedy v jednotlivých generacích v deklarovaných lidských hodnotách neliší (*hypotéza 2*). Ženy v jednotlivých generacích se neliší v zastávání hodnoty orientace na druhé (*hypotéza 4*). A od nejmladší generace po nejstarší neroste orientace na druhé (*hypotéza 5*).

Pro hypotézu 2 platí, že se statisticky nepotvrdila vzájemná interakce mezi proměnnou pohlaví a generacemi. Na druhou stranu se však u hodnotového typu otevřenosti ke změně, svobodné rozhodování/orientace na druhé a konzervatismu ukázala jako statisticky významná proměnná pohlaví. To je také v souladu se zjištěními Řehákové (2006), která uvedla, že v České republice jsou vidět rozdíly z hlediska pohlaví u hodnotového typu otevřenosti ke změně a překročení sebe sama neboli orientace na druhé. A naopak nejsou patrné rozdíly z hlediska pohlaví v inklinaci ke konzervativnímu hodnotovému typu. Zajímavé je, že Řeháková (2006) zjistila rozdíl také u hodnotového typu posílení ega neboli orientace na úspěch, ovšem nikoli u hodnotového typu konzervatismu. U těchto dvou

hodnotových typů vyšla analýza zcela naopak. V průběhu let tedy mohlo dojít k jistému posunu v deklarovaných lidských hodnotách. Muži a ženy v jednotlivých generacích mají podobné deklarované lidské hodnoty, ačkoli stále mohou existovat určité rozdíly v jejich projevech a prioritách v rámci individuálních zkušeností a kontextu. Jedním z hlavních důvodů, proč se muži a ženy v deklarovaných lidských hodnotách v jednotlivých generacích neliší, může být společenský posun směrem k větší rovnosti pohlaví a snižování genderových stereotypů (Klímová Chaloupková, 2018; Deaux & Major, 1999). Postupem času se společnost stává více osvícenější a uznává individuální rozdíly mezi muži a ženami, což vede k podobnějším hodnotovým orientacím bez ohledu na pohlaví (Bauman, 2004). Navíc rostoucí vliv feministického hnutí a genderového aktivismu může posilovat uvědomění si společných zájmů a hodnotových přesvědčení mezi muži a ženami. Z tohoto výsledku však nejde uvozovat závěry z hlediska věku, a tedy i generací. Proto také byla hypotéza 2 zamítnuta.

U hypotézy 4 se taktéž neprokázala vzájemná interakce mezi proměnnou pohlaví a generacemi jako statisticky významná. Zde se navíc neukázala jako signifikantní ani proměnná generace. Pouze z hlediska pohlaví je zde patrný signifikantní rozdíl v zastávání hodnotového typu svobodné rozhodování/orientace na druhé. Muži jsou v průměru o 0,18 bodu škály méně orientovaní na druhé než ženy. To je také v souladu s literaturou, kdy ženy získaly jiné typické vlastnosti než muži. Schwartz (1998) to vysvětluje pomocí teorie evoluční psychologie. Podle něj (Schwartz, 1998) jsou ženy více orientované na blaho své rodiny a sociální skupiny, zatímco muži se více orientují na úspěch, požitkářství a sebeřízení. Ovšem předpokladem pro tuto hypotézu bylo, že díky zkušenostem jednotlivých generací a díky procesu individualismu a postmodernismu se bude inklinaci k hodnotovému typu svobodné rozhodování/orientace na druhé mezi ženami skrze jednotlivé generace lišit. Jak se však ukázalo, ženy v jednotlivých generacích se neliší v zastávání hodnoty orientace na druhé. Možným vysvětlením je právě tradiční role žen jako pečovatelek a podporovatelek rodiny a komunity (Schwartz, 1998). Tato tradiční role může být internalizována napříč generacemi a vede ke kontinuitě v hodnotách souvisejících s péčí o ostatní. Navíc kulturní a sociální normy mohou formovat očekávání ohledně role žen a jejich chování vůči ostatním, což může ovlivnit konzistentní zastávání hodnoty orientace na druhé napříč generacemi. Neprokázání vlivu z hlediska generací je však v souladu s výzkumem Řehákové (2006), která uvedla, že u hodnotového typu zaměření se na ostatní nebyla patrná postupná změna

se zvyšujícím se věkem. Tedy že od nejmladší generace po nejstarší se postupně nezvyšuje inklinace k hodnotovému typu orientace na druhé.

Výsledek hypotézy 5 je v souladu s hypotézou 4. Ta se taktéž týkala hodnotového typu svobodného rozhodování/orientace na druhé a ani zde se neprokázal signifikantní vztah. Ačkoli u hypotézy 5 byl naznačen trend, že od nejmladší generace po nejstarší mírně roste orientace na druhé, nebyl tento trend signifikantní. Zajímavé je, že z výzkumu provedeného Zichem a Anýžovou (2016) se tento trend prokázal jako statisticky významný. I když autoři tvrdili, že u tohoto hodnotového typu nebyla změna tak výrazná. Pravděpodobně došlo od jejich výzkumu k výzkumu ESS2020 k hodnotovému posunu, kdy už se hodnotový typ orientace na druhé liší dle generací méně a méně. Posun může být způsoben i tím, že do tohoto hodnotového typu zapadá i položka K, která se týká svobody a nezávislosti na druhých. Obecně byl tento hodnotový typ v této práci označen jako hodnoty orientované na svobodné rozhodování. Z obsahu tohoto hodnotového typu a historické zkušenosti jednotlivých generací dává smysl, že zde z hlediska generací není rozdíl. Například už u generace X Berg (2020) popisoval, že je pro ně důležitější osobní svoboda než nějaký hon za penězi. Bejtlovský (2016) k tomu navíc dodal, že tato generace vyrůstala za socialismu, kdy byla omezená svoboda. Ostatně toto zažila i následující generace Y (Berg, 2020). Naopak pro generaci Z už je svoboda zcela automatická, protože v ní vyrůstali. Navíc by zde svůj vliv mohl mít i proces modernizace. Zejména poté proces individualizace. Jak uvádí Šťastná a Palonciová (2011) i Hamplová (2014), důraz už není kladen na ekonomické a fyzické jistoty. Naopak došlo k posunu k postmaterialistickým hodnotám, kdy lidé upřednostňují svobodné rozhodování, kvalitu života, nezávislost, seberealizaci a sebevyjádření, a to u všech generací. Navíc s nárůstem mobility se rozpadají tradiční rodinné struktury, které mohou vést k menší důvěře a angažovanosti v mezilidských vztazích. S tím se také pojí proces individualizace, kdy lidé kladou větší důraz na osobní svobodu a úspěch, než aby se orientovali na druhé (Bauman, 2004). Z tohoto důvodu nevyšel u hodnotového typu zaměřeného na svobodné rozhodování/orientaci na druhé signifikantní rozdíl mezi jednotlivými generacemi.

5.2 Explorační faktorová analýza

V této části je ještě vhodné zmínit rozdělení jednotlivých hodnotových položek do čtyř faktorů. Byla použita explorační faktorová analýza, protože se předpokládalo, že příslušnost k daným faktorům bude jiná, než v literatuře uvádí Schwartz (1992; 2012). Tedy že došlo

k nějakému posunu v průběhu let. Z toho důvodu nebyla použita konfirmační faktorová analýza.

Jak ostatně provedená explorační faktorová analýza ukázala, opravdu některé indexy nejsou syceny totožnými položkami, jako je uvádí literatura. Je zde tedy patrná změna v průběhu let a k hodnotovému posunu společnosti.

Jak uvádí Řeháková (2006) a Schwartz (2012), hodnoty týkající se otevřenosti ke změně jsou tvořeny položkami A, K, F, O, J a U. Ovšem z provedené faktorové analýzy je otevřenost ke změně tvořena pouze položkami A, F, O, J a U. Položka K (*K – Je pro něj důležité, aby si sám rozhodoval o tom, co dělá. Má rád svobodu a nezávislost na druhých.*) se více přimkla k indexu týkajícího se svobodného rozhodování/orientace na druhé. Tento index byl dále tvořen ještě položkami C, H, R, S a L. Tedy až na položku K je tento index tvořen stejnými položkami, jako je uvádí Řeháková (2006) a Schwartz (2012). Řeháková (2006) a Schwartz (2012) dále uvádějí, že hodnoty týkající se konzervatismu jsou tvořeny položkami E, N, G, P, I a T. Z faktorové analýzy však vyšlo, že konzervatismus je tvořen pouze položkami G, I, P, T. Položky E (*E – Je pro něj důležité žít v bezpečném prostředí. Vyhýbá se všemu, co by mohlo ohrozit jeho bezpečnost.*) a N (*N – Je pro něj důležité, aby mu vláda zajistila bezpečí před všemi hrozbami. Chce, aby byl stát silný tak, aby mohl chránit své občany.*) tvoří index zaměřený na vlastní prosperitu a bezpečí neboli orientace na úspěch. Tento index je dále tvořen položkami B, D, Q a M, což už je v souladu s literaturou. Položky E a N se už tedy netýkají konzervativních hodnot, ale tvoří spolu s položkami B, D, Q a M hodnoty zaměřené na vlastní prosperitu a bezpečí.

6 Závěr

Cílem této diplomové práce bylo popsat rozdíly v deklarovaných lidských hodnotách z hlediska čtyř generací. A to generací baby boomers, generací X, generací Y a generací Z. Nejprve byla provedena rešerše vhodné literatury. Zde byly rozebrány jednotlivé generace, představeny jejich typické vlastnosti, datování a rozdíly. Dále byly představeny lidské hodnoty, jejich měření a předchozí výzkumy s nimi spojené. Následně byly představeny i metody pro praktickou část. Byl představen datový soubor a samotný výzkum ESS. Teoretická část sloužila také jako teoretické východisko pro praktickou část, která byla zaměřena na sekundární analýzu dat. V praktické části byla provedena samotná analýza pomocí analýzy rozptylu a dvoufaktorové analýzy rozptylu.

Mezigenerační zkoumání deklarovaných lidských hodnot je velmi důležité pro pochopení dynamiky společnosti a kultury. Díky tomu je možné sledovat, jak se hodnoty vyvíjejí a mění v průběhu času. Dále to však umožňuje zavádět adekvátní politiky pro potřeby jednotlivých generací. Zároveň porozumění mezigeneračním rozdílům může napomoci k lepší komunikaci a spolupráci napříč jednotlivými generacemi. Myslím, že je dobré, aby ve společnosti existovaly nějaké rozdíly. Zejména ty mezi generacemi, protože z toho je vidět, že se společnost někam ubíhá a vyvíjí. Kdyby byla každá generace stejná jako ta předchozí, všichni lidé by byli stejní a chovali se stejně, tak by svět stagnoval. Byl by velmi nudný, šedý a jednorozměrný.

Jak bylo řečeno v předchozí kapitole, potvrdily se pouze čtyři hypotézy. Potvrdila se hypotéza 1, 3, 6 a 7. Od nejmladší generace k nejstarší opravdu přibývá inklinace ke konzervativnímu typu. U mužů není rozdíl v zastávání hodnot otevřenosti ke změně a orientace na úspěch napříč generacemi. Od nejstarší generace po nejmladší roste hodnota otevřenosti ke změnám. A od nejstarší generace po nejmladší roste hodnota orientace na úspěch. Ostatní hypotézy se nepotvrdily. U některých byl sice naznačen trend v datech, ale ten nebyl signifikantní. Například hypotéza 5, která se týká porovnání generací z hlediska orientace na druhé. Ukázalo se, že od nejmladší generace po nejstarší neroste orientace na druhé. Ačkoli zde byl naznačen trend, že od nejmladší generace po nejstarší roste orientace na druhé. Tento trend však není statisticky významný. Z hlediska dvoufaktorového testování se ukázalo, že vzájemná interakce pohlaví a generace nemá na deklarované lidské hodnoty signifikantní vliv. Hlavně z tohoto důvodu se hypotézy 2 a 4 nepotvrdily. Muži a ženy se

tedy v jednotlivých generacích v deklarovaných lidských hodnotách neliší. A ženy v jednotlivých generacích se neliší v zastávání hodnoty orientace na druhé.

Zajímavým zjištěním bylo, že pohlaví má vliv na zastávání hodnot otevřenosti ke změně, orientace na druhé a konzervatismus. Překvapivě otevřenost na úspěch se mezi muži a ženami statisticky neliší.

Z proběhlé analýzy se tedy ukázalo, že muži a ženy v různých generacích vykazují podobné deklarované lidské hodnoty, což naznačuje rovnost mezi pohlavími v tomto ohledu. Tento jev lze vysvětlit společenským posunem směrem k větší rovnosti pohlaví a snižováním genderových stereotypů. Tradiční role žen jako pečovatelek a podpůrců rodiny a komunity může vést k jejich konzistentnímu zastávání hodnoty orientace na druhé napříč generacemi. Zjištění, že od nejmladší generace po nejstarší neroste hodnotový typ orientace na druhé, naznačuje možný posun společenských priorit směrem k individualismu. Naopak, od nejmladší generace k nejstarší se zdá, že přibývá inklinace ke konzervativnímu typu, což může být důsledkem sociokulturního prostředí nebo ekonomických faktorů typických pro danou generaci. U mužů není pozorován rozdíl v zastávání hodnot otevřenosti ke změně a orientace na úspěch napříč generacemi, zatímco od nejstarší generace po nejmladší roste hodnota otevřenosti ke změně a orientace na úspěch, což může být reflektováno postupným přijímáním postmaterialistických moderních hodnot.

Samotná práce skýtá několik omezení, a to zejména z důvodu jejího typu. Jelikož se jedná o sekundární analýzu dat, omezení se týkají především tohoto typu výzkumu. Sekundární analýza je sice cenným nástrojem výzkumu, kdy společnost není zatěžována dalšími výzkumy, a naopak jsou již proběhlé výzkumy zužitkovány do dalších jiných výzkumů, nicméně má pár omezení. Hlavním omezením je nemožnost poupravit otázky, případně možnosti odpovědí, a získat tak detailnější informace o analyzovaném tématu, zejména pokud jde o zjištění podrobnějších informací o důvodech inklinace k určitému hodnotovému typu. Ačkoli jdou výsledky hypotéz srovnat s literaturou, mohou zde mít vliv i jiné faktory, o kterých se literatura nezmiňuje a původní výzkum takové skutečnosti nezkoumal. Zde se mi jako největší problém jeví samotná baterie tvrzení týkající se hodnot. Tedy položek A až U dle *přílohy C*. Jedná se o tvrzení, která se týkají původního hodnotového profilu Schwartze (1992; 2012). Tato baterie už se tedy jeví mírně zastaralá. Bylo by vhodné baterii rozšířit, případně výzkum doplnit o otázky či tvrzení zabývající se aktuálními celospolečenskými trendy a problémy. Těmi je například globalizace, demografické změny a zejména environmentální problémy a hrozby, udržitelnost, podpora

multikulturní inkluze, duševní zdraví, osobní pohodu a štěstí. Zahrnutí těchto témat by poskytlo komplexnější pohled na lidské hodnoty a priority současné společnosti.

Námětem pro další výzkum může být porovnání změny deklarovaných lidských hodnot po pandemii Covid-19. Tato pandemie zasáhla celosvětové dění, tudíž měla ohromný vliv na nás všechny. Zajímavé by tedy mohlo být zkoumání, jestli a k jaké změně během pandemie došlo a jak se změnily deklarované lidské hodnoty po tomto období. Pokud vůbec k nějaké změně a posunu v hodnotách došlo. A to tedy nejen z pohledu generací, ale už jen ze samotné podstaty této společné zkušenosti všech lidí. Ovšem i zjištění, že k žádnému posunu nedošlo, by mohlo být zajímavým poznatkem, že ačkoli měla pandemie Covid-19 zásadní vliv na nás všechny, tak na deklarované lidské hodnoty nikoli.

Zajímavé by mohlo být i srovnání deklarovaných lidských hodnot mezi obyvateli České republiky a typickými západními a východními zeměmi. Zde by mohlo být vidět, jakým směrem Česká republika inklinuje. Česká republika stojí na pomyslném pomezí mezi západní a východní Evropou a vzhledem ke své komunistické minulosti by toto zkoumání mohlo přinést zajímavá zjištění. Zjištění, jestli míříme spíše na západ, nebo na východ.

Obecně i jen srovnání post-komunistických zemí mezi sebou by mohlo přinést zajímavé výsledky. Post-komunistické země prošly v nedávné minulosti dramatickými politickými a socioekonomickými změnami, které mohly ovlivnit hodnoty a priority obyvatelstva. Srovnání deklarovaných hodnot mezi různými post-komunistickými zeměmi může odhalit rozdíly a podobnosti v hodnotových orientacích. Například, zjištění rozdílů v hodnotách mezi bývalými sovětskými republikami a středoevropskými zeměmi by mohlo ověřit vliv kulturních, historických a politických faktorů na formování hodnot.

Z hlediska samotné České republiky by bylo jistě ještě pozoruhodné zkoumat deklarované lidské hodnoty z hlediska místa bydliště daného respondenta. V České republice je z tohoto hlediska patrná značná diferenciace například u voleb, tudíž i u deklarovaných lidských hodnot by mohla být viditelná jistá místní odlišnost.

7 Seznam použitých zdrojů

- APOSTOLIDIS, B. M. and E. C. POLIFRONI, 2006. Nurse work satisfaction and generational differences. *Journal of Nursing Administration*. 36(01), 506–509. ISSN 0002-0443.
- BALL-ROKEACH, S. J. and W. E. LOGES, 1992. „Value Theory and Research.“ In E. F. Borgatta and M. L. Borgatta, (Eds.) *Encyclopedia of Sociology*. New York: MacMillan Publishing Company, p. 2222-2228.
- BAUMAN, Z., 2004. *Individualizovaná společnost*. Praha: Mladá fronta. ISBN: 80-204-1195-X.
- BAYER, I., 2017. *Perestrojka – Sociologická encyklopedie* [online]. Available at: <https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Perestrojka>
- BECK, U., 2004. *Riziková společnost: na cestě k jiné moderně*. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON).
- BECKER, H. A., 1995. „Generations and Value Changes“. In: R. de Moor (Ed.): *Values in Western Societies*. Tilburg University Press, Tilburg 1995, p. 269-295.
- BEJTKOVÝ, J., 2016. The Current Generations: The Baby Boomers, X, Y and Z in the Context of Human Capital Management of the 21st Century in Selected Corporations in the Czech Republic. *Littera Scripta* [online]. České Budějovice: The Institute of Technology and Business in České Budějovice, 9(2), 25-45 [accessed: 2023-10-20]. ISSN 1805-9112. Available at: http://journals.vstecb.cz/category/littera-scripta/9-rocnik/2_2016/
- BERG, M. van den, 2020. *Jak se vzájemně chápat: generace X, Y, Z*, Praha: Grada. ISBN 978-80-247-2139-2.
- BEUTELL, N. J. and U. WITTIG-BERMAN, 2008. Work-family conflict and work-family synergy for generation X, baby boomers, and matures. *Journal of Managerial Psychology*. 23(05), 507–523. ISSN 0268-3946.
- BRAITHWAITE, V. and H. G. LAW, 1985. Structure of human values: Testing the adequacy of the Rokeach Value Survey. *Journal of Personality and Social Psychology* [online]. 49(1), 250–263. Available at: doi:10.1037/0022-3514.49.1.250
- BREUSCH, T. and A. PAGAN, 1979. A simple test for heteroscedasticity and random coefficient variation. *Econometrica* [online]. 47(5), 1287. Available at: doi:10.2307/1911963
- BROŽÍK, Vladimír, 1985. *Hodnoty a významy*.

- CAKIRPALOGLU, P., 2009. *Psychologie hodnot*. Olomouc: Univerzita Palackého. ISBN: 978-80-244-2295-4
- COSTELLO, A. B. and J. OSBORNE, 2005. Best practices in exploratory factor analysis: four recommendations for getting the most from your analysis. *Practical Assessment, Research, and Evaluation*. 10(7). 1-9. Available at: <https://scholarworks.umass.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1156&context=pars>
- COVINGTON, M. V., 1992. *Making the grade: A Self-Worth Perspective on Motivation and School Reform*. B.m.: Cambridge University Press.
- ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2023. Aktuální populační vývoj v kostce. ČSÚ [online] [accessed. 2023-10-05]. Available at: <https://www.czso.cz/csu/czso/aktualni-populacni-vyvoj-v-kostce>
- ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2014. „Husákovy“ versus „Havlovy děti“. ČSÚ [online] [accessed. 2023-10-19]. Available at: <https://www.czso.cz/csu/czso/52002e2055>
- DEAUX, K. and B. MAJOR. 1990. „A social psychological model of gender.“ In D. L. Rhode (ed.) *Theoretical perspectives on sexual difference*. New Haven: Yale University, p. 89–99
- DUŠEK, L., T. PAVLÍK, J. JARKOVSKÝ and J. KOPTÍKOVÁ, 2011. Analýza dat v neurologii XXIX. - Spolehlivost (reliabilita) klinických testů. *Ceska a Slovenska Neurologie a Neurochirurgie* [online]. (5). Available at: <https://is.muni.cz/publication/960973/cs/Analyza-dat-v-neurologii-XXIX-Spolehlivost-reliabilita-klinicky-testu/Dusek-Pavlik-Jarkovsky-Koptikova>
- EISNER, S. P., 2005. Managing Generation Y. *SAM Advanced Management Journal*. 70(01), 4–12. ISSN 0749-7075.
- ESS ERIC, 2023a. About ESS | European Social Survey [online]. Available at: <https://www.europeansocialsurvey.org/about-ess>
- ESS ERIC, 2023b. Methodology Overview | European Social Survey. *ESS* [online] [accessed. 2023-10-29]. Available at: <https://www.europeansocialsurvey.org/methodology/methodology-overview>
- ESS ERIC, [b.r.]. Search European Social Survey. *ESS ERIC* [online] [accessed. 2023-10-29]. Available at: <https://ess-search.nsd.no/en/study/172ac431-2a06-41df-9dab-c1fd8f3877e7>
- ETHICS UNWRAPPED, 2022. Values - ethics unwrapped. *Ethics Unwrapped* [online]. Available at: <https://ethicsunwrapped.utexas.edu/glossary/values>

- European Social Survey European Research Infrastructure (ESS ERIC), 2023a. ESS10 Questionnaires CZ. Available at: https://stessrelpubprodwe.blob.core.windows.net/data/round10/fieldwork/czechia/ESS10_questionnaires_CZ.pdf
- FIELD, A., 2009. *Discovering statistics using SPSS* (3rd ed). London: SAGE Publications.
- FISCHER, E., 1965. *Problémy mladé generace: bezmocnost nebo odpovědnost?* B.m.: Mladá fronta. ISBN 23-109-65
- FORBES, 2017. Tabulka generací - Boj o generace... *Forbes: speciál* [online]. Available at: <http://generace.forbes.cz/tabulka/>
- GARDINER, S., D. GRACE and C. KING, 2015. Is the Australian domestic holiday a thing of the past? Understanding baby boomer, Generation X and Generation Y perceptions and attitude to domestic and international holidays. *Journal of Vacation Marketing*. 21(04), 336–350. ISSN 1356-7667.
- GEEKSFORGEEKS, 2023. Human values concept and importance. *GeeksforGeeks* [online]. Available at: <https://www.geeksforgeeks.org/human-values-concept-importance/>
- GIDDENS, A., 2013. *Sociologie*. ISBN 728-80-257-0807-1
- HAKIM, C., 2003. *Models of the family in modern societies: Ideals and Realities*. Aldershot: Ashgate.
- HAMPLOVÁ, D. 2014. Sociologie rodiny. In ŠUBRT, J., *Soudobá sociologie VI Oblasti a specializace*. Praha: Karolinum, p. 9-20. ISBN: 978-80-246-2558-4.
- HECHTER, M., 1994. „The Role of Values in Rational Choice Theory.“ *Rationality and Society*, 6(3), 318-333.
- HOFSTEDE, G., 2001. *Culture's consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- HOWE, N. and W. STRAUSS, 2007. The next 20 years: how customer and workforce attitudes will evolve. *Harvard Business Review*., 85(07/08), 41 – 52. ISSN 0017-8012.
- IBM, 2024. *IBM documentation* [online]. Available at: <https://www.ibm.com/docs/en/spss-statistics/29.0.0?topic=plots-glm-options>
- IBM, [b.r.]. *IBM SPSS Statistics* [online] [accessed. 2023-10-29]. Available at: <https://www.ibm.com/products/spss-statistics>
- INGLEHART, R., 1977. *The Silent Revolution: Changing Values and Political Styles among Western Publics*. NJ: Princeton University Press.

- INGLEHART, R., 1990. *Culture Shift in Advanced Industrial Societies*. Princeton University Press: Princeton.
- JANDOUREK, J., 2012. *Slovník sociologických pojmů: 610 hesel*. Praha: Grada Publishing a.s.
- JELÍNKOVÁ, J., 2005. Typologie hodnot u vysokoškolských studentek. In: JELÍNKOVÁ, J., TYRLÍK, M. *Sborník prací filozofické fakulty brněnské univerzity* [online]. Brno: Brněnská univerzita [cit. 2023-10-30]. Available at: <https://hdl.handle.net/11222.digilib/114214>
- KABÁTEK, A., 2020. *Generace – Sociologická encyklopedie* [online] [accessed. 2023-10-25]. Available at: <https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Generace>
- KELLER, J., 2018. *Socializace – Sociologická encyklopedie* [online] [accessed. 2023-10-26]. Available at: <https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Socializace>
- KELLER, J., 2007. *Teorie modernizace*. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON). ISBN: 978-80-86429-66-3.
- KLÍMOVÁ CHALOUPKOVÁ, J. 2018. Rozdělení domácí práce a hodnocení jeho spravedlnosti v České republice: existují rozdíly mezi manželskými a nesezdanými páry? *Sociologický časopis / Czech Sociological Review*, 54(4), 593-624. Available at: <https://doi.org/10.13060/00380288.2018.54.4.415>
- KNIGHT, R., 2014. Managing people from 5 generations. *Harvard Business Review* [online]. [Accessed: 2016-06-28]. Available at: <https://hbr.org/2014/09/managing-people-from5-generations>. ISSN 0017-8012
- KOROTAYEV, A., E. SLINKO, K. MESHCHERINA and J. ZINKINA, 2019. Variation of Human Values and Modernization: Preliminary results. *Cross-Cultural Research* [online]. 54(2-3), p. 238-272. Available at: doi:10.1177/1069397119874781
- KUPPERSCHMIDT, B. R., 2000. Multigeneration employees: strategies for effective management. *The Health Care Manager*. 19(01), 65–76. ISSN 1525-5794.
- LEITER, M. P., N. J. JACKSON and K. SHAUGHNESSY, 2009. Contrasting burnout, turnover intention, control, value congruence and knowledge sharing between Baby Boomers and Generation X. *Journal of Nursing Management*. 17(01), 100 – 109. ISSN 1365-2834.
- LIBROVÁ, H., 2010. Individualisation from an Environmental Perspective: How Sociological Framing Alters Outlooks and Generates Questions. *Sociologický Časopis* [online]. 46(1), 125–152. Available at: doi:10.13060/00380288.2010.46.1.05

- MANNHEIM, K. 2007. Problém generací. *Sociální Studia* [online]. 4(1–2), 11–44. Available at: doi:10.5817/soc2007-1-2-11
- MARADA, R., 2007. Karl Mannheim: Sociologie generací. In: ŠUBRT, J. *Historická sociologie: teorie dlouhodobých vývojových procesů*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, p. 118-139. ISBN 978-80-7380-061-1
- MAREŠ, P. and L. RABUŠIC, 2015. Explorační faktorová analýz. In MAREŠ, P., L. RABUŠIC, and P. SOUKUP. *Analýza sociálněvědních dat (nejen) v SPSS* (p. 375-400). Brno: Masarykova univerzita.
- MC CRINDLE, M., 2014. *The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations*. Bella Vista: McCrindle Research Pty Ltd. ISBN: 9780992483906
- MEDIAGURU, 2020. Baby Boomers milují Nokii, generace Z zase Apple. *MediaGuru.cz* [online] [accessed. 2023-10-30]. Available at: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2020/11/baby-boomers-miluji-nokii-generace-z-zase-apple/>
- MILES, A., 2015. The (Re)genesis of Values. *American Sociological Review* [online]. 80(4), 680–704. Available at: doi:10.1177/0003122415591800
- MONDAL, P., 2013. The Meaning and Functions of Social Values | Sociology. *Your Article Library* [online] [accessed. 2023-10-28]. Available at: <https://www.yourarticlelibrary.com/sociology/the-meaning-and-functions-of-social-values-sociology/8522>
- MUSIL, J., 2000. „Hodnoty české společnosti.“ Sborník podkladů pro Vizi rozvoje České republiky. Úřad vlády ČR, Rada vlády České republiky pro sociální a ekonomickou strategii.
- OFFICE OF THE HIGH COMMISSIONER FOR HUMAN RIGHTS, 2010. Human Rights as universal values: Address by Ms. Navi Pillay United Nations High Commissioner for Human Rights. *United Nations* [online] [accessed. 2023-10-23]. Available at: <https://www.ohchr.org/en/statements/2010/12/human-rights-universal-values-address-ms-navi-pillay-united-nations-high>
- PETRUSEK, M., 1996. *Velký sociologický slovník*. Praha: Karolinum. ISBN 80-7184-310-5.
- PRINCE-GIBSON, E. and S. H. SCHWARTZ. 1998. Value priorities and gender. *Social Psychology Quarterly* [online]. 61(1), 49–67. Available at: doi:10.2307/2787057
- PRUDKÝ, L. 2009. *Inventura hodnot: výsledky sociologických výzkumů hodnot ve společnosti České republiky*. Praha: Academia. ISBN 978-80-200-1751-2.

- RABUŠIC, L. and J. HAMANOVÁ, 2009. *Hodnoty a postoje v ČR 1991 - 2008: (pramenná publikace European Values Study)*. FSS MU: Brno.
- RABUŠIC, L., P. SOUKUP and P. MAREŠ, 2019. *Statistická analýza sociálněvědních dat (prostřednictvím SPSS)*. Brno: Masarykova univerzita.
- RAUDENSKÁ, P. 2020. *Hodnotové orientace učitelů v České republice a napříč Evropou*. Available at: <https://pages.pedf.cuni.cz/nedostatekucitelu/files/2021/02/Zprava-Hodnotove-orientace-ucitelu-uvodni-studie.pdf>
- ROKEACH, M. 1976. „The Nature of Human Values and Value Systems." In E. P. Hollander, R. G. Hunt (eds). *Current Perspectives in Social Psychology*. New York: Oxford University Press.
- ROKEACH, M., 1973. *The Nature of Human Values*. New York: Free Press.
- RYCHTAŘÍKOVÁ, J., 2002. „Minulá a současná diferenciacie reprodukce v Evropě.“ In Z. Mansfeldová, and M. Tuček, (ed.): *Současná česká společnost*. Praha: SOU AV ČR, p. 107-126.
- ŘEHÁKOVÁ, B. 2006. Measuring Value Orientations with the Use of S. H. Schwartz's Value Portraits. *Sociologický časopis / Czech Sociological Review*, 42(1), p. 107-128.
- SAK, P., 2012. *Generace a její vztah ke společnosti a ke společenskému vývoji: Teoreticko analytická studie ke kategorii generace a jejího vztahu ke společnosti a společenskému vývoji* [online]. [cit. 2023-10-16]. Available at: http://insoma.cz/1_9.pdf. ASOV
- SAK, P. and K. SAKOVÁ. 2004. *Mládež na křižovatce*. Praha: Svoboda Servis. ISBN 80-86320-33-2.
- SCHOLL-SCHAAF, M., 1975. *Werthaltung und Wertsystem: ein Plädoyer für die Verwendung des Wertkonzepts in der Sozialpsychologie*. Bonn: Bouvier.
- SCHWARTZ, S. H., 2012. An overview of the Schwartz Theory of basic values. *Online Readings in Psychology and Culture* [online]. 2(1). Available at: doi:10.9707/2307-0919.1116
- SCHWARTZ, S. H., 2001. *Basic Human Values: Theory, Methods, and Applications* [online]. [cit. 2023-10-30]. Available at: <http://www.yourmorals.org/schwartz.2006.basic%20human%20values.pdf>
- SCHWARTZ, S. H., 1992. „Universals in the Content and Structure of Values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries.“ In: *Advances in Experimental Social Psychology* [online]. New York: Academic Press, p. 1–65. Available at: doi:10.1016/s0065-2601(08)60281-6

- SCHWARTZ, S. H. and W. BILSKY, 1987. Toward a universal psychological structure of human values. *Journal of Personality and Social Psychology* [online]. 53(3), 550–562. Available at: doi:10.1037/0022-3514.53.3.550
- STUENKEL, D. L., K. DE LA CUESTA and J. COHEN, 2005. The multi-generational nursing work force; essential differences in perception of work environment. *Journal of Nursing Administration*. 35(06), 283–285. ISSN 0002-0443.
- ŠŤASTNÁ, A., and J. PALONCYOVÁ. 2011. První partnerská soužití českých žen a mužů a rostoucí význam kohabitací. *Gender a výzkum / Gender and Research* [online]. 12(2), 16–20. Available at: <https://www.genderonline.cz/pdfs/gav/2011/02/02.pdf>
- TABER, K. S., 2017. The use of Cronbach’s Alpha when developing and reporting research instruments in science education. *Research in Science Education* [online]. 48(6), 1273–1296. Available at: doi:10.1007/s11165-016-9602-2
- TAVAKOL, M. and R. DENNICK, 2011. Making sense of Cronbach’s alpha. *International Journal of Medical Education* [online]. 2, 53–55. Available at: doi:10.5116/ijme.4dfb.8dfd
- THE EQUALITY AND HUMAN RIGHTS COMMISSION, 2019. What are human rights? *Equality and Human Rights Commission* [online] [accessed. 2023-10-23]. Available at: <https://www.equalityhumanrights.com/en/human-rights/what-are-human-rights>
- UNITED NATIONS, [b.r.]. Universal Declaration of Human Rights. *United Nations* [online] [accessed. 2023-10-23]. Available at: <https://www.un.org/en/about-us/universal-declaration-of-human-rights>
- VAN DETH, J. W., 1995. „Introduction: The Impact of Values“. In J. W. van Deth and E. Scarbrough (eds.): *The Impact of Values. Beliefs in Government Volume Four*. Oxford University Press, p. 1-18.
- VELEHRADSKÝ, A., 1978. *Hodnocení a hodnoty v činnosti člověka*. Praha: Nakladatelství Svoboda.
- VLACHOVÁ K., 2006. Úvodem k tematickému bloku The European Social Survey (ESS). *Sociologický Časopis / Czech Sociological Review*, 42(1), 8–10. Available at: <http://www.jstor.org/stable/41132257>
- WIECK, K. L., 2005. Generational approaches to current nursing issues: how younger and older nurses can coexist. *The Oklahoma Nurse*. 50(01), 16–19. ISSN 0030-1787.
- ZEMKE, R., C. RAINES and B. FILIPCZAK, 2000. *Generations at Work: Managing the Clash of Veterans, Boomers, Xers, and Nexters in Your Workplace*. 1st ed. New York: Amacom. 288 p. ISBN 978-0-8144-0480-5

ZICH, F., and P. ANÝŽOVÁ, 2016. *Konfrontace hodnot v pozdní modernitě: Česko a Hlučínsko v evropském kontextu*. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON). ISBN: 978-80-7419-241-8.

Zdroj dat

European Social Survey European Research Infrastructure (ESS ERIC), 2023b. ESS10 integrated file, edition 3.1 [Data set]. Sikt - Norwegian Agency for Shared Services in Education and Research. https://doi.org/10.21338/ess10e03_1

8 Seznam obrázků a tabulek

8.1 Seznam obrázků

Obrázek 1: Teoretický model vztahů mezi deseti motivačními typy hodnot42

8.2 Seznam tabulek

Tabulka 1: Rozložení proměnné generace, pohlaví a generace dle pohlaví.....	18
Tabulka 2: Deklarování hodnoty konzervatismu dle generací.....	52
Tabulka 3: Dvoufaktorová ANOVA pro testování hodnoty otevřenosti ke změně.....	53
Tabulka 4: Výstup dvoufaktorové analýzy rozptylu pro testování hodnoty otevřenosti ke změně bez interakce.....	54
Tabulka 5: Dvoufaktorová ANOVA pro testování hodnoty orientace na úspěch.....	54
Tabulka 6: Dvoufaktorová ANOVA pro testování hodnoty orientace na úspěch bez interakce.....	55
Tabulka 7: Výstup dvoufaktorové analýzy rozptylu pro testování hodnoty orientace na úspěch a generace.....	56
Tabulka 8: Dvoufaktorová ANOVA pro testování hodnoty orientace na druhé.....	57
Tabulka 9: Dvoufaktorová ANOVA pro testování hodnoty orientace na druhé bez interakce.....	57
Tabulka 10: Dvoufaktorová ANOVA pro testování hodnoty orientace na druhé s proměnnou pohlaví.....	58
Tabulka 11: Dvoufaktorová ANOVA pro testování hodnoty konzervatismu.....	59
Tabulka 12: Dvoufaktorová ANOVA pro testování hodnoty konzervatismu bez interakce..	60
Tabulka 13: Deklarované hodnoty orientace na druhé dle generací.....	64
Tabulka 14: Deklarované hodnoty otevřenost ke změně dle generací.....	66
Tabulka 15: Deklarované hodnoty orientace na úspěch dle generací.....	67

9 Přílohy

Příloha A: Tabulka tazatele pro záznam pohlaví a roku narození respondenta a jeho domácnosti.....	87
Příloha B: Zadání otázky týkající se hodnotových orientací (ve znění pro respondenta – muže).....	87
Příloha C: Znění jednotlivých hodnotových portrétů (ve znění pro respondenta – muže)....	88
Příloha D: Definice hodnotových typů a jejich hlavních motivačních cílů.....	89
Příloha E: Matice vzájemných korelací zkoumaných položek (část 1).....	90
Příloha F: Matice vzájemných korelací zkoumaných položek (část 2).....	91
Příloha G: Tabulka komunalit.....	92
Příloha H: Faktorová analýza hodnotových profilů (nerotované řešení).....	93
Příloha I: Faktorová analýza hodnotových profilů (rotované řešení).....	94

Příloha A: Tabulka tazatele pro záznam pohlaví a roku narození respondenta a jeho domácnosti

TABULKA DOMÁCNOSTI

Uspořádejte sestupně podle věku (Od nejstaršího)→Osoba	01 (respondent)	02	03	04	05	06
Nepovinné: Jméno či iniciály
F2 Pohlaví						
muž	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1
žena	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 2
F3 Rok narození (Vypište:)						
F4 Příbuzenský vztah						
Manžel(ka) /partner(ka)		<input type="checkbox"/> 01	<input type="checkbox"/> 01	<input type="checkbox"/> 01	<input type="checkbox"/> 01	<input type="checkbox"/> 01
Syn /dcera (včetně nevlastních, adoptovaných, dětí v pěstounské péči a dětí partnera)		<input type="checkbox"/> 02	<input type="checkbox"/> 02	<input type="checkbox"/> 02	<input type="checkbox"/> 02	<input type="checkbox"/> 02
Rodič, tchán /tchyně, rodič partnera, nevlastní rodič		<input type="checkbox"/> 03	<input type="checkbox"/> 03	<input type="checkbox"/> 03	<input type="checkbox"/> 03	<input type="checkbox"/> 03
Bratr/sestra (včetně nevlastních, adoptovaných, v pěstounské péči)		<input type="checkbox"/> 04	<input type="checkbox"/> 04	<input type="checkbox"/> 04	<input type="checkbox"/> 04	<input type="checkbox"/> 04
Ostatní příbuzní		<input type="checkbox"/> 05	<input type="checkbox"/> 05	<input type="checkbox"/> 05	<input type="checkbox"/> 05	<input type="checkbox"/> 05
Ostatní nepříbuzní		<input type="checkbox"/> 06	<input type="checkbox"/> 06	<input type="checkbox"/> 06	<input type="checkbox"/> 06	<input type="checkbox"/> 06
(NENABÍZEJTE: Nevi)		<input type="checkbox"/> 08	<input type="checkbox"/> 08	<input type="checkbox"/> 08	<input type="checkbox"/> 08	<input type="checkbox"/> 08

Osoba	07	08	09	10	11	12
Nepovinné: Jméno či iniciály
F2 Pohlaví						
muž	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1
žena	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 2
F3 Rok narození (Vypište:)						
F4 Příbuzenský vztah						
Manžel(ka) /partner(ka)	<input type="checkbox"/> 01	<input type="checkbox"/> 01	<input type="checkbox"/> 01	<input type="checkbox"/> 01	<input type="checkbox"/> 01	<input type="checkbox"/> 01
Syn /dcera (včetně nevlastních a adoptovaných, dětí v pěstounské péči a dětí partnera)	<input type="checkbox"/> 02	<input type="checkbox"/> 02	<input type="checkbox"/> 02	<input type="checkbox"/> 02	<input type="checkbox"/> 02	<input type="checkbox"/> 02
Rodič, tchán /tchyně, rodič partnera, nevlastní rodič	<input type="checkbox"/> 03	<input type="checkbox"/> 03	<input type="checkbox"/> 03	<input type="checkbox"/> 03	<input type="checkbox"/> 03	<input type="checkbox"/> 03
Bratr/sestra (včetně nevlastních, adoptovaných, v pěstounské péči)	<input type="checkbox"/> 04	<input type="checkbox"/> 04	<input type="checkbox"/> 04	<input type="checkbox"/> 04	<input type="checkbox"/> 04	<input type="checkbox"/> 04
Ostatní příbuzní	<input type="checkbox"/> 05	<input type="checkbox"/> 05	<input type="checkbox"/> 05	<input type="checkbox"/> 05	<input type="checkbox"/> 05	<input type="checkbox"/> 05
Ostatní nepříbuzní	<input type="checkbox"/> 06	<input type="checkbox"/> 06	<input type="checkbox"/> 06	<input type="checkbox"/> 06	<input type="checkbox"/> 06	<input type="checkbox"/> 06
(NENABÍZEJTE: Nevi)	<input type="checkbox"/> 08	<input type="checkbox"/> 08	<input type="checkbox"/> 08	<input type="checkbox"/> 08	<input type="checkbox"/> 08	<input type="checkbox"/> 08

Zdroj: European Social Survey European Research Infrastructure (ESS ERIC), 2023a

Příloha B: Zadání otázky týkající se hodnotových orientací (ve znění pro respondenta – muže)

H1: Nyní Vám stručně popíši určité lidi. Vyslechněte si prosím každý popis a řekněte mi, jak moc se Vám daná osoba podobá či nepodobá.

Velmi se mi podobá	01
Podobá se mi	02
Podobá se mi trochu	03
Podobá se mi málo	04
Nepodobá se mi	05
Vůbec se mi nepodobá	06
(Odmítl(a))	77
(Nevím)	88

Zdroj: European Social Survey European Research Infrastructure (ESS ERIC), 2023a

Příloha C: Znění jednotlivých hodnotových portrétů (ve znění pro respondenta – muže)

A	Promýšlení nových myšlenek a tvořivost jsou pro něho důležité. Rád dělá věci svým vlastním originálním způsobem.
B	Je pro něj důležité, aby byl bohatý. Chce mít hodně peněz a drahé věci
C	Myslí si, že je důležité, aby se s každým člověkem na světě zacházelo stejně. Věří, že každý by měl mít v životě stejné příležitosti.
D	Je pro něj důležité předvádět své schopnosti. Chce, aby lidé obdivovali, co dělá.
E	Je pro něj důležité žít v bezpečném prostředí. Vyhýbá se všemu, co by mohlo ohrozit jeho bezpečnost.
F	Má rád překvapení a vždy vyhledává nové aktivity. Myslí si, že je důležité v životě dělat mnoho různých věcí
G	Věří, že lidé by měli dělat to, co se jim řekne. Myslí si, že lidé by měli dodržovat pravidla vždy, dokonce i když je nikdo nepozoruje.
H	Je pro něj důležité naslouchat lidem, kteří jsou jiní než on. I když s nimi nesouhlasí, chce jim porozumět.
I	Je pro něj důležité být pokorný a skromný. Nesnaží se přitahovat na sebe pozornost.
J	Je pro něj důležité užívat si života. Rád si dopřává.
K	Je pro něj důležité, aby si sám rozhodoval o tom, co dělá. Má rád svobodu a nezávislost na druhých.
L	Je pro něj velmi důležité pomáhat lidem kolem sebe. Chce se starat o jejich blaho.
M	Je pro něj důležité být velmi úspěšný. Doufá, že lidé ocení, čeho dosáhl.
N	Je pro něj důležité, aby mu vláda zajistila bezpečí před všemi hrozbami. Chce, aby byl stát silný tak, aby mohl chránit své občany.
O	Vyhledává dobrodružství a rád riskuje. Chce mít vzrušující život.
P	Je pro něj důležité, aby se vždy choval spořádaně. Chce se vyhnout všemu, o čem by lidé řekli, že je špatné.
Q	Je pro něj důležité, aby ho lidé respektovali. Chce, aby lidé dělali, co jim řekne.
R	Je pro něj důležité být loajální k přátelům. Chce se věnovat lidem, kteří jsou mu blízcí.
S	Pevně věří, že by se lidé měli starat o přírodu. Péče o životní prostředí je pro něj důležitá.
T	Tradice je pro něj důležitá. Snaží se dodržovat zvyky, které se předávají v jeho náboženství nebo v jeho rodině.
U	Vyhledává každou příležitost, aby se pobavil. Je pro něj důležité dělat věci, které mu přinášejí potěšení.

Zdroj: European Social Survey European Research Infrastructure (ESS ERIC), 2023a

Příloha D: Definice hodnotových typů a jejich hlavních motivačních cílů

Benevolence (benevolence)	Zájem o zachování a zvětšení prosperity lidí, se kterými jsme v každodenním kontaktu
Bezpečnost (security)	Vlastní bezpečnost, harmonie, stabilita, bezpečnost společnosti a vztahů, vyplývá ze základních individuálních a skupinových požadavků
Konformismus (conformity)	Sebekázeň v zálibách, jednání a popudech, nepřekračování norem a společenských očekávání
Moc (power)	Dosažení sociálního statusu a prestiže, dominance a kontrola nad lidmi a zdroji, zaměření na společenskou vážnost, dosažení a uchování dominantní pozice v obecnějším sociálním systému
Požitekárství (hedonism)	Požitek, rozkoš, smyslové uspokojení a potřeba potěšení na základě jeho uspokojování
Samostatnost (self-direction)	Nezávislost myšlení a jednání, tvořivost, zvědavost, potřeba kontroly a nezávislosti
Stimulace (stimulation)	Vzrušení, novinky, výzvy, potřeba pestrosti a mnohotvárnosti podnětů
Tradice (tradition)	Symboly a zvyky prezentující sdílenou zkušenost dané společnosti, respekt, oddanost, přijetí zvyků a ideálů dané společnosti
Univerzalizmus (universalism)	Pochopení, uznání, tolerování a ochrana životního prostředí a lidského blahobytu, odvozeno z požadavku zajištění přežití
Úspěch (achievement)	Osobní úspěch hodnocen podle sociálních standardů, kompetentní vystupování a úspěšné společenské schopnosti

Zdroj: Volně dle Sagiv a Schwartz (1995) a Řehákové (2006)

Příloha E: Matice vzájemných korelací zkoumaných položek (část I)

Correlation	Important to think new ideas and being creative	Important to be rich, have money and expensive things	Important that people are treated equally and have equal opportunities	Important to show abilities and be admired	Important to live in secure and safe surroundings	Important to try new and different things in life	Important to do what is told and follow rules	Important to understand different people	Important to be humble and modest, not draw attention	Important to have a good time
Important to think new ideas and being creative	1,000	,206	,244	,313	,109	,403	,039	,221	,028	,280
Important to be rich, have money and expensive things	,206	1,000	-,052	,386	,091	,242	,113	-,087	-,138	,227
Important that people are treated equally and have equal opportunities	,244	-,052	1,000	,169	,292	,192	,088	,373	,227	,166
Important to show abilities and be admired	,313	,386	,169	1,000	,241	,352	,161	,108	,001	,257
Important to live in secure and safe surroundings	,109	,091	,292	,241	1,000	,105	,229	,184	,271	,097
Important to try new and different things in life	,403	,242	,192	,352	,105	1,000	,099	,238	,028	,369
Important to do what is told and follow rules	,039	,113	,088	,161	,229	,099	1,000	,181	,200	-,029
Important to understand different people	,221	-,087	,373	,108	,184	,238	,181	1,000	,293	,193
Important to be humble and modest, not draw attention	,028	-,138	,227	,001	,271	,028	,200	,293	1,000	,024
Important to have a good time	,280	,227	,166	,257	,097	,369	-,029	,193	,024	1,000
Important to make own decisions and be free	,304	,097	,278	,208	,201	,289	,032	,255	,089	,332
Important to help people and care for others well-being	,243	-,077	,404	,152	,265	,244	,125	,439	,290	,219
Important to be successful and that people recognise achievements	,309	,402	,111	,553	,204	,347	,182	,119	,008	,280
Important that government is strong and ensures safety	,147	,105	,291	,224	,453	,156	,240	,218	,233	,125
Important to seek adventures and have an exciting life	,300	,350	,047	,303	-,080	,458	,010	,081	-,116	,385
Important to behave properly	,077	,017	,209	,167	,342	,073	,347	,242	,340	,044
Important to get respect from others	,180	,288	,084	,411	,252	,191	,235	,094	,104	,168
Important to be loyal to friends and devote to people close	,223	-,065	,380	,156	,265	,210	,108	,392	,235	,248
Important to care for nature and environment	,230	-,059	,346	,139	,260	,219	,114	,354	,247	,166
Important to follow traditions and customs	,066	,051	,129	,148	,309	,085	,245	,126	,229	,001
Important to seek fun and things that give pleasure	,285	,239	,146	,279	,067	,416	,034	,162	-,013	,482

Zdroj: European Social Survey European Research Infrastructure (ESS ERIC), 2023b (N=2043)

Příloha F: Matice vzájemných korelací zkoumaných položek (část 2)

Correlation		Important to make own decisions and be free	Important to help people and care for others well-being	Important to be successful and that people recognise achievements	Important that government is strong and ensures safety	Important to seek adventures and have an exciting life	Important to behave properly	Important to get respect from others	Important to be loyal to friends and devote to people close	Important to care for nature and environment	Important to follow traditions and customs	Important to seek fun and things that give pleasure
	Important to think new ideas and being creative	,304	,243	,309	,147	,300	,077	,180	,223	,230	,066	,285
	Important to be rich, have money and expensive things	,097	-,077	,402	,105	,350	,017	,288	-,065	-,059	,051	,239
	Important that people are treated equally and have equal opportunities	,278	,404	,111	,291	,047	,209	,084	,380	,346	,129	,146
	Important to show abilities and be admired	,208	,152	,553	,224	,303	,167	,411	,156	,139	,148	,279
	Important to live in secure and safe surroundings	,201	,265	,204	,453	-,080	,342	,252	,265	,260	,309	,067
	Important to try new and different things in life	,289	,244	,347	,156	,458	,073	,191	,210	,219	,085	,416
	Important to do what is told and follow rules	,032	,125	,182	,240	,010	,347	,235	,108	,114	,245	,034
	Important to understand different people	,255	,439	,119	,218	,081	,242	,094	,392	,354	,126	,162
	Important to be humble and modest, not draw attention	,089	,290	,008	,233	-,116	,340	,104	,235	,247	,229	-,013
	Important to have a good time	,332	,219	,280	,125	,385	,044	,168	,248	,166	,001	,482
	Important to make own decisions and be free	1,000	,330	,260	,235	,227	,114	,180	,323	,288	,087	,275
	Important to help people and care for others well-being	,330	1,000	,208	,303	,086	,286	,157	,520	,404	,241	,200
	Important to be successful and that people recognise achievements	,260	,208	1,000	,269	,364	,179	,429	,167	,175	,174	,314
	Important that government is strong and ensures safety	,235	,303	,269	1,000	,029	,345	,261	,307	,326	,318	,141
	Important to seek adventures and have an exciting life	,227	,086	,364	,029	1,000	-,038	,187	,088	,068	-,031	,448
	Important to behave properly	,114	,286	,179	,345	-,038	1,000	,319	,293	,264	,340	,051
	Important to get respect from others	,180	,157	,429	,261	,187	,319	1,000	,197	,156	,266	,156
	Important to be loyal to friends and devote to people close	,323	,520	,167	,307	,088	,293	,197	1,000	,423	,231	,225
	Important to care for nature and environment	,288	,404	,175	,326	,068	,264	,156	,423	1,000	,253	,163
	Important to follow traditions and customs	,087	,241	,174	,318	-,031	,340	,266	,231	,253	1,000	,088
	Important to seek fun and things that give pleasure	,275	,200	,314	,141	,448	,051	,156	,225	,163	,088	1,000

Zdroj: European Social Survey European Research Infrastructure (ESS ERIC), 2023b (N=2043)

Příloha G: Tabulka komunalit

Communalities	Initial	Extraction
A-Important to think new ideas and being creative	1,000	,375
B-Important to be rich, have money and expensive things	1,000	,549
C-Important that people are treated equally and have equal opportunities	1,000	,427
D-Important to show abilities and be admired	1,000	,538
E-Important to live in secure and safe surroundings	1,000	,439
F-Important to try new and different things in life	1,000	,493
G-Important to do what is told and follow rules	1,000	,347
H-Important to understand different people	1,000	,458
I-Important to be humble and modest, not draw attention	1,000	,370
J-Important to have a good time	1,000	,469
K-Important to make own decisions and be free	1,000	,377
L-Important to help people and care for others well-being	1,000	,556
M-Important to be successful and that people recognise achievements	1,000	,582
N-Important that government is strong and ensures safety	1,000	,438
O-Important to seek adventures and have an exciting life	1,000	,557
P-Important to behave properly	1,000	,495
Q-Important to get respect from others	1,000	,493
R-Important to be loyal to friends and devote to people close	1,000	,522
S-Important to care for nature and environment	1,000	,441
T-Important to follow traditions and customs	1,000	,380
U-Important to seek fun and things that give pleasure	1,000	,473

Zdroj: European Social Survey European Research Infrastructure (ESS ERIC), 2023b (N=2043)

Příloha H: Faktorová analýza hodnotových profilů (nerotované řešení)

Component Matrix	Component			
	1	2	3	4
A-Important to think new ideas and being creative	,512			
B-Important to be rich, have money and expensive things		,555		
C-Important that people are treated equally and have equal opportunities	,512			
D-Important to show abilities and be admired	,554			
E-Important to live in secure and safe surroundings	,495			
F-Important to try new and different things in life	,560			
G-Important to do what is told and follow rules			,444	,490
H-Important to understand different people	,514			
I-Important to be humble and modest, not draw attention		-,516		
J-Important to have a good time	,491			
K-Important to make own decisions and be free	,541			
L-Important to help people and care for others well-being	,612			
M-Important to be successful and that people recognise achievements	,587			
N-Important that government is strong and ensures safety	,558			
O-Important to seek adventures and have an exciting life		,625		
P-Important to behave properly	,471	-,404		
Q-Important to get respect from others	,503		,478	
R-Important to be loyal to friends and devote to people close	,601			
S-Important to care for nature and environment	,555			
T-Important to follow traditions and customs	,402			,051
U-Important to seek fun and things that give pleasure	,500	,424		

Zdroj: European Social Survey European Research Infrastructure (ESS ERIC), 2023b (N=2043)

Příloha I: Faktorová analýza hodnotových profilů (rotované řešení)

Pattern Matrix	Component			
	1	2	3	4
A-Important to think new ideas and being creative		,423		
B-Important to be rich, have money and expensive things			,601	
C-Important that people are treated equally and have equal opportunities	,704			
D-Important to show abilities and be admired			,630	
E-Important to live in secure and safe surroundings			,497	
F-Important to try new and different things in life		,675		
G-Important to do what is told and follow rules				,782
H-Important to understand different people	,462			
I-Important to be humble and modest, not draw attention				,554
J-Important to have a good time		,593		
K-Important to make own decisions and be free	,563			
L-Important to help people and care for others well-being	,648			
M-Important to be successful and that people recognise achievements			,599	
N-Important that government is strong and ensures safety			,459	
O-Important to seek adventures and have an exciting life		,775		
P-Important to behave properly				,635
Q-Important to get respect from others			,580	
R-Important to be loyal to friends and devote to people close	,656			
S-Important to care for nature and environment	,617			
T-Important to follow traditions and customs				,434
U-Important to seek fun and things that give pleasure		,677		

Zdroj: European Social Survey European Research Infrastructure (ESS ERIC), 2023b (N=2043)