



Pedagogická  
fakulta  
Faculty  
of Education

Jihočeská univerzita  
v Českých Budějovicích  
University of South Bohemia  
in České Budějovice

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Pedagogická fakulta

Katedra společenských věd

Diplomová práce

**Politická participace a občanská angažovanost**

**generace Z**

*Political participation and civic engagement*

*of generation Z*

Vypracoval: Bc. Jan Morava

Vedoucí práce: Mgr. Marek Šebeš, Ph.D.

České Budějovice 2023

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že svoji diplomovou práci jsem vypracoval samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své diplomové práce, a to v nezkrácené podobě – v úpravě vzniklé vypuštěním vyznačených částí archivovaných Pedagogickou fakultou elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích dne 7. 7. 2023

.....

Bc. Jan Morava

## **Poděkování**

Chtěl bych poděkovat panu Mgr. Markovi Šebešovi, Ph.D., za pomoc, cenné rady a profesionální vedení této diplomové práce. Dále děkuji všem studentům a žákům, kteří se účastnili kvalitativního šetření, jejich učitelům, kteří umožnili kontakt s nimi a jejich rodičům za souhlas k tomuto výzkumu.

## **Anotace**

Diplomová práce se zaměřuje na politickou participaci a občanskou angažovanost generace Z. Práce si klade za cíl porozumět tomu, jak se mladí lidé aktivně zapojují v politickém a společenském dění, a identifikovat témata, která je zajímají. Současně zkoumá vliv sociálních sítí na formování občanských hodnot a postojů této generace v kontextu měnícího se pojetí občanství ve 21. století. Teoretická část se zabývá koncepty politické participace, občanské angažovanosti a politické socializace. Zohledňuje také měnící se pojetí občanství, které je provázáno změnou konzumace zpravodajství. Důraz je zaměřen na generaci Z, která je v tomto kontextu popisována a zkoumána. Praktická část práce využívá kvalitativní výzkum formou polostrukturovaných rozhovorů a focus group se studenty základních a středních škol. Cílem je získat informace o demokratických hodnotách respondentů, o jejich zájmu a angažovanosti ve veřejném životě. Dále zkoumá, jak sociální sítě ovlivňují vnímání politických zpráv a jaké je uplatnění rodiny, přátel a školního prostředí při formování občanských hodnot této generace. Výsledky této práce mohou přispět k většímu porozumění aktivního občanství generace Z.

**Klíčová slova:** Generace Z, politická participace, občanská angažovanost, proměna občanství ve 21. století, sociální sítě, kvalitativní výzkum

## **Annotation**

The thesis focuses on political participation and civic engagement of Generation Z. The thesis aims to understand how young people are actively involved in political and social events and to identify the topics that interest them. At the same time, it explores the influence of social networks on the formation of civic values and attitudes of this generation in the context of changing citizenship in the 21<sup>st</sup> century. The theoretical part deals with concepts of political participation, civic engagement, and political socialization. It also takes of citizenship, which is accompanied by a change in the consumption of news. The focus is on Generation Z, which is described and examined in this context. The practical part of the thesis uses qualitative research in the form of semi-structured interviews and focus groups with primary and secondary school students. The aim is to gain information about respondents' democratic values and interest in public participation. It also explores how social networks influence the perception of political messages and the role of family, friends, and the school environment in shaping the civic values of this generation. The results of this work can contribute to a greater understanding of Generation Z's active citizenship.

**Keywords:** Generation Z, political participation, civic engagement, changing citizenship in the 21<sup>st</sup> century, social networks, qualitative research

# Obsah

Úvod .....	8
<b>Teoretická část .....</b>	<b>10</b>
<b>1 Aktivní občanství v demokratické společnosti.....</b>	<b>10</b>
1.1 Občanská společnost.....	10
1.2 Politická participace a občanská angažovanost .....	12
1.3 Občanská a politická socializace .....	15
1.4 Měníci se pojetí občanství .....	17
<b>2 Role médií a aktivní občanství.....</b>	<b>19</b>
2.1 Média v globálním světě.....	19
2.2 Změna aktivního občanství způsobena internetem a sociálními sítěmi .....	20
2.3 Konzumace zpravodajství v digitálním světě.....	22
<b>3 Generace Z .....</b>	<b>24</b>
3.1 Vymezení pojmu generace .....	24
3.2 Generace Z.....	26
3.3 Gen Z a život v on-line světě.....	28
3.4 Gen Z a aktivní občanství .....	31
<b>Praktická část.....</b>	<b>34</b>
<b>4 Metodologie .....</b>	<b>34</b>
4.1 Cíl a metodologie.....	34
4.2 Kvalitativní výzkum .....	35
4.3 Metody výzkumu .....	37
4.4 Výběr respondentů.....	38
<b>5 Výzkumná část.....</b>	<b>40</b>
5.1 Tvorba výzkumných otázek a okruhů .....	40
5.2 Charakteristika respondentů .....	42
5.3 Průběh, zpracování rozhovorů a kategorizace.....	43
5.4 Analýza dat .....	45
5.4.1 Identita Gen Z.....	45

5.4.2	Gen Z a demokratické hodnoty .....	47
5.4.3	Gen Z a zájem nejen o politiku .....	51
5.4.4	Gen Z a participace / angažovanost .....	55
5.5	Závěrečné shrnutí .....	62
<b>Závěr</b>	.....	<b>66</b>
<b>Literatura a zdroje</b>	.....	<b>68</b>
<b>Přílohy</b>	.....	<b>76</b>

## Úvod

Občanská angažovanost a politická participace patří v dnešní době k nejdůležitějším tématům, která se týkají naší občanské společnosti. Projevem fungující demokracie je, že se občané chtějí aktivně zapojovat do veřejného dění a informovat se o něm. Současné proměny v oblasti aktivního zapojení mladých lidí otevírají nové otázky, a to, zda se mladší generace zajímá více či méně o občanství. Ve společnosti se objevují názory, že mladší lidé jsou lhostejnými a méně angažovanými občany než starší generace, ale je tomu opravdu tak?

Realita není tak černobílá, jak se zdá. Mladí lidé z tzv. generace Z se stávají stále aktivnějšími účastníky společenského a politického dění, což je z velké části podníceno novými možnostmi moderních technologií a sociálních sítí. Tato skutečnost vyvolává potřebu důkladněji prozkoumat a porozumět těmto novým možnostem, které ovlivňují jejich angažovanost a participaci. Právě generace Z sehrává významnou roli v dnešní společnosti. Jejich aktivita a účast na politice jsou klíčovými faktory při utváření současnosti, ale hlavně budoucnosti, která pro řadu mladých lidí představuje výzvy. Je důležité se zaměřit na důvody jejich motivací k angažovanosti. Proto bude hlavním cílem této práce objasnit, jak mladí lidé aktivně participují v politickém a společenském dění a identifikovat témata, která je zajímají. Zároveň bude zkoumán vliv sociálních sítí na tuto mladou generaci a formování jejich občanských hodnot a postojů v souvislosti se zapojením do veřejného života.

Diplomová práce je rozdělena na dvě části, teoretickou a praktickou. V teoretické části se zaměříme na aktivní občanství v demokratické společnosti. Definiujeme termín občanská společnost a budeme se soustředit na různé koncepce politické participace a občanské angažovanosti. Pozornost budeme dále věnovat procesu politické socializace, která nám nastíní různé determinanty určující účast na politice a aktivní zapojení lidí, a také měnící se pojetí občanství, které je velkou měrou ovlivněno nástupem digitálních médií. Též není opomenuta role těchto médií v participaci občanů. Objasníme vliv internetu, sociálních sítí a konzumace zpravodajství při utváření občanských a politických hodnot a postojů. V závěru teoretické části vysvětlíme pojem generace Z a důkladněji prozkoumáme vliv sociálních sítí, které jsou významným faktorem ve formování její identity a občanských hodnot. Dále se zaměříme na aktivní angažovanost



této generace v politickém a společenském dění, abychom lépe porozuměli jejímu přístupu k současnému společenskému kontextu.

Teoretická část práce vychází ze studia české a zahraniční odborné literatury, která se zaměřuje na širokou škálu nejen aspektů politické participace a občanské angažovanosti, ale i na další oblasti formování politických hodnot. Významnými autory v této oblasti jsou například Ekman a Amnå nebo van Deth. Rovněž jsou zkoumány oblasti politické socializace a proměňujícího se pojetí občanství, kde je relevantním zdrojem práce autora Bennetta nebo odborné publikace *Občanství a politická participace v České republice* od kolektivu autorů Linek et al. (2017) a *Češi a demokracie v digitální době* od Šaradína et al. (2021). Stěženy díly jsou poté *Youth Civic Engagement in a Globalized World* od Brooma (2017) nebo *Generational Gaps in Political Media Use and Civic Engagement: From Baby Boomers to Generation Z* od autorů Andersen a spol. (2020), které se zabývají angažovaností mladých lidí v globalizovaném světě vlivem moderních médií.

V praktické části této práce budou nejprve popsány metody a charakteristika kvalitativního výzkumu. Pro dosažení cílů práce budou využity polostrukturované rozhovory a metody focus group se studenty základních a středních škol. V rámci výzkumné části se zaměříme na otázky týkající se identity generace Z a vlivu sociálních sítí. Hlavními cíli této práce bude zjištění a objasnění demokratických hodnot respondentů, jejich zájem a angažovanost ve veřejném životě a v aktuálním dění, které se jich dotýká. Bude také zkoumáno, jak sociální sítě ovlivňují vnímání politických zpráv, jaký vliv mají rodiče, kamarádi a prostředí školy na utváření občanských hodnot těchto mladých lidí.

## Teoretická část

### 1 Aktivní občanství v demokratické společnosti

#### 1.1 Občanská společnost

Svět se neustále mění a tato změna do jisté míry také ovlivňuje participaci a angažovanost v dnešní moderní společnosti. Fungování moderní demokracie se odvíjí od toho, jak jsou informovaní občané a jakou měrou se chtějí aktivně zapojovat do veřejného dění. Každá generace má svůj vlastní soubor příležitostí a metod, jak se informovat a zapojovat. Měnící se mediální prostředí nabízí nové možnosti angažovanosti, které se pro nové generace přesouvají do on-line prostoru, zejména formou sociálních sítí. Tyto změny značně ovlivňují politickou participaci a občanskou angažovanost (Andersen et al., 2020). Je třeba si uvědomit, že občanská angažovanost a politická participace vytváří občanskou společnost, což je klíčovým faktorem, který ovlivňuje veškeré změny v tomto aktivním zapojování občanů. Obzvláště z důvodu, který popisuje Rakušanová (2007, s. 19): „*Občanská participace je významnou funkcí občanské společnosti, která přispívá k integraci společností*“.

Občanská společnost úzce souvisí s demokracií. Held (2006) uvádí, že demokracie je politický systém založený ve vládě lidu, kdy politická moc pochází od lidu jako celku<sup>1</sup>. Podle Helda (2006) se moderní pojetí demokracie zaměřuje především na ochranu jednotlivce. Demokracie je chápána jako systém vlády, který nejlépe zajišťuje ochranu osobní svobody a umožňuje jednotlivcům sledovat své vlastní cíle. Princip aktivního zapojení občanů do demokratického procesu je však dnes chápán jinak, než tomu bylo v antickém Řecku. Ale i přesto, že je tento způsob aktuálně jiný, tak demokratická státní moc by nemohla fungovat bez podpory a aktivního zapojení občanů ve společnosti, protože je na nich plně závislá (Linek et al., 2017).

Občanská společnost je koncept, se kterým se pravidelně setkáváme v každodenním životě (médiá, odborné diskuse, odborná literatura, soukromý život ...). Tento termín

---

<sup>1</sup> Podíl lidí ve vládě je definičním znakem demokracie, na němž se shodnou mnozí teoretici demokracie viz Dahl (2023): „*Demokracie je systém vlády, ve kterém o zákonech, politikách, vedení a hlavních podnicích státu nebo jiného zařízení přímo či nepřímo rozhoduje „lid“ (...)*“. Nicméně, jak ukazuje Sartori (1993), vyskytuje se nejistota v různém chápání „lidu“. Pojem „lid“ může zahrnovat jak všechny obyvatele, tak omezenou většinu obyvatel. Tato nejednoznačnost vede k problému, kdy některé autoritářské režimy se označují za demokratické.

představuje jakousi pomyslnou druhou stranu mince demokracie. Občanská společnost slouží jako prostor pro vyjádření a realizaci zájmů jednotlivce a zároveň slouží jako tzv. „aréna boje“ o jejich uskutečnění. Neziskový sektor je jedním z aktérů v této oblasti, ačkoliv ne jediným (Rakušanová, 2007). Občanskou společnost vytvářejí skupiny a organizace mimo stát, které se dobrovolně zapojují do veřejného dění za účelem uspokojení zájmů (individuální, skupinové, veřejné). Jejimi aktéry jsou nevládní organizace, dobrovolnické organizace či občanské sdružení či iniciativy a další. Tito aktéři se aktivně zapojují do občanské společnosti a rozvíjejí politickou participaci a občanskou angažovanost (Müller, 2002; Rakušanová, 2007). Podle Müllera (2008a) patří občanská společnost v politické sociologii mezi nejdůležitější kategorie, zejména kvůli otázce vztahů občanů a fungování státu. Obecně lze občanství chápat jako vztah mezi jednotlivcem a státem (Linek et al., 2017). Přestože se jedná o princip, který se vyskytuje staletí, tak je stále aktuální. Původ tohoto pojmu bychom mohli datovat do starověku pod názvem „civilis societas“, což bylo synonymum pro stát či společnost (Müller, 2002, 2008a). Občanská společnost je nedílně spojena s modernitou a postmodernitou, které silně ovlivňují její podobu a způsoby občanského zapojení. Tyto změny se týkají především „časoprostorového rozpojení“ a vlivu internetu<sup>2</sup>, který umožňuje nové formy komunikace a organizace občanských iniciativ (Müller, 2008b).

Jak již bylo zmíněno, občanská společnost je úzce spojena s politickou participací a občanskou angažovaností občanů, kteří představují aktivní zapojení do veřejného dění. Podle Müllera (2002) je občanská společnost nezbytná pro fungování demokratického státu. Linek et al. (2017) poukazují, že chování a aktivní zapojení občanů do politiky je odrazem jejich hodnot, preferencí a zájmů. Tyto hodnoty a normy se vztahují k představě „dobrého občana“ a odkazují na sdílené přesvědčení o roli občana v politice, což definuje politická kultura. Almond a Verba (1963) definují politickou či občanskou kulturu<sup>3</sup> jako způsob, jak občané dané společnosti vnímají a přistupují k politickým aspektům. Tedy jaké jsou jejich myšlenky a názory týkající se politiky a jak si sami sebe představují ve vztahu k politickému systému. Jinými slovy občanská

---

<sup>2</sup> Viz další kapitoly: Mění se pojetí občanství; Změna aktivního občanství způsobena internetem a sociálními sítěmi

<sup>3</sup> Almond a Verba (1963) definují tři základní typy politické kultury (parochiální, poddanská, participativní). Parochiální politická kultura popisuje občana, který přímá a ztotožňuje se s existujícími politickými strukturami a věří, že politici budou za něj rozhodovat správně. Poddanský typ popisuje občana, který je přesvědčen, že v politice nic neovlivní a politikům nedůvěřuje. Participativní občan sebe vnímá jako aktivního tvůrce dění kolem sebe.

společnost s angažovaností a participací občanů je vnímána jako indikátor vyspělosti a síly demokracie dané země.

## **1.2 Politická participace a občanská angažovanost**

Výše bylo již popsáno, že občanská společnost je nezbytnou součástí fungujícího demokratického státu. Demokratické státy představují informovaní občané a občánky, kteří se chtějí aktivně podílet na veřejném dění. Termíny politická participace a občanská angažovanost představují různé aspekty aktivního zapojení občanů do veřejného života. Tyto dva pojmy jsou různě odborně definovány, někdy v definicích dochází k výrazné synonymní podobnosti, a proto se zaměříme a představíme různé pohledy na tyto koncepty.

### **Politická participace**

Politická participace je velmi široký a rozsáhlý koncept, který není pouze součástí politologie, ale i jiných oborů. Politická participace je komplexním pojmem, který může být zkoumán z různých perspektiv. Jedna z nejpoužívanějších definic, která se vyskytuje v literatuře, vychází od van Detha (2016), který politickou participaci definuje jako: „(...) *aktivita občanů, které ovlivňují politiku*“. Další perspektivou je pohled od Vebry a Nieho (1972 in Weiß, 2020), který zdůrazňuje činnosti osob, které více či méně záměrně ovlivňují výběr vládních pracovníků a jejich jednání. Weiß (2020) dodává, že politická participace se nemusí nutně týkat vládních zařízení, ale může být zaměřena i na jiné instituce či dokonce organizace.

Existuje celá řada způsobů, kterými se občané účastní politiky. Ať už je to účast ve volbách, angažovanost v politických stranách, účast na demonstracích, peněžní příspěvky či nové formy, jako politický aktivismus na sociálních sítích. Tento typ zahrnuje přidávání příspěvků s politickými tématy na sociální sítě a reakce na politiky na internetu. Mezi další způsoby patří podpora nakupování fair-trade a ekologických výrobků a mnoho dalších (van Deth, 2016; Linek et al., 2017).

Van Deth (2016) uvádí, že politická participace se v polovině 20. století soustředila výhradně na volby, volební kampaně a členství v nich. To vše se změnilo od počátku 70. let 20. století, kdy se začali daleko více zapojovat občané formou různých bojkotů, demonstrací či sociálních hnutí (ekologické, feministické...). V dnešní době se stírají hranice mezi tím, co je politické a co není. Do popředí se dostávají nová témata, jako

odmítání si koupit určitou značku kávy nebo určité druhy dobrovolnictví atd. Tyto aktivity jsou sice nepolitické, ale dají se využít k politickým účelům, společně s internetem se otevírají stále nové a nové možnosti participace (van Deth, 2016).

Ekman a Amnå (2012) ve své publikaci *Political participation and civic engagement: Towards a new typology* rozdělují participaci na manifestní (součást politické participace) a latentní (občanská angažovanost)<sup>4</sup>. Podle Ekmana a Amnå (2012) je latentní forma politické participace důležitá pro pochopení politického chování v 21. století. Manifestní politickou participaci lze rozdělit na individuální formu, která zahrnuje účast ve volbách, a kolektivní formu, která je spojena s angažovaností v politických stranách. Kromě toho existují také aktivní/legální formy participace, jako jsou petice, demonstrace, stávky či nová sociální hnutí. Aktivní či legální formy participace Dalton (2008) řadí mezi nové formy participace (společně s on-line kampaněmi atd.). Mezi staré formy řadí účast u voleb nebo v politických stranách a hnutích. Právě tyto nové formy politické participace přispívají k většímu zapojení a účasti na veřejném dění mladších generací, a to v kontrastu s výhradním zaměřením na tradiční formy, jako je například účast ve volbách (Dalton, 2008; Linek et al., 2017).

### **Občanská angažovanost**

Podobně jako u politické participace, pro občanskou angažovanost také existuje celá řada definic. Banyan (2016) popisuje, že koncept občanské angažovanosti nabývá stále většího významu ve společnosti. Tímto procesem se jednotliví občané stávají nedílnou součástí dané komunity a posilují tak občanský úsudek. Občanská angažovanost se projevuje v různých kontextech, od podnikání až po komunitní rozvoj, a slouží jako prostředek ke zvrácení balkanizace<sup>5</sup> individuálních zájmů a rychlého rozpadu komunitního života. Tento princip angažovanosti je brán jako prostředek k dosažení demokratických hodnot rovnosti a vstřícnosti při tvorbě politiky (Tamtéž). American Psychological Association (2009) přidává definici: „*individuální a kolektivní akce určené k identifikaci a řešení problémů veřejného zájmu. (...) angažovanost má mnoho podob, od individuálního dobrovolnictví přes organizační zapojení, až po volební účast*“. Aktivity a akce občanské angažovanosti jsou tedy brány jako formy, kdy se občané ve společnosti podílí na veřejném životě, který nemusí být nutně politický. Tyto

---

<sup>4</sup> Občanská angažovanost bude vysvětlena níže.

<sup>5</sup> Balkanizace v tomto kontextu odkazuje na politický, sociální nebo kulturní rozpad, popřípadě fragmentaci.

aktivita jsou často pořádány občany, ne politiky a jsou dobrovolné (Weiß, 2020). Christian (2020) dodává, že občanská angažovanost zahrnuje široké spektrum aktivit, které směřují k prospěchu společnosti jako celku. Mezi tyto aktivity patří například dobrovolnictví ve školním programu, ochrana životního prostředí, podpora sociálních programů nebo rozvoj komunitárních projektů.

Ekman a Amnå (2012) zdůrazňují, že tento princip občanské angažovanosti se v poslední době používá jako „buzzword“<sup>6</sup>, který zahrnuje vše od hlasování ve volbách, až po poskytování peněz na dobročinné účely (charita), hraní bowlingu či účast na politických shromážděních a pochodech. Zmínění autoři (2012) občanskou angažovanost dělí na individuální (upozorňovací) a kolektivní (aktivní). Do individuální formy patří zájem o dění kolem sebe a společenská témata, která mohou být vyjádřena určitým postojem (oblečení, hudba, kulturní hodnoty). Kdežto mezi kolektivní formy patří například dobrovolnická práce za účelem zlepšení lokálních podmínek. Zásadní rozdíl mezi politickou participací a občanskou angažovaností je zejména v tom, že politická participace je brána jako politicky myšlená činnost, kdežto občanská angažovanost je brána spíše v kontextu nepolitických témat. Americký profesor politikologie Robert Putnam představil koncept sociálního kapitálu, který ilustroval na příkladu tzv. „Bowling Alone“, kdy účast v bowlingu může sloužit jako ukazatel sociálního zapojení. Putnam poukazuje na význam společenských vazeb a aktivit pro vytváření sociálního kapitálu. Tento koncept zahrnoval různé projevy angažovanosti, jako je čtení novin, účast na setkáních či sdružování lidí na zmíněném bowlingu (Ekman, Amnå, 2012; Weiß, 2020).

Avšak v dnešní době se stává, že se stírají pomyslné hranice mezi politickou či občanskou angažovaností. Například angažování lidí ve společnosti za účelem recyklace a ekologie může znamenat jak občanské chování a přesvědčování (pomoc své komunitě), tak politické chování a přesvědčování například o důležitosti environmentálních problémů (Ekman, Amnå, 2012). Dalším důvodem stírání hranic jsou média a sociální sítě, která nám přináší do každodenního života nové formy angažovanosti a participace (Christian, 2020). Občanská angažovanost a politická participace se vzájemně prolínají a oba pojmy vyjadřují účast a aktivní zapojení

---

<sup>6</sup> „Buzzword“ je slovo či výraz, který je v konkrétní oblasti nadužívaný. Je to módní slovo, které se často používá a vyskytuje se v televizi, na internetu, sociálních sítích či v běžné mluvě (Cambridge University Press, 2023a).

jednotlivců v politických procesech a rozhodování. Proto v rámci této práce budou pojmy považovány za synonyma.

Současné výzkumy ukazují, že se politická participace a občanská angažovanost dostávají na přední místa v preferencích mladých lidí (Weiß, 2020), v dalších částech diplomové práce se podíváme na konkrétní změny.

### **1.3 Občanská a politická socializace**

Nejdříve je nutné si uvědomit, proč se lidé účastní na tvorbě politiky, proč se zajímají o dění kolem sebe nebo zda chodí či nechodí volit. Tyto procesy formování postojů a názorů se nazývají politická (občanská) socializace, která vytváří lidem ve společnosti jejich občanské a sociální porozumění (Broom, 2017). Na základě věku a míry politické socializace se občané mohou lišit v tom, jak jsou obeznámeni s určitými typy politických akcí, jak se do nich zapojují, jak vnímají politiku a jaké mají názory na konkrétní politické otázky (Andersen et al., 2020). Podle mnoha výzkumů se politická (občanská) socializace utváří v adolescenci a rané dospělosti. V tomto období jsou politické hodnoty nejméně pevné a nejnáchylnější ke změně. Adolescenti procházejí tzv. obdobím vnímavých let, během kterých se aktivně seznamují se základními občanskými hodnotami. V této fázi je hledání vlastní identity prvořadné a politické formování hodnot je nedílnou součástí tohoto procesu (Linek, 2017). Flanagan a Levine (2010) poukazují na to, že přechod z pozdní adolescence do mladé dospělosti je klíčovým obdobím pro formování občanských postojů. Nicméně stabilní vzorce angažovanosti jedinců se vyvinou až tehdy, kdy se v jejich životě objeví pevné body spojené s dospělostí. Důležité je si uvědomit, že politická socializace není statickým procesem, ale je ovlivněna různými faktory, jako je rodina, vzdělávací instituce, přátelé a média (Broom, 2017).

Broom (2017) ve své studii *Youth Civic Engagement in a Globalized World* zmiňuje vliv rodiny na formování politické socializace. Vyrůstání v aktivní politické rodině mělo v minulosti silný efekt na formování politické socializace. Novější výzkumy ukazují, že formování rodinou má sice pozitivní vliv, ale musíme k němu v dnešní společnosti také přidat i jiné proměnné jako školu (klíma třídy, občanskou výchovu), osobní zkušenosti, vliv vrstevníků a také internet a moderní technologie (Tamtéž).

Rozvíjení a posilování občanských hodnot v občanech je nesmírně důležité a škola v této oblasti „hraje“ nezastupitelnou roli. Skrz vzdělávací proces a interakci s vyučujícími a vrstevníky se mladí lidé učí o zásadách demokracie, občanských právech, spravedlnosti atd. (Kudrnáč, 2017b). Tento významný fakt podporuje Broom (2017), který zmiňuje, že kvalitní výuka občanských předmětů a angažování učitelé posilují zájem studentů o politiku a dění ve světě. Existuje silná korelace mezi zájmem studentů o občanství ve škole a jejich pozdějším zapojením ve veřejném životě. Jak dodává Kudrnáč (2017b), velmi důležitý je také vliv klimatu třídy, školy a socioekonomické složení třídy. Otevřenost třídního klimatu a možnost projevit své názory se odráží do kvalitních občanských postojů. Učitelé, kteří aktivně podporují studenty při vytváření vlastních názorů, stimulují jejich zájem a povzbuzují je k diskuzím o aktuálních a politických tématech (Kudrnáč, 2017a). Socioekonomické složení třídy a typ školy zde také hraje velký vliv, převážně si tohoto můžeme všimnout mezi určitými typy středních škol. Kudrnáč (2017b) nastiňuje problematiku nerovností v občanských znalostech a postojích v rámci různých typů škol. Větší míra znalostí a angažovanosti k volební účasti dosahuje zejména u studentů gymnázií. Daniel Prokop (2022) ve své knize *Slepé skvrny* poukazuje na souvislost mezi politickou socializací a přístupem ke vzdělání v určitém regionu. Lidé s horším přístupem ke vzdělání<sup>7</sup> a žijící v okrajových či slabších regionech dosahují nižší úroveň politického vzdělání a jsou méně zapojeni do občanské angažovanosti. Andersen et al. (2020) zmiňují, že nižší úroveň vzdělání může napříč generacemi bránit v účasti na politických aktivitách. Vyrůstání v době vysoké úrovně vzdělání, bohatství a sociálního zabezpečení může zvýšit důležitost hodnot mezi generacemi, které dospívají, a podnitit účast na politických aktivitách.

Kromě zmíněných socializačních činitelů jako jsou rodina, škola a moderní technologie hraje důležitou roli ve formování postojů také vliv vrstevníků. Andersen et al. (2020) považují tento vliv za velmi důležitý mezi mladými lidmi, protože budí zájem o angažovanost. Mladí lidé se učí o dění kolem sebe a o politice z různých situací, ať už ve škole, tak i při mimoškolních aktivitách, jako jsou kroužky a sport. Vrstevníci tak hrají důležitou roli při formování nejen občanských názorů, kdy mohou pozitivně

---

<sup>7</sup> Prokop (2022) zde zmiňuje vliv kapitálů, který definoval francouzský sociolog Pierre Bourdieu. Tento vliv se projevuje ve vztahu k přístupu ke vzdělání a úrovni angažovanosti, a to jak prostřednictvím ekonomického kapitálu, tak sociálního a kulturního kapitálu. Tento koncept naznačuje, že nerovnosti ve společnosti ovlivňují možnosti jednotlivců ve vzdělávání a angažovanosti.



ovlivnit jednání druhých, tak i v budování zájmu o veřejné dění. Ovšem také nesmíme zapomenout na negativní ovlivnění, kdy se vrstevníci uchýlí k pasivitě a nezájmu.

#### 1.4 Měnící se pojetí občanství

V dnešní společnosti, převážně mezi mladými lidmi, lze pozorovat proměnu občanství, která vyvolává debatu ohledně jejich zájmu o politiku a veřejné dění. Řada autorů upozorňuje, že mladí lidé vykazují v posledních letech nižší míru občanské angažovanosti, což se projevuje například menší účastí ve volbách či omezenější konzumací zpravodajství<sup>8</sup>. Pokud se ale podíváme na tuto problematiku detailně, zjistíme, že realita není tak černobílá, jak se zdá. Dochází pouze k jisté generační proměně v chápání občanství. Podle Andersena et al. (2020) jsou mladí lidé (generace Z)<sup>9</sup> méně angažováni v tradičních politických aktivitách, jako je například účast ve volbách. Namísto toho se zajímají více o neformální aktivity, jako dobrovolnická práce či podpora na sociálních sítích. Broom (2017) poukazuje na to, že mladí lidé v mnoha zemích ztrácejí zájem o tradiční politické aktivity a hledají nové formy angažovanosti, které odpovídají jejich potřebám. Měnící se pojetí občanství u mladších generací je do značné míry ovlivněno významem digitálních technologií a sociálních sítí, jež ovlivňují angažovanost a politické chování (Broom, 2017; Andersen et al., 2020).

Tuto skutečnost měnícího se pojetí občanství popisuje ve svých dílech Lance Bennett. Bennett (2008) ve svém článku *Changing Citizenship in the digital Age* dokládá, že mladí lidé mají jiný postoj k občanství než starší generace a z tohoto důvodu popisuje dva různé přístupy k občanství: *občanství realizující* a *občanství svědomité*<sup>10</sup>. Typickým modelem pro starší generace je občanství svědomité. Lidé cítí povinnost chodit k volbám a podílet se na politice. Sledují zpravodajství a chtějí být informováni o dění

---

<sup>8</sup> Na toto zjištění poukazují jak dlouhodobá data o volební účasti, která zmiňují pouze poloviční účast občanů ve věku 18–30 let ve volbách do Poslanecké sněmovny (Šaradín et al., 2021), tak i studie od Elvestad, Blekesaune, Aalberg (2014), které ukazují nižší zájem mladých lidí v Evropě o zpravodajství. Zároveň je třeba brát v úvahu starší článek *Gen.com: Youth, Civic Engagement, and the New Information Environment* (Delli Carpini, 2000), který upozorňuje na pokles angažovanosti mezi mladými Američany, ale je nutné ho hodnotit v kontextu času, protože se situace v oblasti angažovanosti mění.

<sup>9</sup> Generace Z a její formy angažovanosti budou blíže vysvětleny v dalších kapitolách.

<sup>10</sup> Občanství realizující a svědomité vystihuje Michael Schudson, který zmiňuje proměny občanství ve vztahu k sledování informací a rozlišuje mezi občanem informovaným a monitorujícím. Informovaný občan, typický pro minulé století, vyžadoval aktivní vyhledávání informací o politickém dění. Kdežto v dnešním informovaném světě se občan stává monitorujícím a povrchně prochází různé zprávy, ze kterých si vybírá pouze ty, co upoutaly jeho pozornost (Schudson, 1998).

ve světě přes masová média, zapojují se do tradičních občanských organizací<sup>11</sup>. Realizující se občanství je typické pro mladší generace, které mají často nedůvěru v politiku a politické strany či mainstreamová média. Necítí povinnost zabývat se oficiální politikou, raději preferují aktivity odrážející jejich zájmy a preference. Upřednostňují spíše angažovanost v různých dobrovolnických organizacích či prostřednictvím moderních technologiích, jako jsou sociální sítě. Tím pádem nemají potřebu sledovat dění ve světě prostřednictvím „klasického“ zpravodajství, ale využívají především sociální sítě. Bennett zdůrazňuje, že oba přístupy jsou důležité pro budování kvalitní a informované občanské společnosti (Tamtéž).

V návaznosti na proměny politické participace a občanské angažovanosti mladých lidí představují Amnå a Ekman (2014) alternativní rozdělení občanů do čtyř kategorií<sup>12</sup> podle jejich zájmu o dění ve světě a politiku. Hovoří o aktivních, apolitických, nezapojených a pohotovostních občanech<sup>13</sup>. Zmínění autoři (2014) charakterizují aktivní občany jako jedince, kteří se velmi zajímají o dění a politiku a také vykazují velký zájem o participaci. Protipólem jsou občané apolitičtí, kteří se nezajímají ani neparticipují. Třetí skupina nezapojených občanů se řadí mezi průměr, tedy nějak zvlášť se nezajímají ani se více neangažují. Poslední kategorií jsou občané pohotovostní, kteří se sice neangažují, ale o politiku se velmi zajímají. Tato kategorie se začne politicky angažovat pouze tehdy, když jsou systémem zklamáni a nespokojeni (Tamtéž).

---

<sup>11</sup> Tradiční organizací se myslí politické strany, odbory, sdružení či církve (Bennett, 2008).

<sup>12</sup> Toto dělení do čtyř kategorií vzniklo na základě výzkumu mladých lidí ve Švédsku. Konkrétně se jedná o studenty středních škol.

<sup>13</sup> V originále „active“, „disillusioned (low participation)“, „unengaged“, „standby“.

## 2 Role médií a aktivní občanství

### 2.1 Média v globálním světě

Anthony Giddens (2013) poukazuje na skutečnost, že se média stala klíčovým prvkem v globalizovaném světě 21. století. Stálý tok a sdílení informací kdekoliv po světě umožňuje být neustále v kontaktu s okolním děním a svět se stává přístupnějším. Tento fakt zmiňují i Elliott a Urry (2010) v knize *Mobile Lives*, kde popisují enormní změny v globalizované společnosti právě vlivem moderních technologií a internetu. Neustálé zrychlování toku informací zvyšuje každodenní virtuální komunikaci, která umožňuje nové možnosti občanské angažovanosti (Tamtéž). Právě zmíněné nové možnosti aktivního občanství jsou ovlivněny digitálními technologiemi, sociálními sítěmi (Andersen et al., 2020) a vytvářejí globální občanskou společnost vyznačující se tvorbou nových forem participace. Tento koncept globální občanské společnosti usiluje o rozvoj demokracie a lidských práv na celosvětové úrovni (Kaldor, Anheier, Glasins, 2003, in Jakubowicz, 2017). Jakubowicz (2017) popisuje stav, kdy nové technologie umožňují přímo komunikovat mezi účastníky, tudíž přispívají k podpoře demokracie a občanské participaci. Jedná se o tzv. stav digitální demokracie a e-demokracie<sup>14</sup>.

Pro vývoj novodobých médií 21. století je důležitá podle Moravce (2016) konvergence. Tento pojem by se dal popsat jako sblížení technologií, médií a obsahu. O konvergenci<sup>15</sup> se začalo mluvit s nástupem digitalizace<sup>16</sup> a počítačových technologií na začátku 80. let 20. století (Tamtéž). Jakubowicz (2013, s. 27) charakterizuje konvergenci dvěma významy: „*jako popis technických aspektů integrace telekomunikace, informatiky a médií, a také jako metafora rozsáhlého procesu změn, k němuž tento jev přispívá (...) jsou jím popisovány činnosti jednoho subjektu v oblasti různých médií*“. Podle Moravce (2016) přispívá současná konvergence ke snazší participaci publika při tvorbě mediálního obsahu. Jenkins (2006) proto v návaznosti na změny v mediální krajině zavádí označení „kultura konvergence“. Tento princip bychom měli vnímat jako určitý kulturní posun, který zapříčiňuje provázanější systém

---

<sup>14</sup> Digitální demokracii bychom mohli charakterizovat, jako výměnu názorů v demokratickém procesu prostřednictvím internetu. E-demokracie za pomoci nových technologií oživuje vztahy mezi občany a jejich zvolenými zástupci (Jakubowicz, 2017).

<sup>15</sup> Jak bylo zmíněno, konvergence je princip sblížení. Jedná se o spojování více částí v jeden celek. Tento stav se v našem případě využívá ve sblížení obsahu a technologií, ale mohli bychom konvergenci využít také v ekonomii, biologii, matematice atd. (Cambridge University Press, 2023b).

<sup>16</sup> „*Digitalizace – převod informací do binárního kódu jedniček a nul*“ (Moravec, 2016, s. 29).

mediálních obsahů. Pojetí konvergence se dělí do několika typů. Prvním z nich je technologická konvergence, která propojuje několik zařízení do jednoho přístroje. Dále uživatelská konvergence, která popisuje změny v konzumaci obsahů médií či prostorová konvergence, která zahrnuje proces globalizace (Moravec, 2016).

Vlivem digitalizace dochází k neustálému vývoji a zdokonalování médií, kdy se média a technologie stávají neustále novými. Proto nestačí používat pouze pojmy „stará“ a „nová“ média (Moravec, 2016; Jakubowicz, 2017). Jakubowicz z tohoto důvodu vytvořil tři kategorie nových médií: 1.0; 2.0; 3.0. První generace (nová média 1.0) zahrnuje analogové technologie, které existovaly před érou konvergence (teletext). Druhá generace (nová média 2.0) vznikla díky digitálním technologiím a konvergenci, což přineslo zásadní rozdíly oproti tradičním médiím. Tato média jsou digitální, interaktivní a virtuální. Třetí generace (nová média 3.0) představuje plně integrovaná a konvergovaná zařízení v jedno chytré (například chytré televize, mobilní telefony či tablety) (Jakubowicz, 2013; 2017).

Nová média a technologie podle Jakubowicze (2017) nevytváří nové formy demokracie ani nové demokratické procedury. Naopak spíše podporují a zefektivňují procedury, které jsou používány dodnes.

## **2.2 Změna aktivního občanství způsobena internetem a sociálními sítěmi**

Jak již bylo poznamenáno výše, technologický vývoj a rozvoj komunikačních prostředků přinesl do života lidí ohromná množství nových forem občanské angažovanosti, politické participace a získávání informací během několika sekund. Díky nástupu internetu se otevřely nové příležitosti pro vyjádření názorů na důležitá témata a zapojení se do občanského aktivismu. Tyto možnosti například zahrnují on-line kampaně, protesty a další formy digitální angažovanosti (Andersen et al., 2020). Zejména vliv sociálních sítí umožňuje poskytovat politický obsah relevantnějším a zajímavějším způsobem v porovnání s tradičními médii<sup>17</sup>. Tento způsob představuje alternativní formu obzvláště pro mladší generace, které „přijímají“ například politický obsah přitažlivějším způsobem a mohou se zapojit do politického dění (Broom, 2017; Andersen et al., 2020). Tyto možnosti mohou navíc pozitivně ovlivnit možnou

---

<sup>17</sup> Jako tradiční médium je považován rozhlas, televize, či tisk.

angažovanost a participaci ve společnosti, protože jsou pro řadu lidí pohodlnější a schůdnější nežli tradiční formy participace (Weiß, 2020). Christian (2020) popisuje rostoucí popularitu sociálních sítí ve vztahu k aktivnímu občanství, zejména u mladších generací. Ve své práci poukazuje na pozitivní vztah mezi používáním sociálních sítí a účastí na občanském / politickém životě, kdy za pomoci sociálních platforem občané reagují na různé politické problémy.

Linek et al. (2017) s tímto tvrzením souhlasí, tento trend je patrný napříč všemi generacemi. Avšak dodávají, že tato problematika může negativně ovlivňovat klasické formy politické participace (tamtéž, s. 132): „(...) vývoj *nekonvenčních politických aktivit, jako je protest nebo aktivismus na sociálních sítích, může oslabovat klasické politické aktivity, jako je volení nebo aktivity v politických organizacích*“. Kim a Yang (2015) dokazují, že používání internetu přispívá pouze k novým a alternativním formám občanství. Zde je důležité si uvědomit, zda se jedná o politické aktivity v on-line světě, které „mobilizují občany“ nebo dochází pouze k tzv. slacktivismu, kdy občané pouze „lajkují“ příspěvky na sociálních sítích. Slacktivismus<sup>18</sup> je podle Christian (2020) on-line aktivismus s nízkými náklady a nízkým rizikem. Obecně se jedná o sdílení příspěvků, podepisování on-line petic, sledování tematických účtů na sociálních sítích a „lajkování“. Pro mnohé z mladších generací (např. pro generaci Z) digitální aktivismus se pojí s „klikivismem“, který využívá sociální média a platformy k propagaci daných témat (Seemiller, Grace, 2018). Prostřednictvím používání „hashtagů“ se podporují politická a sociální témata a přispívají k rozvoji a podpoře daných hnutí, například hnutí #MeToo (Christian, 2020).

Han (2016) zdůrazňuje, že digitální éra proměňuje občanskou angažovanost a politickou účast. Digitální platformy umožňují jedinci rychlou komunikaci, sdílení příspěvků a organizování protestů a petic. Tyto možnosti posilují zájem o veřejnou diskusi. Musíme si ale uvědomit, že tato digitální éra přináší jistá rizika<sup>19</sup>. Zejména závislost na sociálních sítích a pasivní příjem či sdílení obsahu. Tweety ani další informace nejsou celistvé obsahy „vyprávění“ a člověk se stává pouze pomyslným otrokem poklepáváním prstem na tlačítka „líbí se mi“ (Han, 2016).

---

<sup>18</sup> Slacktivismus vychází ze slova „slacker“, což naznačuje zapojení do tohoto digitálního chování s velmi malým úsilím (Seemiller, Grace, 2018).

<sup>19</sup> Han (2016) se ve své knize *Vyhořelá společnost* zabývá problémem vyhoření v současném světě. Klade důraz na různé aspekty moderního života, které přispívají k pocitu vyhoření. Autor zde popisuje rychlý technologický pokrok a virtuální svět ovlivněný sociálními sítěmi, které mohou vyvolat v jedinci pocit neustálého připojení, což vede ke ztrátě soukromí.

Obecně bychom mohli tvrdit, že užívání on-line aktivit vede mladé lidi k větší občanské participaci a angažovanosti (Broom, 2017, Christian, 2020). Vytrácí se zde z části přesvědčení, že se mladší generace nezajímají o dění. Mění činnosti a platformy, kde se mladší jedinci zapojují do dění kolem sebe (Šaradín et al., 2021). Zejména se jedná o sociální sítě jako je Instagram, TikTok, YouTube a Twitter <sup>20</sup> (Andersen et al., 2020).

### **2.3 Konzumace zpravodajství v digitálním světě**

Nesmíme opomenout, že samotné on-line aktivity a čas strávený u digitálních technologií nestačí. Důležitým faktorem pro aktivní demokratickou společnost jsou informovaní občané, kteří se zajímají o svět, ve kterém žijí. Podle Edgerly et al. (2018) existuje výrazná korelace mezi sledováním zpravodajství a větší občanskou angažovaností. Občané, kteří se pravidelně informují, jsou tak aktivnějšími jedinci ve společnosti, což se může odrazit i v ochotě podílet se aktivně na politice, například jít volit. Naopak lidé, kteří jsou pasivnějšími při sledování zpráv, se také méně podílejí na politické participaci (Edgerly et al., 2018).

Konzumace zpravodajství se řadí mezi významné socializační činitele v oblasti formování občanských postojů. Avšak nedocházíme k jednoznačným shodám mezi politickou participací a konzumací zpravodajství na digitálních platformách. Lee a Xenos (2019) sice popisují, že sociální sítě poskytují širokou škálu politických informací, kdy se občané informují o aktuálním dění. Avšak je třeba zdůraznit, že sociální sítě slouží spíše jako platformy zaměřené na rychlou spotřebu obsahu, který může být náhodný a nepříliš hluboký, než jako prostředek pro získávání důkladných a cílených (politických) informací. Vzhledem k této skutečnosti se zmínění autoři domnívají, že neexistuje pozitivní vztah mezi konzumací zpráv na sociálních sítích a politickou participací. Existují však také studie, které naznačují, že konzumace zpráv prostřednictvím sociálních sítí má pozitivní vliv na politickou participaci a zapojení se do občanského života (Hao et al., 2014; Seemiller, Grace, 2018). Je důležité brát v úvahu, že konzumace zpravodajství pochází z různých zdrojů a není omezena výlučně na sociální sítě. Během dne se vystřídá několik typů forem zpravodajství a dochází ke

---

<sup>20</sup> Můžeme si povšimnout výrazné změny v používání aplikace Facebook zejména u mladších generací. Facebook často používají starší generace. Mladší jedinci narození po roce 1999 Facebook takřka nepoužívají a nahradili ho jinými platformami (Andersen et al., 2020). Stejně zjištění dokládá Šaradín et al. (2021), pokud mladší generace využívají sociální sítě k participaci či konzumování zpravodajství volí Instagram namísto Facebooku.

kombinaci informací. Pokud jsou informace ze sociálních sítí doplněny o tradiční formy zpravodajství, vede to k většímu občanskému zapojení (Edgerly et al., 2018).

Zde se dostáváme k otázce, zda jsou mladí lidé v dnešním světě nedostatečně informováni. Studie z posledních let naznačují, že dospívající a mladí dospělí vykazují menší zájem o zpravodajství. Jak dokazují studie od Elvestad, Blekesaune, Aalberg (2014), které popisují, že mladší generace Evropanů se často řadí mezi nekonzumenty zpráv. S tím, jak klesá zájem o zpravodajství, se také snižuje míra informovanosti a posléze motivace se zapojovat do dění kolem sebe. Nicméně je potřeba poznamenat, že mladí dospělí měli vždy jiné priority než sledovat aktuální dění. Jejich potřeba být informován o dění ve společnosti se obvykle dostavuje se zvyšujícím se věkem. Je důležité si uvědomit, že mladší generace zažívají celkový posun v životě (déle studují, později zakládají rodiny atd.). Proto je možné, že se zájem o konzumaci zpravodajství projeví až v pozdějším věku (Šebeš, 2020).

Současný rychlý vývoj mediálních technologií dramaticky mění způsoby konzumace zpravodajství u mladší a straší generace (Šebeš, 2020). Digitální transformace, kterou mediální platformy prochází, ovlivňuje každou generaci jinak (Kramp, 2017). Starší generace si vytvořily své uživatelské návyky během delšího období a staly se nedílnou součástí jejich života, což znesnadňuje jejich změnu. Jejich hlavním zdrojem informací je televizní zpravodajství, pro které je charakteristická určitá časová pravidelnost ve vysílání. Naopak mladí lidé utvářejí své mediální chování s technologiemi jako jsou chytré telefony a tablety. Pokud chtějí být informováni, očekávají rychlý přístup k informacím, které mohou okamžitě konzumovat (Kramp, 2017; Šebeš, 2020). Popularita těchto zdrojů se odvíjí od jejich rychlé dostupnosti kdekoli a kdykoli po světě. Další výhodou je možnost přizpůsobení (personalizace)<sup>21</sup> obsahu dle svých preferencí, které se odrážejí od jejich zájmů (Šebeš, 2020).

---

<sup>21</sup> Personalizace obsahu přináší významný aspekt, a to kombinaci záměrnosti a nezáměrnosti. Na jedné straně si můžeme vybírat obsah podle svých preferencí, ale na druhé straně jsme vystaveni kontrole technologických platform, které „předvybírají“ tematický obsah dle našich zájmů (Šebeš, 2020).

## 3 Generace Z

### 3.1 Vymezení pojmu generace

Ústředním tématem této práce je generace Z, která se v posledních letech stává častým předmětem diskusí, a to nejen v odborných kruzích. Jednotlivé charakteristiky (jako například myšlení, chování, život ve společnosti...) této generace jsou však stále pro mnohé velkou neznámou. Poznatky o generaci Z jsou především získávané ze zahraničních odborných publikací, které poskytují bohatý základ informací o chování této generace.

Nejprve je nutné si definovat a vymežit pojem generace<sup>22</sup>, který je do značné míry nejasný až problematický. V dnešní společnosti se často hovoří o generačních konfliktech či tzv. generačních „válkách“, které jsou způsobeny především nedostatečným porozuměním a stereotypy mezi mladšími a staršími jedinci. Tyto konflikty se často zakládají na generačních mýtech a možných předsudcích, které vedou ke vzájemným konfliktům v rodině i ve společnosti. Ve skutečnosti jsou tyto rozdíly mnohem komplikovanější a nelze je zjednodušovat na základně předsudků. V řadě zemí se generační konflikty stávají výrazným dělítkem ve společnosti (Duffy, 2021). Každý obor pojímá generaci na základně jiné perspektivy, například biologické, sociologické, demografické či ekonomické. Generaci lze definovat jako celospolečenskou skupinu vrstevníků, kteří sdílejí určité společné zkušenosti a hodnoty (Howe, Strauss, 2000). Je možné také použít definici Kabátka (2020): „*velká, soc. diferencovaná skupina osob, které jsou spojené dobově podmíněným stylem myšlení a jednání a prožívající podstatná období své socializace ve shodných hist. a kult. podmínkách*“. Avšak mezi autory často nedochází ke shodě v časovém ohraničení dané generace. Generace je často spojena s určitým časovým úsekem, který trvá zhruba 20-30 let. Během tohoto období jedinci z dané generace dospějí a zakládají si své vlastní rodiny (Britannica, 2023a). Například Mark McCrindle (2014) ve své publikaci *The ABC of XYZ: Understanding the Global Generation* definuje generační rozmezí intervalem 20 až 25 let, ale zmiňuje, že tento

---

<sup>22</sup> Jak uvádí Furlong (2013), myšlenku generace zavedli a rozvinuli sociální teoretici August Comte a Karl Mannheim. Mannheim ve své esejí *Problém generací* popisuje, že skupiny lidí, kteří vyrostli v určitých časových okamžicích mají tendenci sdílet své zkušenosti a rozvíjet společné způsoby chování. Pro Mannheim je proces identifikace s určitou generací podmíněn společenskými změnami, kdy nová generace neustále zpochybňuje tu starší a naopak. Tempo změn je důležitým „spouštěčem akcí“, které mohou vést ke střetu hodnot mezi generacemi. Mannheim také bere v úvahu rozdíly ve zkušenostech a jejich vliv na rozvoj generačního vědomí, což může být ovlivněno i sociální třídou (Furlong, 2013).



časový úsek platil v minulosti, ale nyní je irelevantní<sup>23</sup>. Proto jsou tedy generace definovány spíše sociologicky než biologicky. „*Generace označuje kohortu lidí narozených v určitém časovém rozpětí, kteří mají srovnatelný věk, a kteří byli formováni určitým časovým úsekem (událostmi, trendy a vývojem)*“ (McCrindle, 2014, s. 1-2). Howe a Strausse (2000), kteří se též shodují na faktu, že generace jsou formovány určitými časovými úseky, které sdílejí lidé ve společnosti.

Existuje celá řada vlivů formující generace. Obvykle jsou to významné události, ale také technologie, móda, popkultura, politika atd., co formují dnešní mládež a odlišují ji od té předchozí. Různé sociálně-kulturní odlišnosti společně s časovým intervalem utvářejí jiné pohledy na svět (Scholz, 2019). Howe a Strauss ve svých dílech představili rozsáhlý popis poválečných generací. V jejich teoriích jsou opakující se charakteristiky generací spojeny se společnými změnami. Zmínění autoři redukovali charakteristiky všech generací na čtyři podoby, jimiž jsou proroci, nomádi, hrdinové a umělci. Tato typologie je vypracována na základě dlouhodobých sociálních trendů a opakujících se vzorců ve vývoji (Howe, Strauss, 2000; Furlong, 2013). Na základě této podoby autoři vydělují několik typů generací pro dnešní společnost s různými odchylkami v časovém rozpětí každé z nich. Jedná se o generaci Baby Boomers, generace X, generace Y známá jako mileniálové a generace Z (McCrindle, 2014; Scholz, 2019; Duffy, 2021), která bude detailně zkoumána v dalších kapitolách. Nesmíme však opomenout tzv. generaci Alfa (Gen Alpha), což je termín používaný k popisu generace narozené mezi lety 2010 až 2023 (Britannica, 2023b)

Furlong (2013) při zkoumání mladistvých jen zřídka používá termín generace. Tento termín dle něj postrádá jak přesnost, tak adekvátní teoretické zakotvení. Ve své práci *Youth Studies* se Furlong (2013) zaměřuje na významný aspekt, kterým je rozdělování určitých generací společenskými změnami. V průběhu času se ukazuje, že někteří jedinci se nakonec přiklání k názorům předchozích generací, což je patrné v kontextu tematických oblastí, jako jsou například klimatické změny a politika. Cohen (2021) kritizuje domnělé hranice mezi generacemi a vytváření generačních nálepek, které považuje za nebezpečné pro společnost zejména z důvodu vytváření stereotypů.

---

<sup>23</sup> V dnešní společnosti se generace mění velmi rychle v důsledku moderních technologií, měnící se kariéry a hodnot ve společnosti. Generační rozpětí se postupně posouvá zejména kvůli oddálení zakládání rodiny (McCrindle, 2014).

Generace je vhodnější popisovat a zkoumat na základně událostí, kterým čelí<sup>24</sup>, nežli podle časového intervalu. K vytváření generačních nálepek se vyjadřuje i Duffy (2021, s. 19): „*Náš primitivní způsob chápání generací, prostřednictvím povrchní a nekvalitní vědecké práce, vyrábí množství generačních rozdílů. Ačkoliv se tyto rozdíly mohou zdát banální, tak mohou negativně ovlivnit společnost*“.

## 3.2 Generace Z

I přes kritiku domnělých hranic mezi generacemi se pokusíme vymezit Gen Z<sup>25</sup> z časového hlediska. Každý autor pohlíží na věkové rozpětí generací jinak. Podle Dolot (2018) je nejproblematictější vymezení věkového rozpětí generace Z, která je nejméně prozkoumaná, neboť se jedná o nejmladší generaci na trhu práce. Odborníci zabývající se touto problematikou se však shodují na obecných aspektech. Příslušníci generace Z se narodili do doby významných technologických změn, zejména v oblasti sociálních sítí a virtuálního světa, na přelomu nového tisíciletí (Tamtěž).

Seemiller a Grace (2018) vymezily generaci Z mezi roky narození 1995 až 2010. Za počáteční rok považují 1995, zejména z důvodu komercializace internetu. Generace Z nikdy nepoznala svět bez internetu, většinu svého života prožívají s touto technologií. S tímto tvrzením souhlasí i odborník na generace McCrindle (2014), který za počáteční rok považuje také 1995, stejně jako Scholz (2019). Katz et al. (2021, s. 8-9) dodávají: „*Nejstarší příslušníci generace Z, kterým je nyní přes 20 let, se narodili v době, kdy v roce 1995 debutoval World Wide Web. Jsou tedy první generace, která vyrostla a poznala svět pouze s možností nekonečných informací digitálního věku*“. Duffy (2021) udává jako počáteční roky Gen Z 1996 a 1997, ale zároveň zdůrazňuje, že neexistuje přesně stanovená věková hranice mezi mileniály a generací Z. Tyto hranice se teprve vytvářejí a lidé na okraji každé skupiny mají tendence sdílet zážitky se svými vrstevníky. Agentura Pew Research Center se k tomuto rozmezí let 1996 a 1997 přiklání také (Parker, Igielnik, 2020). Pro účely této práce bude počátečním rokem generace Z rok 1995.

---

<sup>24</sup> Místo časového intervalu od-do, je lepší se zaměřit na konkrétní událost, která generaci spojuje. Jako například studenti během koronavirové pandemie (Cohen, 2021).

<sup>25</sup> Označení Gen Z je termín používaný pro generaci Z. Zkrácený termín Gen Z je pohodlnější a zjednodušuje označení této konkrétní generace, zejména v médiích a odborných výzkumech. Proto je v této diplomové práci použit také zkrácený termín Gen Z.

Je málo pravděpodobné, že všichni členové této generace sdílejí stejné hodnoty, ale sdílí společný kontext, který tvaruje jejich pohled na svět. Tento kontext zahrnuje výchovu, vzdělání, jejich potřeby a pocity a také již zmiňovaný digitální věk a sociální sítě s technologickým pokrokem, který je značně ovlivnil a ovlivňuje (Seemiller, Grace, 2018). Poslední písmeno generace Z poukazuje na zlom ve společnosti, který souvisí s novým tisíciletím a novými hodnotami a možnostmi. Mimo jiné je písmeno Z v návaznosti na předcházející generaci Y, tedy mileniály (McCrindle, 2014). Tato generace je často označována jako „postmileniálové“, „zoomer“ či iGen<sup>26</sup>. Příslušníci této generace jsou formováni on-line světem. V tomto digitálním prostředí byli několikrát nuceni se orientovat bez vedení starších, a to vedlo k jejich samostatnosti v on-line světě (Katz et al., 2021).

### **Obecná charakteristika**

Podle McCrindla (2014) vyrůstá Gen Z v rychle se měnící době a je považována za nejrychleji dospívající generaci, která čítá 26 % světové populace (zhruba dvě miliardy příslušníků) (Branka, 2023). Tato generace je hluboce integrovaná v online světě a moderních technologiích a zároveň je silně ovlivněna globalizací. Gen Z se stává první skupinou mladých lidí, kteří vyrůstají v prostředí, kde je online prostor a technologie nedílnou součástí jejich každodenního života. Nejenže mají snadný přístup k hudbě, filmům, kultuře a módě z celého světa, ale také jsou aktivními účastníky diskusí o závažných problémech, které je ovlivňují. Mezi tyto problémy patří enviromentální výzvy, rasismus, xenofobie, genderová rovnost a mnoho dalších (McCrindle, 2014; Parker, Igielnik, 2020).

Na základně studie VIA Institute on Character (viz Seemiller, Grace, 2018), která zkoumala charakteristiky generace Z na více než 150 000 respondentech, můžeme konstatovat, že tato generace zdůrazňuje laskavost, upřímnost, humor, spravedlnost a soudnost. Tyto vlastnosti se odráží v jejich zájmech a touze být autentičtí. Mezi další charakteristiky patří kreativita, ohleduplnost, porozumění druhým a motivace. Seemiller a Grace (2018) hodnotí Gen Z jako generaci, která bude otevřena světu, a to díky svému přístupu k životu a svobodnějšímu pojetí identity a pohledu na svět. Avšak někteří lidé

---

<sup>26</sup> Jedná se o návaznost na generaci baby boomers, kdy na rozdíl od Gen Z, tato generace má horší nebo žádné digitální dovednosti.

Pojem iGen se používá pro označení jedinců, kteří jsou silně ovlivňováni digitálními technologiemi a chytrými zařízeními. Označení iGen se používá jak pro Gen Z, tak pro mileniály, jen s rozdílem míry závislosti na těchto zařízeních (Twenge, 2017).

kritizují mladou generaci a nazývají ji „sněhovými vločkami“ s existenciálními obavami. Kritika vychází z faktu, že mladí lidé jsou méně ochotni riskovat, přebírat povinnosti dospělých a trpí řadou psychických onemocnění (Katz et al., 2021). Kartous (2019) popisuje, že sněhová vločka je každá jedinečná, unikátní a při každém dotyku se může zničit. Přesně tak vidí často dnešní generaci někteří starší dospělí. Avšak si neuvědomují, že tento pojem je dosti zesměšňující a populistický. Dnešní mladší generace trpí jinými problémy a zajímají se o odlišné věci ve společnosti (například obava z globálního oteplování). To z ní ale nedělá křehčí jedince (Tamtéž). Katz et al. (2021) hovoří ve svém výzkumu o tom, že tato generace má jiné potřeby, než tomu bývalo dříve. Namísto snahy převzít povinnosti dospělých a soustředit se například na práci, preferují důraz na well-being a vytváření přátelského kolektivu. Dolot (2018) konstatuje, že to co představovalo pro starší generaci hrozbu, je pro generaci Z fascinací a experimentováním. Nezáleží jim na stabilitě v zaměstnání, snadno mění pracovní místa a hledají únik z časté rutiny. K tomuto přispívá i neomezená mobilita, znalost jazyků a mediální gramotnost (Tamtéž). Negativní dopad na duševní zdraví je v tomto případně zapříčiněn z velké části vlivem internetu a sociálních sítí, které prohlubují např. deprese a závislosti (Katz, et al., 2021).

McCrinkle (2014) dodává, že tato generace se výrazně liší i v přístupu ke vzdělávání. Oproti předchozím generacím, které se učily informace nazpaměť, Gen Z již tento způsob nepreferuje. To je částečně způsobeno tím, že mají snadný přístup ke všem potřebným informacím na internetu, což jim umožňuje vyhledat potřebná data bez namáhavého zapamatování si během několika minut. Proto je důležité zaměřit školství na to, jak správně naučit studenty hledat informace a ověřovat si je (McCrinkle, 2014; Seemiller, Grace, 2018; Katz et al, 2021).

### **3.3 Gen Z a život v on-line světě**

Jak bylo popsáno výše, generace Z je formována a ovlivněna on-line prostorem. Pro Gen Z jsou internet, sociální sítě a moderní technologie nezbytnou součástí jejich každodenního života. Odborníci zdůrazňují, že nerozlišují mezi životem „on-line“ a „off-line“. Tyto dva světy vnímají jako vzájemné a doplňující se a mohou mezi nimi snadno přepínat (Dolot, 2018), protože vyrůstali a vyrůstají s internetem, který formuje jejich způsob života, ať už v rodině, v sociálních interakcích, ve škole, v práci nebo v běžném životě (Katz, et al., 2021). Díky zmíněnému soužití s moderními

technologemi jsou příslušníci generace Z považováni za nejgramotnější v této oblasti technologií a sociálních sítí. Tento fakt je také příčinou, že si neumí představit život bez nich (Sladek, Grabinger, 2018). Jak poukazuje Katz et al. (2021) mladší generace se obává skutečnosti, že nebude moci být on-line, protože jí během odpojení uteče něco důležitého. Toto odpojení se nazývá tzv. „FOMO“ nebo-li „fear of missing out“.<sup>27</sup>

Gen Z má na dosah ruky svět plný informací, které jim značně ulehčují život. Toto ulehčení se odráží i v kreativité, kdy informace dokáží najít během několika minut (Sladek, Grabinger, 2018). Ovšem se často stává, že při hledání informací spoléhají mladí spíše na rychlost než na přesnost a ověřování. Dané výsledky také často zapomínají, protože nepřikládají důležitost k jejich zapamatování si (Tamtéž). Informace požadují ihned, tak aby jejich „konzumace“ byla adekvátní a poté je jejich pozornost věnována něčemu jinému (Katz, et al., 2021). V poslední době můžeme pozorovat změnu ve vyhledávání dat. Spitzer (2014) donedávna popisoval stav, kdy mladší zástupci tzv. „digitálních domorodců“ vyhledávali veškeré informace přes Google (často označováno jako Generation Google). Vyhledávání na Googlu nesloužilo pouze k vyhledávání informací a učení, ale také k zábavě a komunikaci mezi přáteli. Nyní generace Z dává pomyslné sbohem vyhledávání na tomto prohlížeči a přesouvá svoji pozornost na sociální sítě, zejména Instagram a TikTok, které jim nabízí hned několik možností a poutavější příběhy a sdělení (Perez, 2022; HeyFomo.cz, 2023).

### **Mediální multitasking**

Mladí lidé generace Z by se také dali charakterizovat jako jedinci, kteří dokáží dělat více věcí najednou. Např. plnit domácí úkoly za pomoci internetu a při tom se dívat na Netflix (Katz et al., 2021). Dále formou chytrých zařízení, kde komentují každodenní svět na Twitteru, sdílejí fotografie na Instagramu a Snapchatu či sledují videa na YouTube a TikToku (Dolot, 2018). Těmto dovednostem se říká tzv. multitasking a mediální multitasking, jak popisuje Manfred Spitzer (2014).

Obecně tento multitasking zahrnuje paralelní vykonávání několika aktivit. Za konkrétní čas, zvládnout vícero úkolů. Nástupem digitálních médií se multitasking umocnil

---

<sup>27</sup> V překladu: Strach z odpojení

v mediální multitasking<sup>28</sup>, tedy, používat více médií najednou. Toto se stalo nepostradatelným společníkem v dnešní společnosti nejen u mladých (Moravec, 2016).

Aktuálně je zřejmé, že mladí lidé tráví velkou část svého dne s médii. Podle odhadů stráví průměrně 8,5 hodiny denně prováděním mediálního multitaskingu (Spitzer, 2014). S multitaskingem v rámci médií přicházejí i určitá negativa, jako je obtížnost odtrhnout se od virtuálního světa a snížená schopnost soustředit se. Existují také zjištěné problémy s ovládním psychiky (Moravec, 2016). Jak k tomu dodává Spitzer (2014, s. 211): „*Při všech duševních schopnostech, které při multitaskingu potřebujeme, dopadají multitaskeri výrazně hůř než nemultitaskeri*“.

### **Sociální síť**

Jak bylo popsáno výše, digitální technologie a převážně sociální síť ovlivňují život a myšlení mladé generace. Pro generaci Z jsou často sociální síť hlavním zdrojem sblížení a udržování kamarádství a také velkým zdrojem vyhledávání informací. Velká část mladé generace je přímo ovlivněna a propojena digitálním světem a on-line platformami (Katz, et al., 2021). Twenge (2017) popisuje situaci každodenního života Gen Z, pro kterou jsou sociální síť klíčové k utváření své identity a prezentování se světu. Tato generace je mnohem více otevřená a tolerantní, a právě zmíněné sociální síť jim umožňují sdílet své myšlenky a názory s celým světem (Tamtéž).

Katz et al. (2021) uvádí jako nejpoužívanější aplikace Instagram, Snapchat a TikTok. Generace Z oceňuje tyto platformy pro svoji autentičnost a okamžitou možnost sdílet své myšlenky, postoje a názory s celým světem, což jim umožňuje být neustále kreativní (Auxier, Anderson, 2021). Často používanou aplikací je také YouTube, kde je pro mladé generace nespočet informací. Mezi další, ale méně využívané aplikace patří Twitter a Facebook, který je často označován jako aplikace pro starší, která zažívá pád. Mimo tyto platformy jsou také velmi používané nové aplikace. Jedná se například o Discord a Twitch, které umožňují vytvářet specifické komunity přátel a řešit, sdílet jejich zájmy nejen z herního prostředí (Katz et al., 2021).

Andersen et al. (2020) tvrdí, že pro generaci Z je angažovanost a participace na sociálních sítích velmi důležitá, protože ji vnímají jako přirozený způsob komunikace

---

<sup>28</sup> Moravec (2016) mediální multitasking dělí do tří kategorií: 1. *Multitasking v 1 mediálním obsahu* (př. sledování a komentování videí na YouTube). 2. *Multitasking na 2 a více médiích* (př. sledování TV, telefonování, chatování, hraní her) 3. *Multitasking v rámci jednoho média* (př. několik otevřených oken na počítači, které nám umožní pracovat, poslouchat hudbu a využívat sociální síť).

a zapojení do společenských debat a situací. Podle autorů se generace Z stává čím dál aktivnější na sociálních sítích, kde mají možnost se podílet na různých kampaních a peticích. Mohou sdílet své názory a příspěvky, tak aby ovlivnili veřejné dění i politické rozhodování (Tamtéž).

### **3.4 Gen Z a aktivní občanství**

Aktivní občanství mladých neustále poutá pozornost akademiků a rozděluje je na dva pomyslné tábory. Jedna skupina prezentuje mladé (zejména generaci Z) v pesimistickém světle a hodnotí je pouze na základně tradičních forem zapojení. Na druhé straně existuje skupina, která zastává optimistický přístup. Generace Z se podle nich angažuje dostatečně. Projevy aktivního občanství mladých lidí získávají však novou podobu, přesouvají se do on-line prostoru a souvisejí zejména se sociálními sítěmi (Andersen et al., 2020). Tato nová forma angažovanosti zpřístupňuje zapojení se do aktivního života více lidem. Prostřednictvím digitálních platforem se mohou podílet na společenských otázkách a přispívat k nim (Broom, 2017; Andersen et al., 2020).

Zároveň je výrazný rozdíl v přístupu mladších generací k politické účasti ve srovnání se staršími generacemi. Politický zájem a ochota vnímat dění ve světě se v průběhu času a mezi generacemi mění. Například starší generace (generace Baby Bommers, generace X) obecně projevují vyšší úroveň politického zájmu a zapojení než mladší jedinci (Duffy, 2021). Tato politická zúčastněnost starších generací se zaměřuje především na povinnost účastnit se voleb a zajímat se o tradiční témata, jako jsou ekonomika, daňová politika nebo zdravotní péče. Tato témata byla dlouhodobě považována za klíčová a měla významný vliv na životy občanů a fungování společnosti. Starší generace se obecně angažuje ve snaze udržet a chránit stávající systémy a hodnoty, které považují za důležité pro stabilitu země (Seemiller, Grace, 2018; Anderesn et al., 2020). Avšak jak ukazují některé výzkumy (Broom, 2017; Andersen et al., 2020), narůstá politický zájem a angažovanost u mladých lidí. Tento trend je zapříčiněn sociálními sítěmi a jejich schopností reflektovat důležitá témata a zájmy, které mladé oslovují. Důležité je zde srovnání mladších generací, tedy tzv. mileniálů a generace Z. Mileniálové jsou zaměřeni na „JÁ“ (témata, která se týkají především dané osoby), kdežto generace Z je zaměřena na „MY“. Jedná se o zásadní otázky, které neovlivňují pouze jedince, ale nýbrž celou společnost, jako jsou klimatické změny, lidská práva, práva LGBT+, rasismus atd. (Seemiller, Grace, 2018). Podle Seemiller a Grace (2018) se ukazuje, že angažovanost

mladých lidí v klíčových otázkách může překročit rámec běžného politického aktivismu a přejít do forem tzv. „politického hacktivismu“. Tento princip vkládá obrovské úsilí do činnosti upozorňující na danou problematiku. Musíme si uvědomit, že tato generace může nabourávat předešlé systémy a struktury, které vybudovali právě starší lidé. Generace Z může upozorňovat jedinečnými, často až aktivistickými přístupy<sup>29</sup>, které mnohdy převyšují tradiční metody, jako účast ve volbách (Tamtéž).

Jak již bylo zmíněno v předchozích částech této diplomové práce, aktivní občanství mladších generací v rámci tradičních způsobů účasti na politice vykazuje pokles. Tito mladí lidé se sice účastní jistých politických aktivit méně, ale na rozdíl od předchozích generací narůstá jejich ochota aktivního zapojení se jinými způsoby a s novými tématy (Flanagan, Levine, 2010).

Můžeme uvést některé výzkumy, které poukazují na zvýšenou participaci i v tradičních formách. Statistika Eurobarometer: European Youth (2022) ukazuje zvýšený zájem o participaci a angažovanost mladých ve věku 15–30 let. Přibližně 58 % mladých lidí je aktivních ve společnosti a účastnilo se během posledních 12 měsíců alespoň jedné participativní akce. Průzkum ukazuje, že nejvyhledávanějšími tématy v oblasti angažovanosti mladých je válka na Ukrajině. Tato událost přesvědčila řadu mladých lidí k aktivnímu zapojení se k podpoře Ukrajiny. Dalším tématem je zejména boj proti globálnímu oteplování a klimatickým změnám (Eurobarometer: European Youth, 2022). Tato generace je silně angažována právě v tomto boji z důvodů obav o nejistou budoucnost. Proto se Gen Z často zapojuje do aktivity na podporu klimatu, jako je dobrovolnictví, shromáždění a také protesty (Tyson, Kennedy, Funk, 2021).

V rámci České republiky výzkumy ukazují snížený zájem mladých lidí<sup>30</sup> o občanskou angažovanost a politickou participaci. Zároveň však nepotvrzují, že by se mladí lidé vůbec neangažovali a nezajímali se (Kudrnáč, 2017b; Macková et al., 2018).

Šaradín et al. (2021) navazují na tuto skutečnost výzkumy, které hovoří o dlouhodobém nezájmu mladých lidí o politiku a veřejné dění ve formách tzv. konvenční participace (účast ve volbách), ale zdůrazňují velmi pozitivní efekt sociálních sítí. Tento pozitivní

---

<sup>29</sup> Typickým příkladem jsou klimatičtí aktivisté z organizace Poslední generace. Tato organizace nejčastěji upozorňuje na změny klimatu bojkotem v dopravě či poškozováním uměleckých děl (ČT24, 2023)

<sup>30</sup> V české společnosti se používá především pojem mladí lidé v otázkách angažovanosti a participace na rozdíl od termínu generace Z.



efekt digitálních platform a internetu dokazují i výzkumy *CATCH-EyoU*<sup>31</sup> (Macková et al., 2018) zaměřené na aktivní občanství mládeže či výzkum *Mediální gramotnost žáků základních a středních škol a jejich postoje k médiím* (Člověk v tísni, 2023). Druhý výzkum nastoluje důležité otázky týkající se vlivu médií na demokracii a zároveň vyjadřuje obavy studentů středních škol z rostoucí manipulativnosti sociálních sítí a z klesající důvěry v média, což může představovat potencionální ohrožení demokracie. Studenti zdůrazňují důležitý vliv média veřejné služby (České televize) a dalších seriózních účtů na sociálních sítích, které předávají kvalitní obsah o aktuálním děním<sup>32</sup> (Člověk v tísni, 2023). Nicméně Šaradín et al. (2021) poznamenávají, že televize a zpravodajství nejsou pro mladší generace mrtvým médiem. Sledování večerního zpravodajství se stalo jakýmsi „rituálem“ během doby covidové pandemie, kdy mladí lidé trávili více času doma s rodiči.

Podle Šaradína et al. (2021) využívání internetu a sociálních sítí jako zdroje demokratických dat je formou „on-line“ participace, která přispívá k zájmu o politická, světová a enviromentální témata. Prostřednictvím ní se může u mladších generací rozvíjet zájem o účast i v „off-line“ prostředí.

Kromě participace na internetu je podle Kudrnáče (2017b) důležitá i participace mimo internet, zejména ve školním prostředí. Škola představuje jedno z hlavních míst, které může navést studenty k ochotě zajímat se a angažovat. A to zejména prostřednictvím diskusí na aktuální témata s učiteli nebo vrstevníky, tematických přednášek, workshopů a projektových dnů<sup>33</sup>.

Macková et al. (2018) také popisuje, že mladí Češi se aktivně zapojují do dobrovolnických a charitativních aktivit, či finančně podporují organizace nebo spolky. Důležitý je také jejich kritický pohled na nadměrný konzumerismus, kdy často bojkotují určité výrobky a značky z důvodu špatného vlivu na životní prostředí při jejich výrobě. Naopak protestní akce a demonstrace či stávky jsou méně oblíbené a mladí lidé tyto aktivity vnímají jako extrémní a radikální, a proto spíše se jim vyhýbají (Tamtéž).

---

<sup>31</sup> Tento výzkum se zaměřuje na politickou participaci mladých lidí ve věkové skupině adolescentů (16–18 let) a mladých dospělých (20–26 let).

<sup>32</sup> Ve výzkumu je také kladen důraz na rozpoznání zavádějících informací a fake news, které podkopávají demokratické hodnoty.

<sup>33</sup> Typickým příkladem jsou aktivity Fridays For Future, studentské volby od organizace Člověka v tísni pro střední školy nebo studentské parlamenty.

## Praktická část

### 4 Metodologie

#### 4.1 Cíl a metodologie

Hlavním cílem této diplomové práce je objasnit, co mladé lidi, z tzv. generace Z motivuje k aktivnímu občanskému angažování a politické participaci. Pro dosažení tohoto cíle budou využity výsledky dílčích šetření zaměřených na identitu generace Z a vliv sociálních sítí na ni. Analyzovány budou též důvody, proč se mladí lidé angažují a jaký vliv na jejich aktivní zapojení má rodina, přátelé, vrstevníci a kulturní zázemí. Dále se bude zkoumat jejich zájem o dění ve společnosti, jaké faktory ovlivňují formování jejich demokratických hodnot a postojů a také jaký je vliv školních institucí. Součástí výzkumu bude zkoumání důvodů negativního formování postojů nebo nezájmu o dění kolem sebe. Dalším dílčím cílem je poukázat na měnící se pojetí občanství v 21. století, které je úzce spojeno s rolí médií a konzumací zpravodajství na internetu a sociálních sítích.

Cíle práce byly také rozděleny do tří kategorií dle Maxwella (2005 in Švaříček, Šedřová, 2007), tedy cíl intelektuální, praktický a personální<sup>34</sup>.

#### **Intelektuální cíl**

Cílem bude objasnit, co motivuje zástupce studentů a žáků generace Z k aktivnímu občanství a politické participaci. Zaměříme se na zkoumání různých aspektů, které ovlivňují formování jejich občanských názorů, zejména v kontextu konzumace zpravodajství na sociálních sítích.

---

<sup>34</sup> Intelektuální cíl udává, jakým způsobem práce přispívá k odbornému poznání. Praktický cíl popisuje, jak budou výsledky prakticky využity například ve společnosti. Personální cíl směřuje k samotnému výzkumníkovi, jak práce obohatí jeho samého (Maxwell, 2005 in Švaříček, Šedřová, 2007).

## **Praktický cíl**

Informace, které přinese tato diplomová práce, přispějí k hlubšímu pochopení měnícího se pojetí občanství generace Z.

## **Personální cíl**

Budoucí učitelé předmětů základů společenských věd či výchovy k občanství by měli mít zájem o to, jak jejich studenti vnímají svět kolem sebe, jak se informují, pomocí jakých kanálů získávají informace, jak je ověřují a také jaká témata je celkově zajímají. Proto získaná data poslouží pro pedagogickou praxi a k efektivnějšímu vnímání žáků v humanitních předmětech.

Pro získání dat byla zvolena kvalitativní forma výzkumu s metodami polostrukturovaných rozhovorů a focus group. Forma kvalitativního výzkumu byla vybrána, protože nabízí možnost získání dat, která lépe přispějí k hlubšímu pochopení témat politické participace a občanské angažovanosti generace Z. I když kvantitativní výzkum by poskytl větší množství dat, kvalitativní přístup s menším počtem respondentů umožní získat hlubší a bohatší odpovědi. Respondenti budou mít více prostoru pro vyjádření svých názorů a zkušeností. Cílovou skupinou budou ti nejmladší z generace Z, tedy žáci a studenti základních škol a středních škol<sup>35</sup>.

## **4.2 Kvalitativní výzkum**

Jak již bylo zmíněno výše, pro diplomovou práci byl zvolen kvalitativní výzkum. Kvalitativní přístup je proces zkoumání a hledání sociálních nebo lidských jevů a problémů v autentickém prostředí. Specifický vztah mezi výzkumníkem a respondentem, založený na řadě postupů a metod, umožňuje získat komplexní a ucelená data, která nám lépe pomohou pochopit danou problematiku. (Švaříček, Šedřová, 2007; Hendl, 2008). Zjednodušeně řečeno podle Dismana (2011) je kvalitativní výzkum založen na zkoumání menšího počtu respondentů, kteří poskytují podrobné odpovědi, což pomáhá lépe porozumět zkoumanému tématu. Kvalitativní výzkum je založen na induktivní logice. Badatel pozoruje, sbírá data, pátrá po pravidelnostech a formuje předběžné závěry, které pak lépe pomohou rozumět pozorované realitě (Tamtéž).

---

<sup>35</sup> Výzkumná část je také doplněna o studenty vyšších ročníků středních škol, zejména z důvodu jejich účasti u prvních voleb (prezidentské volby v roce 2023). Jedná se o studenty 3. ročníků SŠ.

Primárním krokem je stanovení cílů a zvolení výstižných otázek, které se budou zkoumat. Kvalitativní výzkum je proměnlivě plánovitý. Otázky tedy nemusí mít pevný charakter a mohou se v průběhu výzkumu měnit nebo doplňovat, tak abychom obohatili výzkum či se přizpůsobili novým situacím (Švaříček, Šedřová, 2007). Podle Hendla (2008) je výzkumník často přirovnáván k tzv. detektivovi, což představuje zajímavý aspekt výzkumné práce. Tento pomyslný „detektiv“ pracuje v terénu<sup>36</sup> a seznamuje se s novými lidmi v jejich přirozeném prostředí, tak aby mu napomohli k řešení dané problematiky svými informacemi.

Kvalitativní výzkumy probíhají v delším časovém horizontu za pomoci intenzivního kontaktu s jedincem či skupinou. Díky této zkušenosti můžeme pochopit myšlení dané skupiny a částečně nahlédnout do jejího způsobu života (Hendl, 2008). Nezbytnou činností v tomto výzkumu je samotné získávání dat, která obsahují specifické činnosti a neustálé zápisky: *„Typy dat v kvalitativním výzkumu zahrnují přepisy terénních poznámek z rozhovorů, fotografie, audio- a videozáznamy, osobní komentáře (...)* (Tamtéž, s. 50). Tyto metody a přepisy napomáhají k lepšímu pochopení a přiblížení výzkumného problému.

Trampota a Vojtěchovská (2010) poukazují na to, že pátrání do hloubky problematiky je největším přínosem kvalitativního výzkumu. Pomocí otázek *Jak...?* se nám neustále objevují nové údaje, které neustále rozvíjí dané šetření. Mezi další výhody tohoto druhu výzkumu patří například získávání podrobného popisu jedince, skupiny či fenoménu a zkoumání problematiky v přirozeném prostředí (Hendl, 2008). Avšak nesmíme opomenout nevýhody při této metodě. Největším negativem kvalitativního výzkumu může být skutečnost, že získaná data nelze zobecnit na celou populaci, tudíž je těžká kvantitativní predikce. Velice náročné je získávání a následná analýza dat z časového hlediska (Švaříček, Šedřová, 2007; Hendl, 2008). Na co nesmíme zapomenout, je samotné ovlivnění rozhovoru: *„Výsledky jsou snadněji ovlivněny výzkumníkem a jeho osobními preferencemi“* (Hendl, 2008, s. 50).

---

<sup>36</sup> Podle Hendla (2008) je práce v přirozeném prostředí nezbytnou součástí výzkumu, např. v baru, ve sportovním centru, ve škole nebo v místech, kde tráví respondenti volný čas. Tyto zkušenosti nám v následném hodnocení dávají do souvislosti širší socioekonomický či kulturní kontext.

### 4.3 Metody výzkumu

Kvalitativní výzkum zahrnuje několik možností a typů, při kterých se získávají potřebná data. V této diplomové práci byly zvoleny dvě metody, a to polostrukturované rozhovory a metoda focus group.

#### **Polostrukturovaný rozhovor**

Kvalitativní dotazování dělíme na dvě krajní formy, kdy jedna forma je charakteristická pro svoji pevnou strukturu s uzavřenými otázkami (strukturované rozhovory), druhá forma upřednostňuje volné vyprávění subjektu (nestrukturované rozhovory) (Hendl, 2008). Mezi těmito metodami existuje podle Hendla (2008) tzv. zlatá střední cesta, tedy polostrukturované rozhovory. Polostrukturované rozhovory pomáhají výzkumníkovi kombinovat pevnou strukturu definovaných otázek s volným vyprávěním, kdy otázky můžeme doplňovat či vypouštět podle situace.

Miovský (2006) zmiňuje důležitost tzv. jádra interview, kdy máme definované otázky, které musíme probrat a k nim postupně nabalujeme doplňující otázky nebo otázky vynecháváme, protože byly zodpovězeny spontánně. Velkou výhodou jsou zmíněné doplňující otázky, které rozšiřují obzory tazatelů a pomáhají mu nahlédnout do problematiky. S tím souvisí také možnost zaměřovat pořadí otázek, na které se budeme účastníků ptát (tamtéž). Podle Miovského (2006, s. 160) je také vhodné použití tzv. inquiry: „(...) *inquiry, tedy upřesnění a vysvětlení odpovědi účastníka. Znamená to, že si necháváme například vysvětlit, jak danou věc myslí.*“

Polostrukturované rozhovory vyžadují náročnější technickou a časovou přípravu. Musíme mít připravené otázky a vědět na co se ptát. O daném tématu musíme mít zjištěné informace, abychom byli připraveni a neimprovizovali (Miovský, 2006; Švaříček, Šed'ová, 2007).

#### **Focus group**

Focus group neboli ohnisková skupina je kvalitativní výzkumná metoda, při které získáváme data ze skupinových interakcí (skupinové diskuse). Velikost skupiny by neměla být ani malá, ani velká, měla by umožnit kvalitní interakce. Za ideální počet účastníků této metody je považované rozmezí mezi šesti až osmi jedinci. Výjimkou však nejsou početnější skupiny v závislosti na výzkumu (Švaříček, Šed'ová, 2007).

Výzkumník určuje zaměření diskuse (ohnisko), které se odvíjí od výzkumných otázek a okruhů. Diskuse je obvykle neformálnější povahy a zaměřuje se na konkrétní předmět zájmu. Data jsou získávána ze záznamu skupinové interakce (Miovský, 2006). Tento typ výzkumu má značnou výhodu v kvalitě získávání dat. Získáváme množství kvalitních informací během krátkého časového intervalu, kdy je navíc toto skupinové interview pro účastníky zábavné. Na námi sledované téma zjistíme různé pohledy a můžeme také dobře vnímat, kdy nastává ve skupině souhlas či nesouhlas s daným tvrzením. Nevýhodou však může být ovlivnění se navzájem. Jedinci bezprostředně hodnotí své odpovědi, které mohou měnit podle výpovědi ostatních (Hendl, 2008).

#### 4.4 Výběr respondentů

Výběr výzkumného vzorku<sup>37</sup> představuje klíčovou a často náročnou fází každého kvalitativního šetření. Samotný proces výběru výzkumného souboru v kvalitativních přístupech obvykle není pevně stanoven a může se měnit během průběhu studie. Je nezbytné, aby výběr vždy směřoval k dosažení cílů výzkumu a umožňoval odpovědi na zkoumaný problém. Zároveň se také musí zajistit důkladné pokrytí relevantních odpovědí (Miovský, 2006). Převážně v šetření pomocí rozhovorů se musíme předem rozhodnout jaké respondenty oslovíme a odpovědět si na otázku, proč je volíme a zda jsou vhodnými kandidáty (Hendl, 2008).

Obecně náš zkoumaný vzorek vzniká na základě dobrovolnosti respondentů, kteří jsou ochotni a motivováni šetření provést (Trampota, Vojtěchovská, 2010).

Nesmíme také opomenout etické zásady výzkumu, jak zmiňuje Hendl (2008, s. 153): „*Etické otázky hrají ve společenskovědním výzkumu důležitou roli. Existují různé standardy a doporučení, které vymezují etická pravidla.*“ Na začátku výzkumu je nutné získat informovaný souhlas, kdy osoba souhlasí s účastí. Specifickým problémem je informovaný souhlas nezletilých. Nezletilí nemohou dát tento souhlas sami, musí se toto prohlášení získat od zákonného zástupce (Tamtéž). Tato povinnost byla využita i v tomto výzkumu podle standartu etické komise Pedagogické fakulty Jihočeské univerzity. Respondenti byli seznámeni s výzkumem a byl jim poslán informovaný souhlas, který jejich zákonní zástupci podepsali, pokud souhlasili s výzkumem. Starší respondenti 18 let vyjádřili svůj souhlas slovně.

---

<sup>37</sup> Výběr výzkumného vzorku v našem případě zahrnuje studentky a studenty základních a středních škol.

K dalším etickým zásadám patří svobodné ukončení rozhovoru, zákaz zveřejnění informací, které by mohly účastníka poškodit nebo byly použity proti jeho vůli. Dále pak zajištění anonymity a emočního bezpečí respondenta (Hendl, 2008).

## 5 Výzkumná část

### 5.1 Tvorba výzkumných otázek a okruhů

Jak již bylo zmíněno, hlavním cílem této diplomové práce bude objasnit, jaký je vztah generace Z k aktivnímu občanskému životu ve společnosti. Výpovědi a porovnávání odpovědí žáků a studentů nám pomohou zjistit, jakým způsobem příslušníci generace Z nahlíží na svět, co je zajímavá a jakým způsobem přijímají zprávy či se angažují.

Okruhy otázek a samotné dotazování bylo vytvořeno a formováno na základě odborných studií, které se zaměřují na tuto problematiku. Hlavní inspirací při sestavování okruhů otázek byly výzkumy zaměřující se na aktivní občanství mladých lidí. Mezi tyto výzkumy patří: *Mladí lidé a demokracie* (Kudrnáč, 2017b) a *CACHT-EyoU: Utváření aktivního občanství evropskou mládeží* (Macková et al., 2018). Další část otázek vyplynula samovolně při samotných rozhovorech. Pro větší přehlednost byly vytvořeny okruhy s primárními a sekundárními tématy / otázkami.

#### Okruhy:

##### 1. Identita Generace Z

- a) *Co pro vás znamená být součástí Gen Z?*
- b) *Vliv internetu a sociálních sítí*
  - i) *Jaký vliv mají na vás sociální sítě? Jsou tato média pro příslušníky této generace důležitá?*
  - ii) *Jsou příslušníci generace Z schopni se odpojit od sociálních sítí? Máte strach z odpojení (FOMO)?*

##### 2. Generace Z a demokratické hodnoty

- a) *Mladí lidé (Gen Z) a demokracie*
  - i) *Myslíte si, že mladí lidé preferují demokratický způsob vlády?*
  - ii) *Jak vnímáte stav demokracie v České republice?*
- b) *Jaký vliv má vaše rodina (kamarádi) na vaše vnímání demokracie?*



c) *Jak může Gen Z podporovat demokratické hodnoty*

i) *Jaká je vaše ochota jít volit či se angažovat v dění kolem sebe?*

### **3. Generace Z a zájem nejen o politiku**

a) *Zájem o dění kolem sebe*

i) *Jaká témata jsou zásadní pro Gen Z?*

ii) *Jaký je váš zájem o politická, světová, kulturní a ekologická témata?*

b) *Zdroj informací a konzumace zpráv*

i) *Jaké zdroje informací preferujete při sledování dění ve světě: sociální sítě, webové zdroje nebo klasická média (televize, rádio)?*

ii) *Které účty na sociálních sítích jsou pro vás nejzajímavější a proč?*

iii) *Jaký je váš postoj k otázce zdrojů informací a dezinformací ve vztahu k dění ve světě?*

### **4. Generace Z a participace / angažovanost**

a) *Participace / angažovanost mezi mladými lidmi*

i) *Jaké formy zapojení upřednostňují mladí lidé?*

ii) *Jak se zapojujete vy?*

b) *Aktivní občanství ve školním prostředí*

i) *Jaká je role školní instituce při podpoře aktivního občanství mezi mladými lidmi?*

ii) *Jaká je vaše zkušenost s angažováním se ve škole?*

c) *Motivace a bariéry*

i) *Jaké jsou nejčastější bariéry, které brání mladým lidem v jejich zapojení se?*

## 5.2 Charakteristika respondentů

Výzkum byl proveden na vzorku respondentů, kteří navštěvují jak základní, tak střední školy. Jedná se o studenty z Jihočeského a Plzeňského kraje, konkrétně z okresů České Budějovice a Klatovy. V rámci studentů středních škol bylo zajištěno zastoupení různých typů škol, tedy gymnázia, střední odborné školy a učiliště.

Výzkum čítá dohromady 34 respondentů z toho 15 studentů formou polostrukturovaných rozhovorů a 19 studentů formou focus group<sup>38</sup>. Jedná se o 19 chlapců a 15 dívek ve věku od 14 do 15 let.

**Tabulka 1: Respondenti výzkumu – Polostrukturované rozhovory**

Jméno	Typ školy <sup>39</sup>	Ročník	Způsob rozhovoru
Petr	ZŠ	8.	Discord
Jana	ZŠ	8.	Instagram
Martin	ZŠ	9.	Face to Face
Kristýna	ZŠ	9.	Face to Face
Angelína	SOŠ (OA)	1.	Instagram
Aneta	SOŠ (OA)	1.	Discord
Linda	SOŠ (OA)	1.	WhatsApp
Nastya	SOŠ (OA)	1.	WhatsApp
Šimon	Gymnázium	1.	Instagram
Martin	Gymnázium	1.	Face to Face
Jirka	SOŠ (SZŠ)	2.	Face to Face
Tomáš	SOŠ (SPŠ)	3.	Discord
Marek	SOU (kuchař-číš.)	3.	Instagram
Lukáš	SOŠ (OA)	3.	Instagram
Adam	SOŠ (SPŠ)	3.	Face to Face

Zdroj: vlastní zpracování

<sup>38</sup> Jedná se o čtyři skupiny focus group; jedna skupina po šesti respondentech, dvě skupiny po pěti respondentech a poslední skupina po třech respondentech.

<sup>39</sup> ZŠ: základní škola; SOŠ: střední odborná škola; OA: obchodní akademie; SZŠ: střední zemědělská škola; SPŠ: střední průmyslová škola; SOU: Střední odborné učiliště.

**Tabulka 2: Respondenti výzkumu – Focus group ZŠ 9. ročník**

Jméno	Typ školy	Ročník	Způsob rozhovoru
Klára	ZŠ	9.	Face to face
Nikola	ZŠ	9.	
Monika	ZŠ	9.	
Patrik	ZŠ	9.	
Matyáš	ZŠ	9.	
Lukáš	ZŠ	9.	

Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka 3: Respondenti výzkumu – Focus group florbal**

Jméno	Typ školy	Ročník	Způsob rozhovoru
David	SOU (Automechanik)	2.	Face to Face
Patrik	Gymnázium	1.	
Honza	Gymnázium	2.	
Matouš	Gymnázium	2.	
Jarda	Gymnázium	1.	

Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka 4: Respondenti výzkumu – Focus group SOŠ**

Jméno	Typ školy	Ročník	Způsob rozhovoru
Eliška	SOŠ (OA)	1.	Instagram
Renáta	SOŠ (OA)	1.	
Simona	SOŠ (OA)	1.	
Julie	SOŠ (OA)	1.	
Veronika	SOŠ (OA)	1.	

Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka 5: Respondenti výzkumu – Focus group gymnázium**

Jméno	Typ školy	Ročník	Způsob rozhovoru
Karel	Gymnázium	2.	Discord
Radim	Gymnázium	2.	
Anna	Gymnázium	2.	

Zdroj: vlastní zpracování

### 5.3 Průběh, zpracování rozhovorů a kategorizace

Proces oslovení respondentů zahrnoval několik různých přístupů. Nejprve byli osloveni respondenti, které autor diplomové práce bezprostředně zná, dále pak respondenti ze

sportovního oddílu, žáci v rámci souvislé pedagogické praxe autora a poté studenti doporučení vyučujícími ze středních škol. Tito respondenti byli převážně osloveni nejprve přes e-mail a poté se komunikace přesunula na sociální síť, především Instagram. Rozhovory byly uskutečněny, jak osobně („face to face“) s respondenty, které autor osobně znal, tak i on-line formou. Nakonec se ukázalo, že forma komunikace přes on-line platformy vyhovovala oběma stranám, zejména díky flexibilitě časového plánu.

Během rozhovorů nebyl stanoven pevný časový limit, a tak se vlastní komunikace pohybovala od dvaceti minut do jedné hodiny. Délka rozhovoru často závisela na časových možnostech respondentů a jejich ochotě „otevřít se“. Pro samotný rozhovor bylo zapotřebí nahrávací zařízení (v našem případě diktafon v mobilním telefonu) a v rámci on-line rozhovorů, pak především spolehlivé a rychlé internetové připojení na obou stranách.

Jak bylo zmíněno výše, komunikace s respondenty byla realizována prostřednictvím sociálních sítí, především na Instagramu, WhatsAppu a také přes e-mail. Rozhovory na on-line platformách byly realizovány přes Instagram, WhatsApp a také Discord. Jeden rozhovor byl také uskutečněný jak formou on-line rozhovoru, tak i prostřednictvím chatu. Jednalo se o Nastyu (ukrajinská dívka), pro kterou byla komunikace v češtině náročná. Proto se rozhovor přesunul do chatu, kde Nastye pomáhal online slovník. Jedna respondentka se obávala více „otevřít se“ z důvodu studu a rozhovor chvílemi připomínal zkoušení ve škole. Respondentka byla ujištěna, že žádná odpověď není špatná.

Před každým rozhovorem byl představen respondentům samotný výzkum a okruhy otázek. Dále se provedl informovaný souhlas<sup>40</sup>, aby byly zajištěny veškeré požadavky a předpisy spojené s tímto typem výzkumu. Všechny rozhovory byly následně přepsány z audio nahrávek do psaného textu, aby je bylo možné analyzovat a vyhodnotit. Tímto způsobem bylo zajištěno, že rozhovory byly pečlivě dokumentovány a mohly být podrobeny další analýze a interpretaci.

---

<sup>40</sup> U respondentů, kterým nebylo 18 let, se kromě informovaného souhlasu vyžadoval podpis zákonných zástupců.

## 5.4 Analýza dat

### 5.4.1 Identita Gen Z

#### Co znamená být součástí Gen Z:

Pro respondenty nebylo těžké definovat pojem Gen Z, až na dva studenty (Linda SOŠ; Martin ZŠ), kteří nevěděli, co tento výraz znamená. Nejčastěji se opakovala odpověď, kterou uvedla například Aneta (SOŠ): „*Jedná se o naši generaci. Patřím tam já a moji spolužáci a také o něco starší mladí lidé*“. Jednu z nejpřesnějších „definic“ uvedla Veronika (focus group, SOŠ): „*Jsou to mladí lidé, kteří se narodili okolo roku 1996 až do roku 2012*“. Vtipný komentář dodal Petr (ZŠ), pro něj je Gen Z skupina vrstevníků, kteří jsou mladší než jeho staří rodiče.

Zajímavé odpovědi nastínila otázka: „*Co pro vás znamená být součástí této generace?*“. Nastya (SOŠ) zmiňuje, že jejich generace má velký vliv na dění ve světě, a to díky sociálním sítím a internetu. Kristýna (ZŠ) uvádí: „*být součástí této generace je pro mě osobně velmi důležité. Budeme lepší rodiče, kteří budou mít daleko větší porozumění na důležitá témata jako LGBT+ a globální oteplování*“. Pro Adama (SOŠ) je to hlavně neomezená možnost všeho, od cestování, možností sociálních sítí a velké pestrosti kultury (Adam zde zmiňuje především kulturu sneakers<sup>41</sup>). Naopak pro Marka (SOU), Lukáše (SOŠ) a skupinu focus group – florbal to příliš neznamená. Obecně mezi nimi panoval názor, že se jedná o generaci, která je jako každá jiná, jen potřebuje více k životu sociální sítě. Daleko větší příslušnost cítí ke svým vrstevníkům a kamarádům než ke všem jedincům z celé generace Z. Důležitý postřeh dodala skupina (focus group, ZŠ) a Angelína (SOŠ), která zmiňovala, že je jejich generace velice zkažená a uspěchaná, viz jak dokládá Angelína (SOŠ): „*tou zkaženou generací myslím to, že jsme strašně napřed. Máme všechno dřív a nemyslím si, že je to dobře. Ať už první sex nebo první zkušenosti s drogami a všechno je ovlivněno sociálními sítěmi, kdy se snažíme zalíbit se*“. Podobné informace podali členové ze skupiny focus group gymnázium, tedy Anna, Karel a Radim.

#### Vliv sociálních sítí:

---

<sup>41</sup> Kultura sneakers, také známá jako sneakerhead kultura, se týká zájmu a vášně kolem bot jako módního jevu. Jedná se o určitou subkulturu, která spojuje lidi s nadšením pro sběratelství a nošení limitovaných tenisek a streetwearu.

Pro generaci Z jsou velice důležité sociální sítě, kromě Martina (GYM.). Martin, jak sám dodává, je spíše výjimkou ve své generaci: „*Já jsem asi úplně jinde, často si připadám i starší. A co se týče sociálních sítí, tak mám pouze Facebook, který používám jen občas a Twitter na politiku nebo dění ve světě. Nějak nechápu mít třeba Instagram a TikTok, jde to úplně mimo mě (...)*“. Naopak všichni ostatní respondenti několikrát zmínili, že sociální sítě jsou pro ně velmi důležité, ať už se jedná o respondenty na základních školách, tak na středních školách. Adam (SOŠ) či skupina žákyň (focus group, SOŠ) zdůrazňují, že sociální sítě formují jejich život. Bez sociálních sítí si nedokáží představit jediný den. Především se jedná o komunikaci mezi přáteli a spolužáky, jak dodává Petr (ZŠ) a Martin (ZŠ), ale také se jedná o tzv. scrollování<sup>42</sup> na sociálních sítích: „*Někdy se nechám úplně vtáhnout do sociálních sítí, hlavně TikToku. A ztrácím pojem o čase a prostě jsem tam několik hodin*“. (Kristýna, ZŠ). Mezi nejčastější sociální sítě patří mezi respondenty Instagram, TikTok a Snapchat. „*Myslíme si, že Instagram a TikTok se používají ze všeho nejvíc. Používáme to my, ale myslíme si, že je používají i ostatní*“ (focus group, ZŠ). S tímto tvrzením souhlasí většina respondentů, účastníci focus group (florbal) dodávají: „*hlavně používáme taky Discord. Nevím, zda se to bere jako sociální síť, ale trávíme tam hodně času, když hrajeme hry nebo si povídáme s klukama*“. Obdobně jako focus group (GYM.): „*používáme skoro všechny sociální sítě, ale hlavně TikTok, Snapchat a Instagram (...) mezi sebou si voláme i přes discord*“. Respondenti často vtipně okomentovali stav sociální sítě Facebook, která je podle jejich slov často mrtvou aplikací nebo aplikací pro starší: „*No Facebook má dneska už jen boomer*“ (Petr, ZŠ).

S časem stráveným na sociálních sítích se také pojí nebezpečí získávání závislostí či syndrom FOMO. Například pro Jirku (SOŠ) jsou sociální sítě pouze možným řešením, když se nudí. Ale značná část respondentů má problém se odpoutat od TikToku a Instagramu. Typickými odpověďmi, které se opakovaly, byl pocit, že nám uteče něco důležitého, a to dokládá i Linda (SOŠ): „*dokážu se odpojit, ale vím, že s tím mám problémy*“. Nebo odpověď respondentek (focus group, SOŠ): „*když máme co dělat, je to v pohodě. Jako jsem venku nebo na dovolené. Ale dost času prostě jen sedíme a koukáme a scrollujeme. Máme často strach, že nám uteče něco nového*“. Podle výpovědí bylo patrné, že jsou značné rozdíly mezi zvládnutím se odpojit od sociálních

---

<sup>42</sup> „Scrollování“ v kontextu sociálních sítí (Instagram a TikTok) znamená procházení obsahu, tak že uživatelé posouvají prstem po obrazovce a prohlížejí si neustále nové příspěvky.

sítí mezi chlapci a dívkami. Větší část chlapců s tímto měla menší problém než dívky. Zajímavá byla výpověď Nasyti (SOŠ), která podle svých slov nikdy netrávila tolik času u mobilu. Ale po vypuknutí války na Ukrajině a přestěhování se do České republiky, tráví značný čas na sociálních sítích, aby jí něco důležitého neuniklo.

#### 5.4.2 Gen Z a demokratické hodnoty

##### Mladí lidé (Gen Z) a demokracie:

Respondenti byli tázáni, zda si myslí, že demokracie je mezi mladými lidmi preferovaný způsob vlády. Šimon (GYM.) odpovídá shodně, jako většina dotazovaných studentů: *„Mladí lidé, zejména my z generace Z, preferujeme demokracii, která je důležitým faktorem pro svobodné rozhodování, svobodu slova a svobodu cestování“*. Podobné odpovědi se opakovaly u všech studentů. Marek (SOU) si váží demokracie hlavně díky vyprávění prarodičů a rodičů, pro které byl komunismus spojen s nesvobodou a nemožností se individuálně rozhodovat. Martin (ZŠ) zde popisuje demokracii v kontrastu s jinými autoritářskými zeměmi: *„Nedávno jsme brali Severní Koreu v zeměpisu, takže rozhodně demokracii preferuji. Když jsem slyšel, co všechno nemůžou, tak mi bylo smutno“*. Nebo výpověď Nasty (SŠ): *„(...) snad každý musí zvolit demokracii před diktaturou. Kvůli Rusku jsme museli uprchnout ze země a jsem ráda, že je Česká republika demokratická“*.

Naopak na otázku *Jak vnímáte stav demokracie v České republice?* se výpovědi lišily a byly zde i výrazné rozdíly mezi základní a střední školou a typem střední školy. Převážně na základní škole studenti odpovídali „nevím“, jako Kristýna (ZŠ): *„asi dobrý nebo nevím, tyjo“* nebo účastníci focus group (ZŠ): *„No měl by být dobrý, ale asi jsou tu nějaký témata, co by mohly být lepší. No obecně spíš nevíme“*. Pro Jirku (SOŠ), Adama (SOŠ), Marka (SOU) byla odpověď také „nevím“ a opakovala se podobná věta. *„Sice jsem řekl, že preferuji demokracii, ale fakt netuším, jak na tom je stav v Česku. O politiku se vůbec nezajímám“* (Marek, SOU). Skupina (focus group, florbal) debatovala o tom, že stav demokracie v České republice je na dobré úrovni, ale jsou často oblasti, které by se mohly zlepšit, jako kontrola subjektivního projevu. Kluci zde naráží na dezinformace ohledně covidu, války na Ukrajině a dezinformačních protestních pochodech proti drahotě. V této skupince se shodli všichni, až na Davida: *„já politiku nesleduju, ani mě to nezajímá. Doma to nikoho nezajímá a já to nějak nepotřebuji vědět. Kluci se o to zajímají, protože jsou na gymplu. Já mám sport, a to mi*

stačí“. Tomáš (SOŠ) popisuje vliv dezinformací a útočných projevů na internetu například proti současné vládě nebo konfliktu na Ukrajině: „*Svoboda slova je velmi důležitá, ale měly by být pokuty nebo nějaký trest za ty dezinformace na sociálních sítích. (...) Myslím tím, covid, válku a „hate“ na vládu, která fakt nemůže za všechno. Ty komentáře, kde se přeje někomu smrt jsou hnus (...)*“. Stejně jako Radim z focus group (GYM.), který nechápe, jak je možné, že tyto komentáře či demonstrace nejsou potrestány: „*To že na demonstraci na Václaváku někdo křičí proti bidě a vyhrožuje Ukrajincům smrtí a při tom má triko Putina a nášivku Wágnerovců, to nechápu a je to špatně (...)*“. Skupinka dívek (focus group, SOŠ) mluvila o tom, že je stav demokracie dobrý, ale jsou oblasti, kde zaostáváme. Především se jednalo o otázky práv LGBT+ na možnost adopce a uzavření manželství: „*(...) naprosto nechápeme, proč tomu tak je (...) jsou to lidi jako my, tak proč nemůžou mít normální svatbu nebo si adoptovat dítě (...)*“. Podobný názor uvedla i Angelína (SOŠ), podle ní je zde nedostatečné porozumění a tolerance k lidem odlišné národnosti, náboženství a genderové identity. Také můžeme zahrnout pohled Jirky (SŠ), který se vyjadřuje: „*já teda vůbec nechápu, o co jim jde. Asi budu mít jiný názor, ale já s tím nesouhlasím. Neměli by mít možnost adopce a brát se (...)*“. Podle Anety (SOŠ) jsou zde také velké obavy ohledně EU. Aneta zde popisovala omezení EU v oblasti svobody projevu<sup>43</sup>, které viděla na YouTube stránce Kovyho. Nebo dávání přednosti určitým lidem v médiích: „*nechápu prezidentské volby a ty debaty, jak je možný, že Babiš, Nerudová a Pavel dostali vždy větší prostor než ostatní (...)*“ (Aneta, SOŠ).

### **Vliv rodiny na formování občanských postojů a hodnot:**

Na formování občanských postojů a hodnot má výrazný vliv rodina, jak již bylo popsáno v teoretické části. Řada respondentů dokládá, že jejich rodina má vliv na to, jak se informují a také zapojují do dění kolem sebe. „*No určitě má moje rodina vliv na tom, jak budu přemýšlet, a i později volit, třeba. Často si doma o aktuálních tématech povídáme (...)* Ale vím, že plno mých spolužáků a kamarádů se doma o tom nebaví, jejich rodiče mají třeba jiný názory (...) Já mám štěstí v tom, že naši politiku nebo aktuální témata potřebují k práci“ (Martin, GYM.). Lukáš (SOŠ) hovořil, že jeho rodina má výrazný vliv na to, jak bude později volit: „*Rodiče mě odmala učili, abych*

---

<sup>43</sup> Cíl Evropské unie je omezení politické reklamy na sociálních sítích. Původní myšlenka byla správná a počítala s větší transparentností a limitací skryté politické reklamy. Jenže toto omezení by podle všech směrnic mělo postihnout veškerý obsah napříč platformami. Zmizelo by informování o politické situaci, glosování nebo upozorňování na důležitá témata (Kovář, 2023).



projevoval svůj názor a o věci se zajímal. Doma hodně o všem mluvíme, hlavně o politice a vždy mě zajímá názor našich<sup>44</sup>. Silným momentem byly slova Anny (focus group, GYM.): „jsem velmi ráda za moje rodiče, dost mě podporují a byli tu pro mě. V 9. třídě jsem udělala coming out<sup>44</sup> a bála se. Naši to vzali moc dobře, nechápu, co by dělali ostatní rodiče. Byli se mnou i na pridu<sup>45</sup> a já si toho neskutečně vážím“. To samé platilo pro skupinu dívek focus group (SOŠ) či Šimona (SOŠ), Lindu (SOŠ) nebo Tomáše (SOŠ) kteří souhlasili, že jejich rodiče mají pozitivní vliv na to, o co se zajímají. Marek (SOU) dodává: „Mojí rodiče začali pracovat v restauraci v 90. letech. To je jeden z důvodů, proč chci být kuchařem. Baví mě to. Rodiče mi neustále říkají, že si musíme vážít, toho, co máme a kde žijeme. Možná proto je celá rodina pravicová“. Ovšem často se také vyskytly odpovědi, které zaznamenávaly generační střet mezi respondenty a rodiči či prarodiči. „Máma se doma často vyjadřuje k věcem okolo sebe, ale já s ní nesouhlasím. Má hodně opačný názory. Kolikrát řekla, že dřív bylo lépe nebo je Babiš super. (...) a válka na Ukrajině je taky jinak, než jak o tom píšou média (...) (Aneta, SOŠ). Nebo neustálé hádky Jirkových (SOŠ) rodičů a prarodičů: „U nás je to hrozný, třeba téma politika. Táta vždy něco řekne a děda na něj začne nadávat, že nic neví. Proto už kolikrát se nic neřeší a nějak ani já nemám zájem to řešit a ptát se jich“. Angelína (SOŠ) popisovala podobnou situaci, jako Jirka. Kristýna (ZŠ) zmiňovala fakt, že se doma s matkou nemůže vůbec bavit o důležitých věcech. Její rodiče cokoliv, co řekne odsoudí a tvrdí, že je na to malá. Zejména se jedná o otázky ohledně LGBT+. To samé uvádí i Petr (ZŠ), kdy doma se s ním o politických otázkách nikdo nebaví a sami rodiče nemají zájem jít ani k volbám. Zde byla zajímavá konverzace účastníků florbalového oddílu, kdy kluci přiznávají, že se s nimi rodiče baví o politice, o dění a sami rodiče mají chuť řešit dané situace s nimi, až na Davida. David mluvil o tom, že jeho rodiče se nehodlají zajímat o aktuální dění: „Doma to nikdo neřeší, naposled teda táta měl problém s volbami prezidenta a asi byl volit tenkrát SPD, ale to je všechno“. Také respondenti zmiňovali pozitivní vliv kamarádů a spolužáků, kteří řeší současné dění ve třídě či na kroužku, a hlavně po sociálních sítích. Martin a Šimon (GYM.) tento fakt dokládají tím, že se ve třídě často řeší tato témata a jsou na ně podobné názory. Martin (ZŠ) hovoří také o vlivu sportovního oddílu, kdy spoluhráči řeší daná témata: „na florbale řešíme dění, hlavně teda Ukrajinu. Co se týče třeba politiky, tak spíše ne.

---

<sup>44</sup> „Coming out: proces uvědomování si své sexuální orientace nebo genderové identity a sdílení této informace s okolím“ (Titlbach, 2022, s. 13).

<sup>45</sup> Jedná se o festival Prague Pride. Prague Pride je největší festival LGBT+ komunity v České republice.

*Ale minulý týden jsem byl na tréninku dorostenců a tam zrovna něco řešili ohledně parlamentu. Je tam hodně kluků z gymplu tak asi proto“.* Nebo skupinky respondentů (focus group, SOŠ; focus group, ZŠ), kteří dokládají, že značnou část důležitých témat řeší se spolužáky a kamarády buď ve škole nebo přes sociální sítě.

Zajímavé byly odpovědi na otázku *Jak může Gen Z podporovat demokratické hodnoty.* Z výpovědí respondentů zazněla celá řada možností, například skupinka účastníků ze ZŠ se shodla na několika možnostech: *„(...) tak převážně my, mladší asi možná přes sociální sítě, petice, sdílení příspěvků (...) no chodit na demonstrace, to jsme teď řešili na Vko<sup>46</sup> (...)“.* *„Největší podporou demokracie jsou volby, až mi bude 18 let, tak půjdu.“* Zmínil Matyáš (focus group, ZŠ). Podobné myšlenky a názory panovaly vesměs u všech respondentů. Oproti tomu se názory rozcházely na téma voleb a ochoty jít volit. Pro studenty základních škol je účast ve volbách velmi vzdálený okamžik vzhledem k jejich věku, tudíž často odpovídali, neví. Viz Jana (ZŠ): *„já vůbec neví, rodiče chodí, tak asi půjdu taky. (...) ale je to fakt za dlouho, tak netuším“.* Ve skupince základní školy (focus group, ZŠ) pouze Matyáš a Nikola uvedli, že půjdou volit, ale Nikola dodává: *„(...) já bych chtěla, až mi bude 18, ale hlavně asi bude záležet, kdo tam bude, abych se rozhodla správně“.* Co se týče středoškoláků, tak panovala větší ochota jít volit. Téměř všichni respondenti pokládají za důležité jít k volbám, jako Linda (SOŠ), Nastya (SOŠ), Martin a Šimon (GYM.) a Lukáš (SŠ): *„Hned jak budu moc, tak chci jít volit“.* Podobné přesvědčení panovalo i u skupinky (focus group, SOŠ): *„(...) volit určitě půjdeme, je to důležité. My hlavně budeme měnit tu budoucnost, tak by bylo fajn, abychom chodily volit“.* Pro studenty z focus group (GYM.) jsou volby důležitou složkou demokratické země a měli by všichni volit. Co se týče focus group (florbal), zde panoval podobný názor. Volby jsou důležité a mladá generace by měla chodit k volbám. Jedinou výjimkou této skupiny byl respondent David, který řekl, že volit nechce, protože v tom nevidí smysl. Stejný pohled na volby má i Jirka (SOŠ): *„Až mi bude 18 tak k volbám chci, abych to jako zkusil. Ale pak už mě tam nikdo ani neuvidí. Proč bych měl volit? Je to stejně jedno (...)“.* Aneta (SOŠ) si osobně myslí, že volby jsou už přežitek a jeden její hlas by nic nezměnil. Ale témata, která ji zajímají, řeší na sociálních sítích. Naopak Angelína (SOŠ) si myslí, že každý hlas se počítá a vždy záleží na každém jedinci, ale jak sama dokládá: *„Každý hlas se počítá, ale jestli půjdu k volbám, to neví. Zatím tam není žádná strana, která by mi byla sympatická“.* Ve

---

<sup>46</sup> Vko tedy výchova k občanství je společenskovední předmět na základních školách.

výzkumu bylo několik respondentů, kterým bylo čerstvě 18 let a všichni šli poprvé k volbám. Adam (SOŠ): „*Chodím volit krátce. Váhal jsem, jestli mám jít, ale máma řekla, at' jdu, tak jsem šel. (...) Jednalo se o prezidentské volby, tam jsem měl docela jasno*“. Stejně jako Marek (SOU): „*Nevnímal jsem to dřív jako důležitou věc, ale moji rodiče mě do toho tak trochu tlačili, jít volit. Pochopil jsem, že je to důležité, ale spouště mých spolužáků je to jedno a vůbec je to nezajímá*“. Tomáš (SOŠ) byl také volit u prezidentských voleb, ale jak dokládá, kdyby se jednalo o parlamentní, tak neví, komu by dal hlas: „*Teď jsem věděl, komu dám hlas, chtěl jsem mít lepšího prezidenta. Ale co se týče voleb do parlamentu, tak to netuším*“. Řada respondentů tento problém zmiňovala také: volit sice chtějí, ale zatím neví, jaká strana by pro ně byla nejlepší. Často mluvili o tom, že tu není žádná strana, která by více myslela na mladé.

### 5.4.3 Gen Z a zájem nejen o politiku

#### Zájem o dění kolem sebe:

Zájem respondentů o politiku, dění ve světě nebo aktuální témata se různí. Studenti základních škol se zajímají o politickou situaci výrazně méně nežli středoškoláci. Nikola (focus group, ZŠ): „*spíše, než o politiku se zajímám asi jako ostatní tady o aktuální dění (...) jedná se hlavně o globální oteplování a špatné zacházení se zvířaty (...)*“ nebo Patrik (focus group, ZŠ): „*no asi to nejdůležitější byl covid a teď Ukrajina, jinak je to hlavně sneaker a sport no*“. Kristýna (ZŠ) dodává, že téma, které ji hlavně zajímá, jsou práva LGBT+ a ekologie. To samé i Jana (ZŠ): „*(...) zajímá mě hlavně globální oteplování (...) o politiku se nezajímám vůbec (...)*“. Naopak středoškoláci a zejména studenti gymnázií a obchodních akademií se o politické dění zajímají daleko více. Martin (GYM.): „*politiku sleduji téměř denně, zajímá mě to a chci mít přehled. Sice jsem teprve ve druhém ročníku, ale rád bych chtěl studovat politologii nebo práva. Proto je důležité mít přehled a zájem*“ nebo názor dívek (focus group, SOŠ): „*je důležité se zajímat a mít přehled. A tím nemyslíme jen politiku, ale i ostatní informace ze světa (...)*“. Podobně jako Šimon (GYM.), pro kterého je politický i ekonomický přehled nejen v České republice důležitý pro hodiny základů společenských věd. Podobně se k tématu vyjadřuje i Karel (focus group, GYM.): „*měli bychom mít obecný přehled o tom, co se děje hlavně na ZSV (...) Ale na rozdíl do Radima a Aničky se zajímám méně a nějak mě to i nebaví, zajímám se spíš o technologie*“. Lukáš (SOŠ) a Adam (SOŠ) se nejvíce zajímají o témata, která se bezprostředně týkají jejich osoby

(často se jedná o sport). Ale zdůrazňují, že sledují dění kolem sebe alespoň povrchově. „*Neříkám, že sleduji informace každý den, to ne. Ale snažím se mít nějaký všeobecný přehled. Například prezidentské volby nebo teď opatření vlády a pořád válka na Ukrajině (...)*“ (Adam, SOŠ). Pro Nastyu (SOŠ) jsou důležité informace především z její země Ukrajiny: „*(...) moc nevím, co je tady za politické otázky a co se řeší (...). Nejvíce se zajímám o to, co se děje doma na Ukrajině a pak hodně o ekologii a práva zvířat*“. Nebo odpověď Angelíny (SOŠ): „*Zajímám se také hodně o Ukrajinu. Moje rodina pochází z Ukrajiny, ale žiju už několik let tady. (...) často na prázdniny jsme tam jezdili, takže mě to hodně zajímá (...)*“. Velice důležitý byl zájem a následná podpora Ukrajiny. Respondenti často zmiňovali, že je důležitá podpora Ukrajiny a že jsme jako stát v organizaci NATO. Avšak našly se také výjimky, viz Jirka (SOŠ): „*je to celé blbě, nikdo ani neví, co se tam stalo. Doma říkali, že si za to Ukrajina může sama a vyprovokovalo to NATO*“. Často se opakoval zájem o ekologická témata, jako globální oteplování a klimatické změny. Aneta (SOŠ): „*obecně si myslím, že naši generaci spojuje zájem o naši planetu. Je důležité zabránit globálnímu oteplování*“. Podobně jak dodává Simona (focus group, SOŠ): „*Musíme zachránit naši planetu pro další generace*“. Jirka (SOŠ) má minimální zájem o politické otázky, ale naopak se do hloubky informuje o ekologických tématech, které postihují Českou republiku. Jeho zájem pramení především z ohledu studia na střední zemědělské škole se zaměřením na ekologii. Zajímavý výstup se objevil během rozhovoru florbalistů. Kluci se především zajímají o dění kolem sebe, politiku, aktuální téma, což pramení ze studia na gymnáziu a reagovali na Davida, který se podle jejich slov nezajímá o nic kromě sportu. Ale během rozhovoru se ukázalo, že se David velice podrobně zajímal o nedodržování lidských práv během mistrovství světa ve fotbale v Kataru či zákaz Ruských sportovců na různých mistrovstvích: „*(...) to jo, mě vlastně hodně zajímalo, jak to bylo, když tam stavěli ty stadiony. Díval jsem se na streamy na Twitchi, kde to komentovali a začal si něco o tom hledat. To samé i o zákazu (...) je vlastně asi dobře, že nikde nebudou, ale hokeji to uškodí*“.

## **Zdroj informací a konzumace zpráv:**

Valná část respondentů uvedla jako hlavní zdroj informací o politice či dalších tématech sociální sítě. Tento zdroj informací dokládají respondenti ze základních škol, například Kristýna (ZŠ): *„na dění a zprávy používám fakt jenom sociální sítě, hlavně Instagram“* či Petr (ZŠ): *„používám hlavně Instagram a TikTok, pak si něco vygooglím“*. S Petrem se řešil také vliv jeho oblíbených hráčů na platformě Twitch. Jak sám dokládal, doma se s ním nikdo o těchto tématech nebaví. Ale velice rád sleduje hráče na Twitchi, kteří kromě komentování své hry také mluví o aktuálních tématech. Skupina (focus group, ZŠ) se shodla na faktu, že televize nebo rádio jsou pro ně nezajímavé platformy, a spíše využívají sociální sítě z důvodu rychlého obsahu a krátkých a výstižných příspěvků. Opět se jednalo především o Instagram a TikTok. Co se týče středoškoláků, tak odpovědi byly rozmanitější, ale také měly převahu sociální sítě jako hlavní zdroj informací. Martin (SŠ): *„jak jsem říkal, mám jen Facebook a Twitter a ten používám hodně na zprávy. Pak čtu pravidelně seznam.zprávy nebo Aktuálně a nejdůležitější zdroj informací je ČT24. (...) možná je to vtipný, ale s rodiči máme takový zvyk, že se každou neděli se díváme na Moravce (...) občas si pustím podcast“*. Šimon (GYM.) také uvádí, že jeho zdroj informací je Česká televize a ČT24, které sleduje jak na televizi, tak na sociálních účtech. Skupina (focus group, florbal) mluvila o přístupnějším obsahu na sociálních sítích oproti televizi: *„Sociální sítě, hlavně Instagram má snadnější vyhledávání a příspěvky jsou takový úderný (...)“*. Pouze Patrik (focus group, florbal) občas kouká na televizi s rodiči: *„Ale tím neříkám, že na televizi nekoukám, spíš občas zprávy večer, když jsem s rodiči (Patrik)“*. Obecně se však všichni respondenti shodnou na důležitosti sociálních sítí v otázkách konzumace zpravodajství. Dívky (focus group, SOŠ) kladně hodnotily zejména roli instagramových příspěvků nebo videí na YouTube, které jsou snadno dostupné, krátké a dobře vysvětlené pro mladou generaci. Zejména tento důvod se opakoval u všech respondentů. *„Pro mě je snadnější si přečíst příspěvek, který je napsaný tak, abych mu rozuměla, nebo si pustit video, které se dané problematice věnuje. Jsou účty nebo tvůrci, co se snaží předat informace nám mladým. Od televize nebo politiků to nechápu. Třeba jenom Nerudová během kampaně myslela na nás mladý a pochopila jsem její obsah“* (Aneta, SOŠ). Zde se dostáváme k důležitému momentu, kdy se respondenti často obrací na konkrétní účty či tvůrce, co zábavnou, a hlavně pochopitelnou formou předávají obsah divákům. Angelína (SOŠ):

*„já nechápu, proč se politici nebo média nesnaží předat zprávy, tak abychom tomu rozuměli více (...)“.*

Nyní se podíváme na nejčastější účty, kde respondenti konzumují zprávy a aktuality. Část studentů nemá konkrétní účty, jelikož konzumují obsah náhodně na sociálních sítích. Jako Linda (SŠ): *„já nemám nějaký konkrétní účet, spíš ve feedu prohlížím a vždy na mě něco vyskočí, tak se u toho zastavím“.* Podobný princip využívá i Petr (ZŠ) a Jana (ZŠ) nebo Marek (SŠ) a Jirka (SŠ). Například Nastya (SOŠ) mluví o přizpůsobeném obsahu na TikToku bez toho, aby měla oblíbeného tvůrce: *„nemám blogera nebo konkrétní účet. Sleduji hlavně TikTok, kde mám krátká videa (...) jsou přizpůsobená mně, a to je fajn“.* K nejpoužívanějším účtům na Instagramu patří The Mag, Refresher a Refresher News, HeyFomo, Jsem v obraze, Politika nejen pro mladé či Evropa Neasi. *„Já mám nejradši The Mag, je tam všechno, boty, rap, kultura a dění ve světě a u nás. (...) přehledný a rychlý“* (Adam, SOŠ). Tento samý důvod zmiňuje i skupinka studentů ze základní školy (focus group, ZŠ). Podobně jako účet Refresher, který byl u respondentů nejzmiňovanější, viz odpověď Veroniky (focus group, SOŠ): *„mám ráda účet Refresher, je to krátký a zajímavý. Když mě to pak zajímá více, tak si tu věc hledám dále na internetu. Ale za mě určitě Refresher a holky asi taky. (...) ještě Jsem v obraze, to je taky super“.* Anna (focus group, GYM.): *„nevím co kluci, ale používám HeyFomo. Je tam všechno, a je to přehledný“.* Aneta (SOŠ) zmiňovala také konzumaci zpravodajství na YouTube, kde sleduje účet Kovyho: *„Kovy dělá výborný videa na témata, co se řeší. Jak jsem o tom mluvila, dělá to tak, abychom to pochopili všichni“.* K obsahu na YouTube se přidávají i kluci napříč všemi respondenty a zmiňují *Mikýřovu úžasnou pouť internetem.* „Mikýř“ je vyhledávaným tvůrcem pro zábavně-edukativní obsah i pro respondenty, kteří zprávy moc nesledují. Mezi nejčastější internetové zpravodajské zdroje patří převážně Aktuálně.cz, Seznam zprávy či ČT24, a to u respondentů z gymnázií. Zajímavé zjištění bylo, že konzumaci zpravodajství formou podcastů zmínilo pouze pár respondentů: Šimon (GYM), Martin (GYM.) a Honza (focus group, florbal).

Studenti také zmiňovali negativní vliv televizního zpravodajství Nova. Angelína (SOŠ) či Martin (GYM.) mluvili během rozhovorů o bizarních zprávách např. „bába pod kořenem“ na TV Nova. Naopak Martin (GYM.), Šimon (GYM.) a focus group (GYM.) brali jako důvěryhodné médium veřejnoprávní televizi ČT. Ve vztahu k důvěryhodným médiím či účtům studenti zmiňovali velký vliv dezinformací na dění ve společnosti.

Respondenti důvěřují svým ověřeným účtům, viz skupina (focus group, SOŠ): „*ty účty jako Refresher jsou ověřeny a nemáme problém s tím jim věřit*“ nebo skupina (focus group, florbal), která důvěřuje svým ověřeným účtům a smáli se často dezinformačním webům nebo příspěvkům, až na Davida, který se svěřil, že těmto příspěvkům věří jeho otec. Ohledně rozpoznání pravdy či nepravdy (dezinformace) panují ve výzkumu odlišnosti. Tomáš (SOŠ): „*sleduji účet demagog na Instagramu, kde je vždy nějaké aktuální téma vysvětleno a podloženo. Takže vím, jestli je to fake nebo ne*“. Linda (SOŠ) se často ptá na dané příspěvky svých rodičů, se kterými poté řeší, zda se jedná o dezinformaci nebo pravdu. Obecně větší znalost ověřovat si informace a nepodléhat fake news panovala u starších respondentů, ale jak dokládá např. Adam (SOŠ): „*v dnešní době je tolik příspěvků, že je těžké rozpoznat pravdu*“. Aneta (SOŠ) se vždy věnuje obsahu zprávy nebo si ověřuje zdroj informací. Také zmiňuje facebookové příspěvky a komentáře: „*(...) často se dívám na Facebook hlavně kvůli tomu, abych se smála, ti lidi tam píšou fakt nesmysly a dezinformace*“. Naopak Jiří (SOŠ) zmínil, že za důvěryhodná média považuje například Novu, TN.cz nebo různé internetové články s ekologickou tematikou a mluvil o Parlamentních listech, ze kterých čerpají informace jeho rodiče. Marek (SOU) dodává: „*Zpráv je hodně, a co je dneska pravda, už nikdo neví. Nemyslím si, že existuje nějaký účet nebo televize, kde říkají jenom pravdu a 100% informace*“. Největší problém s rozpoznáním dezinformací pocítovali nejmladší respondenti ze základní školy tedy Petr (ZŠ) a Jana (ZŠ). Naopak Kristýna (ZŠ) mluvila o hodinách na základní škole, které se přímo věnovaly fake news, tak aby měli studenti větší povědomí a znalosti. Podobnou informaci dodávají i respondenti ze skupinky focus group ZŠ: „*během Vko jsme měli hodiny na téma dezinformací a fake news*“.

#### **5.4.4 Gen Z a participace / angažovanost**

##### **Formy aktivního zapojení:**

Respondenti obecně považují za aktivní občanské zapojení účast ve volbách, podepisování petic či sdílení příspěvků na sociálních sítích, jak již bylo zmíněno. Z výpovědí vyplynulo, že řada studentů má ochotu jít volit či už volí. Nyní se podíváme na další možnosti zapojení studentů do aktivního dění ve společnosti. Část studentů byla překvapená, že možnost „lajkování“, komentování a sdílení příspěvků například s politickou tematikou se počítá jako způsob participace. Tomáš (SOŠ): „*jak jsem ti říkal, byl jsem teď poprvé volit, ale nevím, co jiného dál. Petice nepodepisuji a na*

*demonstrace nechodím (...) no příspěvky „lajkuji“ a občas i sdílím, například ty prezidentské volby, jsem občas přes sdílel“.* Během rozhovorů každý respondent zmínil, že někdy dal „like“ nebo sdílel příspěvek, který se pojal ať už s politickými, ekologickými nebo dalšími otázkami. Šimon (GYM.) se zapojuje často přes sociální síť, protože je to pro něj nejjednodušší a kdykoliv může vyjádřit svůj názor. Pro respondenty je tento způsob angažovanosti nejsnazší, i jak dokládají dívky (focus group, SOŠ): *„Tak jelikož nám nebylo ještě 18, tak volit nemůžeme, ale půjdeme, jak jsme říkaly (...). Nejlepší způsob pro nás je vyjádřit svůj názor pomocí sociálních sítí, kdy většinou sdílíme nebo „lajkujeme“ příspěvky“.* Silným momentem byla i podpora jednoho z kluků (focus group, florbal) svému kamarádovi: *„můj kamarád udělal coming out. Tak jsem si změnil profilovou fotku na účet na vlajku LGBT+, aby prostě věděl, že má u mě podporu“.* K problematice LGBT+ se vyjádřila i Anna (focus group GYM.): *„je mi na zvracení z Aliance pro rodinu, a hlavně z Jochovů (...) moc nekomentuji, ale tady jsem příspěvky komentovala“.*

Ohledně politických témat se angažovanost studentů pojila převážně se sociálními sítěmi. *„No tak politická témata moc neovlivníme, pokud nám není 18 let, takže se to spíše poji přes sociální síť. To je jediná možnost“* (focus group florbal). Například studenti gymnázia nechápou, proč jejich instituce neumožňuje studentské volby od organizace Člověka v tísni. *„Já teda nechápu, proč nebyly ty volby tady. V Plzni to kamarád měl, nechápu, proč to nešlo tady. Myslím si, že je důležité, abychom měli tuto zkušenost dříve“* (Martin, GYM.). V rámci výzkumu, žádný středoškolský respondent neměl zkušenosti se studentskými volbami od Člověka v tísni. Na základních školách respondenti zmiňovali školní parlament, kdy se spíše řeší organizační věci. Martin (ZŠ) ještě dodává, že měli možnost zkusit si volby v rámci hodin občanské výchovy: *„Zkusili jsme si volby, paní učitelka nám přinesla urnu, měli jsme udělaný občanky a na tom to jsme si ukázali, jak to funguje“.*

Respondenti také hovořili o významu demonstrací a pochodů. *„Každá demokracie by měla umožňovat demonstrace, ale poklidné demonstrace (...) už jsem o tom mluvil, ty demonstrace, co jsou teď, by neměly být (...).“* (Focus group GYM.). Často panoval názor mezi respondenty, že by demonstrace měly být poklidné. Studenti mluvili také o tom, že svůj názor raději vyjádří na sociálních sítích než účastí na demonstraci.



Další možností, kterou respondenti zmiňovali, bylo podepisování petic, a to zejména on-line formou. „*Já jsem zatím žádnou petici nepodepsala, protože mě zatím nic moc nezaujalo (...) Podepisování petic hlavně on-line je pro naši generaci taky snadný způsob, jak se zapojit*“ (Julie, focus group SOŠ). Matouš ze skupiny focus group floobrall mluvil o petici, kterou podepsal s rodiči ohledně skládky jaderného odpadu<sup>47</sup> v blízkosti jejich obce. Další petice, která se opakovala, byla petice Willow project, kterou podepsala Kristýna (ZŠ), Klára (focus group, ZŠ), Aneta (SOŠ), Angelína (SOŠ). „*Nedávno jsem podepsala Willow project. Je to o tom, že Biden dal možnost nebo schválil těžbu ropy v oblastech na Aljašce a způsobí to daleko větší uhlíkové emise (...)*“ (Aneta, SOŠ).

Z rozhovorů vyplynula řada aktivit angažování se ve sportovních oddílech. Marek (SOU): „*Jestli se to počítá, tak u nás na vesnici jsem členem dobrovolných hasičů. Veškerý volný čas trávím u nás v restauraci, takže tyhle věci jdou mimo mě*“. Respondenti z řad sportovců mluvili o aktivitách ve svých oddílech, které směřovaly ke zlepšení životního prostředí. „*Na atletice jsme se domluvili a běželi jsme Addidas ocean running. Sice jsem jen běžela, ale chtěla jsem něco udělat pro přírodu. Každý kruček se počítá*“ (Monika, focus group ZŠ). David a Jarda (focus group florbal) zase běželi RedBull Wings for life: „*chtěl jsem jít běhat pro ty, co nemůžou a přemluvil jsem ještě Davida, a nakonec jsme uběhli 18 km, což je dobrý. Je fajn běžet za ty, co nemůžou*“. Nebo úklid odpadků ve městě, kdy kluci uklízeli park a přilehlé okolí od odpadků v rámci sportovního klubu. Část respondentek přiznala, že nenakupuje fast fashion kvůli obrovskému zásahu do životního prostředí: „*Snažím se nenakupovat fast fashion, protože je to hrůza, jak a kolik se toho vyrábí. (...) Docela nakupuji v sekáči nebo na Vintedu*“ (Aneta, SOŠ) či slečny (focus group, SOŠ): „*(...) snažíme se tomu vyvarovat a nakupujeme oblečení z druhé ruky třeba přes Vinted*“. Nebo Adam (SOŠ): „*pokud se to počítá, tak já si vybírám oblečení, které je z recyklovaných materiálů. Ne pořád, ale dívám se po tom. Však víš Nike ACG, Patagonie, The North Face (...)*“.

Důležitým momentem u respondentů je také podpora Ukrajiny. Značná část respondentů sdílela a „lajkovala“ příspěvky na toto téma nebo doma darovali staré hračky a oblečení jako Linda (SOŠ): „*(...) dali jsme jídlo, hygienické pomůcky a pak*

---

<sup>47</sup> Jedná se o petici proti skládce jaderného odpadu v okrese Klatovy v blízkosti obce Horažďovice

*nějaké oblečení a hračky na sbírku“*. Nastya (SOŠ) byla velice ráda za tak pozitivní reakce od lidí a spolužáků, a hlavně za tak velkou podporu Ukrajině.

### **Aktivní občanství ve školním prostředí:**

Školské instituce a role učitelů hrají důležitou roli v budování občanských hodnot a postojů. Důležitý je také vliv kvalitních učitelů společenských věd, kteří aktuální témata probírají ve třídě. Tyto faktory zmiňují i respondenti ve výzkumu a myslí si, že školní prostředí povzbuzuje studenty k aktivnímu občanství, ale záleží hodně na škole a učiteli. Výrazného vlivu si můžeme všimnout mezi studenty gymnázií a obchodních akademií. Martin (GYM.): *„Na ZSV vždy bereme aktuální témata a není to jen o tom, že bychom s tím přišli my, jako studenti. Často náš učitel sám od sebe začne probírat aktuální téma a postaví na tom hodinu“*. Podobnou odpověď dokládá focus group (GYM.) a Šimon (GYM.): *„mám štěstí na učitele ZSV, ale třeba i na základce na občance jsme měli učitelku, která s námi hodně těchto témat probírala“* či skupina kluků (focus group, florbal), kteří studii na gymnáziu: *„Je fakt rozdíl mezi typem školy no. My to často probíráme na ZSV nebo dějepisu, ať už Ukrajina, aktuální témata, ekonomie atd., ale vím, že na jiných středních se to moc nerozebírá“*. David (focus group florbal): *„no my to rozhodně neprobíráme ve škole hlavně to nikoho ani nezajímá“*. Studenti Lukáš (SOŠ), Aneta (SOŠ) a Angelína (SOŠ) také dokládají, že zejména vyučující občanské nauky a ekonomických předmětů s nimi probírají tato témata. Podobně jako skupinka studentek (focus group, SOŠ): *„Na hodinách to rozebíráme a když se zeptáme, tak nám na to učitelé odpoví, ale jenom na občanské nauce nebo ekonomii. Pak jsou učitelé, co se s námi o tom vůbec nechťejí bavit, a buď je to obtěžuje, nebo nesouhlasí s našimi názory“*. Odlišné odpovědi však panovali u respondentů na jiných typech středních škol. Tomáš (SOŠ): *„vím, že jsme řešili jenom začátek války na Ukrajině a občas to někdo zmínil. Ale prostě asi máme na strojárně jiný zájmy (...) Tím neříkám, že to není důležitý, jen prostě tu asi nemáme učitele, co by to říkali (...)“*. O tomto důvodu mluvil i Adam (SOŠ). Jirka (SOŠ) zmiňoval důležitost ekologických otázek a zájmu ze strany učitelů, ale jiná témata, ve škole neřeší a moc ho nezajímají. Marek (SOU): *„no já nevím, mně k tomu nikdo ve škole asi nevede, na učňáku vůbec a na základce byli jiný, co furt něco chtěli řešit a nacpat se někam. Mně to bylo jedno a kamarádům taky“*.

Studenti základních škol mluvili o tom, že důležitá témata probírají zejména s mladšími učiteli nebo učiteli výchovy k občanství, zeměpisu či přírodopisu. Kristýna (ZŠ): „*hodně o tom mluvíme na Vko nebo výchově ke zdraví s paní učitelkou a pak teda ekologická témata řešíme na zeměpisu a přírodopisu*“. Podobný názor má i Petr (ZŠ) a Martin (ZŠ), který dokládá i důležitou roli učitele dějepisu: „*Mám rád dějepis a je super, že třeba aktuální témata tam s námi pan učitel řeší*“. Skupina studentek Eliška a Nikola (focus group ZŠ) pokládala za důležitou roli mladých praktikantů, kteří chodí na praxe: „*Myslím si, že je to dobře, že k nám chodíte na praxe. Dáváte do hodin zajímavý témata, která se nás často týkají a nebojíte se o tom mluvit (...) jak bych to řekla, náš názor zajímá pouze ty „lepší“ učitele*“.

Studenti mluvili také o pozitivním či negativním klimatu třídy, který vede k možnosti vyjádřit své názory. Aneta (SOŠ): „*Ve třídě je to takový vyhrocený. Mluví jenom určitý lidi a nechtějí ani znát názor ostatních. Tak radši mlčím a řeším to s kamarády mimo třídu*“. Respondenti Jirka (SOŠ), Tomáš (SOŠ), Adam (SOŠ) nebo Marek (SOU) také dokládali, že se ve třídě o důležitých tématech moc nebaví. Zájem mají pouze o své obory nebo sport. Naopak Nasytia (SOŠ) je velmi ráda za svůj kolektiv ve třídě, protože ji se vším pomáhá a cítí se tam bezpečně. Martin (SOŠ) a ostatní respondenti z gymnázia hovořili také o dobrém klimatu třídy, kde mohou probírat témata bez toho, aby se styděli za své názory. Ale jak dokládá Šimon (SOŠ): „*Horší to bylo během prezidentských voleb, to se lidi občas hádali, když si vyměňovali názory (...)*“.

Důležitým momentem byly odpovědi týkající se možností aktivního zapojení ve škole. Typickým příkladem jsou ekologické dny například Den Země. Jana (ZŠ): „*Ve škole třídíme a máme tematický dny, kdy se bavíme o globálních tématech a ekologii. V 9. třídě máme předmět enviromentální výchova, tam jsem se přihlásila*“. Podobné informace dokládá i Martin (ZŠ): „*Máme akce na podporu přírody, kdy třeba třídíme. Ale také chodíme na akci s dějepisárem k pomníku padlých vojáků a lidí z 2. světové války a pokládáme věnce*“. V rámci předmětu enviromentální výchova mluvili studenti ze základní školy o spoustě aktivit, které vedou k podpoře a zlepšení globálního oteplování. Kristýna (ZŠ): „*třeba jsme dělali návrhy na zlepšení veřejných prostorů, aby byly ekologický. Třeba parkoviště nebo místa, kde je velké teplo (...)* a pak účast v CO<sub>2</sub> lize“. K účasti v CO<sub>2</sub> lize se vyjadřovali i respondenti ze skupiny focus group (ZŠ): „*Dělali jsme hodně aktivit. Třeba teď byl projekt Zelený čtvrtek. Po škole byly QR kódy s informacemi, v jídelně bylo vegetariánské jídlo. (...) A dělali jsme pro první*

*stupeň úkoly a říkali jim informace, které vedou k podpoře klimatu (...) Myslím si, že je to fajn, mladší si pak berou z nás příklady“.* Velice zajímavým a silným projevem angažovanosti byl hudební videoklip a cover ukrajinské písně na podporu Ukrajiny. Píseň vznikla jako školní projekt v 9. ročníků smíšené česko-ukrajinské třídy: *„s nápadem přišla ukrajinská asistentka (...) přezpívali jsme jednu písničku a zpívali jsme jak česky, tak ukrajinsky i s naší učitelkou (...) celý to bylo, abychom ukázali, že jsou to slovanské jazyky a musíme si pomáhat (...) Natočili jsme k tomu i videoklip a před školou jsme namalovali vlajky v srdci (...) bylo to zajímavý být v tom studiu a zpívat a natáčet (...) myslím si, že je to silný projev na podporu (...)“* (focus group, ZŠ). Podpora Ukrajiny ve škole byla opakovaně zmiňována, jak dodává Angelína (SOŠ): *„když jsem byla na základce, tak jsem překládala ukrajinským spolužákům. Překladatelé byli drahý a mně to bavilo takhle pomoc“.* Co se týče středních škol se zaměřením, tak respondenti spíše uváděli, že projevy zapojení ve škole spíše nejsou: *„Ve škole nic takového nemáme“* (Tomáš, SOŠ). Podobný názor byl u Marka (SOU), Jirky (SOŠ) a Adama (SOŠ). Studenti gymnázia a obchodní akademie v rozhovorech mluvili o různých besedách a přednáškách a také o festivalu Jeden svět na školách.

### **Motivace a bariéry zapojení se:**

Na závěr se řešily nejčastější bariéry, které brání respondentům se účastnit na aktivním děním. Marek (SOU) během rozhovoru mluvil o množství občanských aktivit: *„Ty bariéry no za mě to velké množství nabídek, co se dá dělat. Spoustu lidí to nebaví a taky ty informace, je jich všude tolik, že nikdo neví, co je pravda a co ne“.* Adam (SOŠ),

Lukáš (SOŠ) i Linda (SOŠ) zdůrazňovali jako možnou bariéru obavy vyjádřit svůj názor na sociálních sítích, aby se neztrapnili před ostatními. Podobný názor má i Eliška a Simona (focus group SOŠ): *„(...) nerada píšu komentář, nechci, aby na mě pak někdo reagoval špatně (...) obecně si myslíme, že největší bariérou je pocit ztrapnění se nebo to, že na nás někdo bude hnusně reagovat, proto nepíšu komentáře nebo se více nezapojuji“.* I mnoho dalších respondentů uvádělo, že se do diskusí nezapojují ze stejného důvodu. Nastya (SOŠ) si myslí: *„pro mladé lidi je největší bariérou neochota a nezájem. Prostě se jim nechce no. (...) ale zase jsou pak témata, kde jsme slyšet, více třeba ta ekologie“.*

Petr (ZŠ), Kristýna (ZŠ) nebo skupinka studentů (focus group, ZŠ) si také myslí, že neúčast a nezapojení se pramení ze strany neochoty rodičů, přiblížit svým dětem aktuální problémy. Tento problém vystihuje komentář Anety (SOŠ): „*Nezájem rodičů nebo jejich neochota může ovlivnit ostatní a kašlou na všechno (...)*“. Naopak za největší motivaci podílet se na děním okolo sebe je touha upozornit na důležitá témata ve světě. „*jak jsem už říkala, my budeme měnit budoucnost a záleží na nás, jak budeme upozorňovat. To že ostatní tak často mluví o globálním oteplování, je dobře*“ (Veronika, focus group SOŠ). „*(...) nedávno jsem se bavil s dědou a ten říkal, jak jsme hrozný, že děláme takový bordel ohledně toho oteplování nebo nějakých menšin, ale kdo jiný, než my na to máme upozorňovat*“ (Honza, focus group, florbal).

## 5.5 Závěrečné shrnutí

Je důležité zdůraznit, že výsledky analýzy dat jsou založené na určitém vzorku respondentů, a proto nelze jednoznačně výsledky generalizovat na celou generaci Z. Nicméně výpovědi a postřehy získané od studentů nám odhalují obecné trendy, které byly popsány v teoretické části a jsou pravděpodobně typické pro tuto generaci.

### Identita Gen Z

Co se týče identity generace Z, většina respondentů dokázala definovat a vymezit tento pojem (kromě dvou studentů). Respondenti vyjádřili různé perspektivy na to, co pro ně osobně znamená být součástí Gen Z. Někteří zdůrazňovali vliv sociálních sítí a internetu, další pak důraz na důležitá témata jako LGBT+, klimatické změny či kulturu. Pro určitou skupinku tato generace nic neznamena. Existovaly také i negativní postoje, kdy někteří studenti považovali tuto generaci za zkaženou a uspěchanou.

Sociální sítě jsou pro naše respondenty zásadním aspektem jejich života. Většina dotázaných vyjádřila význam on-line platforem a jejich vliv na komunikaci, spojení s přáteli, a přístup k informacím. Instagram a TikTok byly nejčastěji uváděné sociální sítě. Byl zde také zmíněn problém závislosti na těchto aplikacích a strach z odpojení, tzv. FOMO. Rozdíly ve vnímání a využívání sociálních sítí mezi pohlavími byly patrné.

### Gen Z a demokratické hodnoty

Zaznamenali jsme všeobecnou preferenci demokracie mezi mladými lidmi. Tito respondenti ji vnímají jako důležitý faktor pro svobodné rozhodování, svobodu slova a cestování. Mnozí z nich spojují demokracii s protikladem autoritářských režimů.

Na druhé straně byly výpovědi ohledně vnímání stavu demokracie v České republice rozdílné. Zvláště mezi základními a středními školami a typy středních škol byla patrná významná diference. Mnozí respondenti odpověděli, že nevědí, jak stav demokracie v zemi vnímat, nebo se o politiku moc nezajímají. Naopak někteří středoškoláci vyjádřili nejistotu ohledně stavu demokracie a jejich znalostí o politiku. V některých případech se zmiňovaly obavy určitých aspektů demokracie, jako jsou dezinformace nebo omezování práv LGBT+.

Někteří respondenti uvádějí, že jejich rodina hraje klíčovou roli při informování a zapojování se do dění kolem nich. Diskuse o aktuálních tématech a politice jsou doma

běžné, a to podporuje zájem respondentů. Tyto zmínky se objevovaly především u respondentů, kteří mají rodiče s vysokoškolským vzděláním. Někteří ocenili podporu svých rodičů, zejména pokud se jednalo o citlivá témata, jako je coming out. Nicméně, v některých případech dochází ke generačním střetům, kdy názory respondentů se rozcházejí s názory jejich rodičů a prarodičů. Kamarádi a spolužáci hrají důležitou roli při formování občanských postojů. Skupiny respondentů uvádějí, že se ve škole či v zájmových kroužcích často diskutuje o aktuálních tématech.

Studenti základních škol většinou uvádějí, že účast ve volbách je pro ně vzdáleným okamžikem, ale středoškoláci projevují větší ochotu jít volit. Zjištěný trend naznačuje, že většina respondentů považuje volby za důležitou složku demokracie a plánuje se jich účastnit. Někteří si stěžují na nedostatek politických subjektů, které by zastupovaly jejich zájmy. Část studentů přiznala, že zatím nevědí, komu dát svůj hlas ve volbách a někteří vyjádřili skepsi ohledně směřování svého hlasu. Zároveň se ukazuje, že plnoletí studenti, co právě oslavili 18 let, považují volby za důležitou příležitost vyjádření svého názoru.

### **Gen Z a zájem nejen o politiku**

Zájem studentů o politiku, dění ve světě a aktuální témata se liší mezi různými skupinami respondentů. Studenti základních škol vykazují menší zájem o politickou informovanost, ale zmiňují častější zájem o témata jako je globální oteplování. Naopak středoškoláci, zejména na gymnáziích a obchodních akademiích, projevují větším zájem o politické dění. Ekologická témata, jako je globální oteplování, jsou častým cílem zájmu respondentů bez ohledu na jejich věk a typ školy. Nesmíme také opomenout časté vyjadřování podpory a zájmu o Ukrajinu mezi studenty. Někteří respondenti dokládají, že vyhledávají témata, která se dotýkají jejich osobních zájmů, ale dodávají, že je dobré mít alespoň všeobecný přehled.

Získané výpovědi dokládají, že respondenti často konzumují zprávy a aktuality prostřednictvím sociálních sítí, zejména na Instagramu, TikToku a částečně na YouTube. Mnozí z nich preferují náhodně se objevující obsah ve svém feedu, zatímco jiní sledují konkrétní účty (Refresher, HeyFomo atd.). Pro část studentů jsou sociální sítě a online platformy vyhledávanějšími především z důvodu jejich větší dostupnosti a srozumitelnosti ve srovnání s informacemi poskytovanými politiky a tradičními médii.

Studenti vyšších ročníků či gymnázií si poté informace dohledávají na ověřených webových portálech. Naopak televize se stává méně častým médiem.

Studenti především důvěřují ověřeným účtům na sociálních sítích a snaží se vyhýbat dezinformačním zdrojům. Rozpoznávání pravdy a dezinformací je pro ně výzvou, ačkoliv starší studenti mají větší schopnost ověřovat si informace než mladší. Z výpovědí bylo patrné, že vzdělávání o fake news ve školách je hodnoceno pozitivně, jelikož pomáhá studentům rozvíjet kritické myšlení a schopnost rozlišovat pravdivé informace.

### **Gen Z participace / angažovanost**

Z výpovědí vyplynulo, že aktivní občanské zapojení je spojeno s účastí na volbách, podepisováním petic a sdílením příspěvků na sociálních sítích. Zjištění, že „lajkování“, komentování a sdílení tematických příspěvků se považuje za způsob participace, některé studenty překvapilo. Sociální sítě jsou pro mnohé z nich nejlepším způsobem, jak vyjádřit svůj názor, zejména pokud jim ještě není 18 let a nemohou volit. Získaná data také doložila, že jen část respondentů komentuje příspěvky, další část se spíše přiklání k „lajkování“, k přeposílání nebo změně profilové fotky.

Objevily se také názory na význam demonstrací a pochodů, přičemž mnozí vyjadřovali preferenci poklidných pochodů a demonstrací a potřebu sankcí za vulgární a agresivní vystupování. Avšak dodávali, že raději vyjádří svůj postoj na sociálních sítích než účastí na demonstraci. Další formou angažovanosti, kterou respondenti zmínili, je podepisování on-line petic. Sportovní aktivity také představují určitou formu angažovanosti, přičemž někteří se zapojují do akcí směřující k ochraně životního prostředí. Vyskytly se zde také názory na vyhýbaní se nákupu fast fashion a preference získávání oblečení z druhé ruky. Podpora Ukrajiny je pro respondenty důležitým tématem, což vyjadřují sdílením příspěvků, darováním potravin atd. Zejména ukrajinská respondentka si váží velké podpory ze strany spolužáků a občanů České republiky.

Ve výzkumu respondenti také zdůrazňovali význam školních institucí a učitelů ve formování občanských hodnot a postojů. Kvalitní učitelé společenských předmětů, kteří aktivně diskutují aktuální témata ve třídě, mají výrazný vliv na studenty. Respondenti z různých typů škol sdílejí různé zkušenosti. Zatímco studenti gymnázií a obchodních akademií se častěji setkávají s diskusí o aktuálních tématech, na technických školách se tato témata opomíjí. Existují rozdíly mezi přístupy učitelů,



přičemž někteří preferují omezení diskusí na určité předměty a jiní jsou otevření různým názorům. Klima třídy zde také hraje důležitou roli. Z výzkumu vyplynulo, že na základních školách jsou častěji prováděny aktivity zaměřené na občanské a demokratické hodnoty než na středních školách. Mezi tyto aktivity patří ekologické dny, projekty podporující enviromentální problémy a diskuse na globální témata. Studenti se také zapojují v rámci občanské podpory Ukrajiny. Občanské aktivity na středních školách jsou především na gymnáziích ve formě besed, přednášek a filmových festivalů na konkrétní globální téma.

Mezi nejčastější překážky aktivního zapojení respondentů patří velké množství nabídek a informací, což může vést k nezájmu a neochotě se zapojit. Mezi další bariéry patří obavy z vyjádření svého názoru na sociálních sítích a strach z negativních reakcí ze strany kamarádů a spolužáků. Na druhé straně, motivací k účasti je touha upozorňovat na důležitá témata ve světě a přispívat k pozitivním změnám. Respondenti si uvědomují, že mají schopnost a zodpovědnost reagovat na problémy jako je globální oteplování nebo sociální otázky.

## Závěr

Politická participace, občanská angažovanost a účast ve veřejném životě je důležitým faktorem pro rozvoj a fungování každé demokratické společnosti bez ohledu na to, jaká věková skupina se tohoto procesu účastní. Velkou roli zde hraje mezigenerační komunikace, výchova v rodině, výchova a formování jedince ve vzdělávacích institucích. V současné době ústřední roli v tomto společenském dění hrají nepopíratelně média všech typů.

Tato práce se věnovala konkrétně generaci Z, u které výrazně dochází ke generačnímu střetu. Starší generace ji považuje za generaci vágní, bez zájmu, bez zodpovědnosti, bez dostatečné aktivity a nazývá ji generací „sněhových vloček“, které se při prvním řešení problému rozpadají. Současně převládá názor o nedostatečné informovanosti a o úplném nezájmu a neangažovanosti se v politice, potažmo v celkovém aktuálním dění těchto mladých lidí.

Studium odborných publikací a vědecké literatury poukazuje na diametrálně měnící se pojetí občanství mladých lidí. Tento fenomén souvisí hlavně s nástupem a používáním sociálních sítí a digitálních technologií. Tyto nové možnosti otevírají nové cesty a přístupy mladé generace k participaci a upozadují tradiční formy vnímání této oblasti. V této souvislosti je ale nutné brát na zřetel nebezpečí dezinformací a fake news.

Současnými trendy v participaci mladých je převážně politický aktivismus na sociálních sítích, dobrovolnická činnost, účast na akcích cílených k určité podpoře například rovnoprávnosti mezi lidmi, genderu či ochraně životního prostředí.

Výsledky praktické části výrazně popírají zmíněný mýtus o nezájmu a nezapojení se mladých lidí do veřejného života. Rozhovory s nejmladšími zástupci generace Z, což jsou žáci základních a středních škol, vyvracejí předsudky a názory starší generace. Většina odpovědí respondentů ukazuje, že se jedná o mladé lidi, až neočekávaně interesované v politickém dění, kteří se zodpovědně zamýšlejí nejen nad globálními problémy, ale i nad aktuálním děním v České republice a problémy, které tíží občany této země. Pro respondenty je hlavní motivací k účasti touha upozorňovat na důležitá témata ve světě a přispívat k pozitivním změnám. Všichni využívají různé formy sociálních platforem pro získávání informací. Uvědomují si, že je třeba kritického myšlení k hodnocení veškerých obdržených zpráv a objektivního pohledu na aktuální

problémy. Potvrzují též důležitost předávání občanských, demokratických hodnot a postojů v rámci rodiny a školy, ale nejčastěji dávají přednost debatám a výměně názorů v kruhu vrstevníků, kamarádů a komunikaci na sociálních sítích. Výzkum též ukázal, že ne všichni respondenti mají zájem se aktivně podílet na dění kolem sebe. Politika je nezajímá, ale svoji pozornost věnují jiným důležitým tématům, jako například globální oteplování.

Důležitou roli hraje proměna vzdělávacího systému konkrétně přístupu vyučujících k aktuálním tématům a ochota dát prostor žákům k vyjádření jejich názorů a realizace četných projektů, které podporují aktivní angažovanost. Respondenti ocenili možnost diskuse během vyučování a pozitivního školního klimatu. Ale vždy toto záleželo na konceptu a typu školy.

Tato práce může být vodítkem k vysvětlení důvodů možných generačních střetů a pochopení měnícího se pojetí občanství a nového přístupu k aktivnímu zapojení mladé generace, tzv. generace Z. Zároveň se tato práce stává velkým pomocníkem starší generaci učitelů, kteří mohou pociťovat určité vzdalování se a nedostatečné pochopení současných mladých lidí. Tímto je možné odbourat vžitou představu, že mladí využívají sociální sítě pouze pro zábavu a hry. Proto získané výpovědi a data poslouží pedagogické praxi a zároveň k lepšímu vnímání žáků učitelem.

## Literatura a zdroje

### Kněžní zdroje:

ALMOND, Gabriel a Sydney VERBA, 1963. *The civic culture: political attitudes and democracy in five nations*. Newbury Park: Sage. 576 s. ISBN 9781400874569

ANDERSEN, Kim, OHME, Jakob, BJARNØE, Camilla, BORDACCONI, Mats Joe, ALBÆK, Erik, DE VREESE, Claes, 2020. *Generational gaps in political media use and civic engagement. From baby boomers to generation Z*. London, New York: Routledge. 217 s. ISBN 978-1-003-11149-8

BROOM, Catherine, (ed.), 2017. *Youth civic engagement in a globalized world: citizenship education in comparative perspective*. New York, New York: Palgrave Macmillan. 193 s. ISBN 978-1-137-56533-4

DISMAN, Miroslav, 2011. *Jak se vyrábí sociologická znalost: příručka pro uživatele*. 4., nezměněné vydání. Praha: Karolinum. 372 s. ISBN 978-80-246-1966-8.

DUFFY, Bobby, 2021. *The Generation Myth: Why when you're born matters less than you think*. New York: Basic Books. 288 s. ISBN 9781541620308.

ELLIOTT, Anthony, URRY, John, 2010. *Mobile lives*. New York, NY: Routledge. 208 s. ISBN 978-0-415480208.

FURLONG, Andy, 2013. Youth and the life course. In: FURLONG, Andy. *Youth Studies. An Introduction*. Routledge, London and New York. 312 s. ISBN 9780203862094

GIDDENS, Anthony, SUTTON, Philip W., ed., 2013. *Sociologie*. Praha: Argo. 1049 s. ISBN 978-80-257-0807-1.

HAN, Byung-Chul, 2016. *Vyhořelá společnost*. Přeložil Radovan BAROŠ. V Praze: Rybka Publishers. 283 s. ISBN 978-80-87950-05-0.

HELD, David, 2006. *Models of democracy*. 3rd Edition. Cambridge: Polity Press. 400 s. ISBN 978-0804754729.

HENDL, Jan, 2008. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál. 408 s. ISBN 978-80-7367-485-4.

CHRISTIAN, Sue, Ellen, 2020. Participating: How Technology Supports and Challenges Civic Engagement and Democracy. s. 241–263. In: CHRISTIAN, Sue, Ellen. *Everyday Media Literacy. An Analog Guide for Your Digital Life*. Routledge, London and New York. ISBN 9780815386599

JAKUBOWICZ, Karol, 2017. *Média a demokracie v 21. století: hledání nových modelů*. I. vydání. Přeložil Svatava NAVRÁTILOVÁ. Brno: Masarykova univerzita, 2017. 288 s. ISBN 978-80-210-8449-0.

JAKUBOWICZ, Karol, 2013. *Nová ekologie médií: konvergence a mediamorfóza*. Zlín: Verbum. 334 s. ISBN 978-80-87500-38-5.

JENKINS, Henry, 2006. *Convergence culture: where old and new media collide*. New York: New York University Press. 353 s. ISBN 978-0-8147-4281-5

KARTOUS, Bohumil, 2019. *No future: vezeme děti na parním stroji do virtuální reality?*. Praha: 65. pole. 243 s. ISBN 978-80-88268-30-7.

KATZ, Roberta, OGILVIE, Sarah, SHAW, Jane, WOODHEAD, Linda, 2021. *Gen Z, Explained. The Art of Living in a Digital Age*. Chicago and London: The University of Chicago press. 280 s. ISBN 978-0-226-81498-8

KRAMP, Leif, 2017. *We Need to Keep Moving: Strategies of News Media to Attract Young Audiences in Germany*. In: TOSONI, Simone, CARPENTIER, Nico, MURRU, Maria, F., KILBORN, Richard, KRAMP, Leif, KUNELIUS, Risto, MCNICHOLAS, Anthony, OLSSON, Tobias, PRUULMANN-VENGERFELDT, Pille, P (eds.) *Present Scenarios of Media Production and Engagement*. Bremen: Edition Lumière. 107–122 s. ISBN: 978-3-943245-72-1

LINEK, Lukáš, Ondřej CÍSAŘ, Ivan PETRÚŠEK a Kateřina VRÁBLÍKOVÁ, 2017. *Občanství a politická participace v České republice*. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON) v koedici se Sociologickým ústavem AV ČR. 248 s. ISBN 978-80-7330-319-8.

LINEK, Lukáš, 2017. Je podpora demokracie v česku generačně podmíněna a proč tomu tak je?. In: LINEK, Lukáš, Ondřej CÍSAŘ, Ivan PETRÚŠEK a Kateřina VRÁBLÍKOVÁ, 2017. *Občanství a politická participace v České republice*. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON) v koedici se Sociologickým ústavem AV ČR. 41–58 s. ISBN 978-80-7330-319-8.

- MCCRINDLE, Mark, 2014. *The ABC of XYZ: Understanding the Global Generation*. McCrindle Research Pty Ltd, Bella Vista, N. S. W. 269 s. ISBN 978 0 9924839 0 6
- MIOVSKÝ, Michal. *Kvalitativní přístup a metody v psychologickém výzkumu*. Praha: Grada, 2006. Psyché (Grada). 332 s. ISBN 80-247-1362-4.
- MORAVEC, Václav, 2016. *Média v tekutých časech: konvergence audiovizuálních médií v ČR*. Praha: Academia. 188 s. ISBN 978-80-200-2572-2.
- MÜLLER, Karel B., 2002. *Češi a občanská společnost: pojem, problémy, východiska*. Vyd. 2. V Praze: Triton. Filosofická setkávání. 251 s. ISBN 80-725-4232-X.
- MÜLLER, Karel B., 2008a. *Politická sociologie: politika a identita v proměnách modernity*. 2., rozš. vyd., Ve Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk 1. vyd. Praha: Portál. Filosofická setkávání. 215 s. ISBN 978-80-7367-380-2.
- MÜLLER, Karel B., 2008b. *Evropa a občanská společnost: projekt evropské identity*. 2., rozš. vyd., Ve Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk 1. vyd. Praha: Sociologické nakladatelství. Sociologické aktuality. 238 s. ISBN 978-80-86429-84-7.
- PROKOP, Daniel, 2022. *Slepé skvrny: o chudobě, vzdělávání, populismu a dalších výzvách české společnosti*. Třetí vydání. Brno: Host. 253 s. ISBN 978-80-275-1078-8.
- RAKUŠANOVÁ, Petra. 2007. *Povaha občanské společnosti v České republice v kontextu střední Evropy*. Praha: Sociologický ústav AV ČR, v.v.i. 140 s. ISBN 978-80-7330-122-4.
- SARTORI, Giovanni, 1993. *Téoria demokracie*. Bratislava: Achra. 512 s. ISBN: 80-7115-049-5
- SEEMILLER, Corey, GRACE, Meghan, 2018. *Generation Z. A Century in the Making*. London: Routledge. 348 s. ISBN 9780429442476
- SCHOLZ, Christian, 2019. The Generations Z in Europe – An Introduction. In: SCHOLZ, Christian, RENNIG, Anne. *Generation Z in Europe: Inputs, insights and implications*. Emerald Publishing Limited. 285 s. ISBN: 978-1-78973-493-5
- SCHUDSON, Michael, 1998. *The good citizen: A history of American civic life*. New York: Free Press. 402 s. ISBN: 9780674356405
- SPITZER, Manfred, 2014. *Digitální demence: jak připravujeme sami sebe a naše děti o rozum*. Brno: Host. 343 s. ISBN 978-80-7294-872-7

STRAUSS, William, HOWE, Neil, 2000. *Millennials Rising: The Next Great Generation*. New York, Vintage Books. 415 s. ISBN 9780307557940

ŠARADÍN, Pavel, Tomáš LEBEDA, Eva LEBEDOVÁ, et al., 2021. *Češi a demokracie v digitální době*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury. Politologická řada. 143 s. ISBN 978-80-7325-523-7.

ŠVAŘÍČEK, Roman, Klára ŠEĐOVÁ, Klára, 2007. *Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách*. Praha: Portál. 377 s. ISBN 97808073673130.

TITLBACH, Filip, 2022. *Byli jsme tu vždycky*. Praha: N Media. 230 s. ISBN 978-80-88433-07-1

TRAMPOTA, Tomáš, VOJTĚCHOVSKÁ, Martina, 2010. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál. 293 s. ISBN 978-80-7367-683-4.

#### **Odborné články a studie:**

AMNÅ, Erik & EKMAN, Joakim, 2014. Standby Citizens: diverse faces of political passivity. *European Political Science Review*. **6**(02), 261-281. Dostupné z: doi: 10.1017/S175577391300009X.

BENNETT, W. L., 2008. Changing citizenship in the digital age. In: W. L. BENNETT (Ed.), *Civic life online: Learning how digital media can engage youth* (pp. 1–24). MIT Press.

DALTON, Russell, 2008. Citizenship Norms and the Expansion Of Political Participation. *Political Studies*. **56**(30), 76-98. Dostupné z: doi:10.1111/j.1467-9248.2007.00718.x.

DELLI CARPINI, Michael, X., (2000). Gen.com: Youth, Civic Engagement, and the New Information Environment. *Political Communication*. **17**(4), 341-349. Dostupné z: doi: 10.1080/10584600050178942

DOLOT, Anna, 2018. The characteristics of Generation Z. *E-mentor*. 44-50. Dostupné z: doi: 10.15219/em74.1351.

- EDGERLY, Stephanie, VRAGA, Emily, K., BODE, Leticia, THORSON, Kjerstin, THORSON, Esther, 2018. New Media, New Relationship to Participation? A Closer Look at Youth News Repertoires and Political Participation. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. **95**(3), 192–212. Dostupné z: doi: 10.1177/1077699017706928
- EKMAN, Joakim, AMNÅ, Erik, 2012. Political participation and civic engagement: Towards a new typology. *Human Affairs*. 22, 283–300. Dostupné z: doi: 10.2478/s13374-012-0024-1
- FLANAGAN, Constance, LEVINE, Peter, 2010. Civic Engagment and the transform to Adulthood. *The Future of Children*. **20**(1), 159–179. Dostupné z: doi: 10.1353/foc.0.0043
- HAO, Xiaoming, WEN, Nainan, GEORGE, Cherian, 2014. News consumption and political and civic engagement among young people. *Journal of Youth Studies*. **17**(9), 1221–1238. Dostupné z: doi: 10.1080/13676261.2014.901490.
- KIM, Eun-mee, YANG, Soeun, 2015. Internet literacy and digital natives' civic engagement: Internet skill literacy or Internet information literacy?. *Journal of Youth Studies*. **19**(4), 438–456. Dostupné z: doi:10.1080/13676261.2015.1083961
- KUDRNÁČ, Aleš, 2017a. Mladí lidé a demokracie. Zpráva o dotazníkovém šetření na středních školách (červen 2017). *Sociologický ústav AV ČR*. Dostupné z: doi: 10.13140/RG.2.2.16678.83520.
- KUDRNÁČ, Aleš, 2017b. Vliv klimatu školní třídy a jejího socioekonomického složení na občanské znalosti a postoj k volební účasti. *Sociologický časopis*. **53**(2), 209-240. Dostupné z doi: 10.13060/00380288.2017.53.2.314.
- LEE, Sangwon, XENOS, Michael, 2019. Social distraction? Social media use and political knowledge in two US Presidential elections. *Computers in human behavior*, 90, 18–25. Dostupné z: doi: 10.1016/j.chb.2018.08.006
- ŠEBEŠ, Marek, 2020. Odpojení a propojení: mladí lidé, konzumace zpráv a občanská angažovanost. *Civilia – Odborná revue pro didaktiku společenských věd*. **11** (2), 4-18.



WEIß, Julia, 2020. What Is Youth Political Participation? Literature Review on Youth Political Participation and Political Attitudes. *Frontiers in Political Science*. 2, 1-13. Dostupné z: doi: 2. 10.3389/fpos.2020.00001.

### **Internetové zdroje:**

AMERICAN PSYCHOLOGICAL ASSOCIATION, 2009. *Civic engagement*. [online]. [cit. 2023-02-10]. Dostupné z: <https://www.apa.org/education-career/undergrad/civic-engagement>

AUXIER, Brooke, ANDERSON, Monica, 2021. *Social Media Use in 2021*. [on-line]. [cit. 2023-3-1]. Dostupné z: <https://www.pewresearch.org/internet/2021/04/07/social-media-use-in-2021/>

BANYAN, Margaret E, 2016. *Civic engagement*. [online]. [cit. 2023-02-10]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/civic-engagement>

BRANKA, 2023. *Generation Z Statistics 2023: True list*. [online]. [cit.2023-02-19]. Dostupné z: <https://truelist.co/blog/generation-z-statistics/>

BRITANNICA, 2023a. *Generation Definiton & Meaning*. [online]. [cit.2023-06-06]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/dictionary/generation>

BRITANNICA, 2023b. *Generation Alpha*. [online]. [cit.2023-06-06]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/Generation-Alpha>

CAMBRIDGE UNIVERSITY PRESS, 2023a. *Buzzword*. [online]. [cit.2023-02-05]. Dostupné z: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/buzzword>

CAMBRIDGE UNIVERSITY PRESS, 2023b. *Convergence*. [online]. [cit. 2023-05-28]. Dostupné z: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/convergence>

COHEN, Philip, 2021. *Generation labels mean nothing. It's time to retire them*. [online]. [cit.2023-01-03]. Dostupné z: <https://www.washingtonpost.com/opinion/s/2021/07/07/generation-labels-mean-nothing-retire-them/>

ČT24, 2023. *Klimatičtí aktivisté stupňují své akce*. [on-line]. [cit. 2023-5-31]. Dostupné z WWW: Klimatičtí aktivisté stupňují své akce. Na Poslední generaci se zaměřila velká policejní razie — ČT24 — Česká televize (ceskatelevize.cz)

DAHL, Robert A., 2023. *What is democracy?*. [online]. [cit. 2023-02-05]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/democracy>

ELVESTAD, Eiri, BLEKESAUNE, Arild, AALBERG, 2014. *Toril, The Polarized News Audience? A Longitudinal Study of News-Seekers and News-Avoiders in Europe*. [online]. [cit. 2023-06-015]. Dostupné z: <https://ssrn.com/abstract=2469713>

EUROBAROMETER: European Youth, 2022. *Eurobarometer on the European Year of Youth: Young Europeans are increasingly engaged*. [on-line]. [cit. 2023-5-31]. Dostupné z: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip\\_22\\_2774](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_22_2774)

HEYFOMO, 2023. Pápá, Google. *Pro Gen Z je novým vyhledávačem TikTok a Instagram*. [on-line]. [cit. 2023-03-20]. Dostupné z: <https://heyfomo.cz/papa-google-pro-gen-z-je-novym-vyhledavacem-tik-tok-a-instagram>

KABÁTEK, Aleš, 2020. *Sociologická encyklopedie: Generace*. [online]. [cit.2023-01-03]. Dostupné z: <https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Generace>

KOVÁŘ, Karel (2023): *Omezí EU svobodu projevu?* In: *YouTube* [on-line]. [cit. 2023-06-08]. Dostupné z WWW: <https://youtu.be/7NaHGdhQ6aw>

MACKOVÁ, Alena, ŠEREK, Jan, ŽÁDNÍK, Štěpán, MACEK, Jakub, MACEK, Petr, 2018. *CATCH-EyoU - Constructing Active Citizenship with European Youth: Policies, Practices, Challenges and Solutions*. [on-line]. [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: [https://ivdmr.fss.muni.cz/media/3077209/catch\\_zprava.pdf](https://ivdmr.fss.muni.cz/media/3077209/catch_zprava.pdf)

PARKER, Kim, IGIELNIK, Ruth, 2020. *What we know about Gen Z so far*. [online]. [cit.2023-01-03]. Dostupné z: <https://www.pewresearch.org/social-trends/2020/05/14/on-the-cusp-of-adulthood-and-facing-an-uncertain-future-what-we-know-about-gen-z-so-far-2/>

PEREZ, Sarah, 2022. *Google exec suggests Instagram and TikTok are eating into Google's core products, Search and Maps: TechCrunch*. [on-line]. [cit. 2023-03-20]. Dostupné z: [https://techcrunch.com/2022/07/12/google-exec-suggests-instagram-and-tiktok-are-eating-into-googles-core-products-search-and-maps/?guce\\_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cubmlbWFubGFiLm9yZy8&guce\\_referrer\\_sig=AQAAAKIx4mGJQdVhu5cJi06O64YlnTZsoEj0u57arcoHJ\\_MmpeUjwRpGvOQ-Ayc\\_zZ1Alju9lI2GVGRoULG9ftzysInhmZVm3zJ2KD7exzI92-k0Y1RoVqqu-dNKqyOb8tRaBtoPE8UOU66KoD9GEOSZiloPcfAzjARvE5KZt1VjqaiK&\\_guc\\_consent\\_skip=1687074529](https://techcrunch.com/2022/07/12/google-exec-suggests-instagram-and-tiktok-are-eating-into-googles-core-products-search-and-maps/?guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cubmlbWFubGFiLm9yZy8&guce_referrer_sig=AQAAAKIx4mGJQdVhu5cJi06O64YlnTZsoEj0u57arcoHJ_MmpeUjwRpGvOQ-Ayc_zZ1Alju9lI2GVGRoULG9ftzysInhmZVm3zJ2KD7exzI92-k0Y1RoVqqu-dNKqyOb8tRaBtoPE8UOU66KoD9GEOSZiloPcfAzjARvE5KZt1VjqaiK&_guc_consent_skip=1687074529)

SLADEK, Sarah, GRABINGER, Alyx, 2013. *Gen Z: The first generation of 21 st Century has arrived!*. [on-line]. [cit. 2023-02-20]. Dostupné z: [https://www.xyzuniversity.com/wp-content/uploads/2018/08/GenZ\\_Final-dl1.pdf](https://www.xyzuniversity.com/wp-content/uploads/2018/08/GenZ_Final-dl1.pdf)

TWENGE, Jean, M., 2017. *Have smartphones destroyed a generation?* [online]. [cit.2023-06-06]. Dostupné z: <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2017/09/has-the-smartphone-destroyed-a-generation/534198/>

TYSON, Alec, KENNEDY, Brian, FUNK, Cary, 2021. *Gen Z, Millennials Stand Out for Climate Change Activism, Social Media Engagement With Issue*. [online]. [cit.2023-06-15]. Dostupné z: <https://www.pewresearch.org/science/2021/05/26/gen-z-millennials-stand-out-for-climate-change-activism-social-media-engagement-with-issue/>

VAN DETH, Jan, W, 2016. *What Is Political Participation*. [on-line]. [cit. 2023-02-11]. Dostupné z: <https://oxfordre.com/politics/display/10.1093/acrefore/9780190228637.001.0001/acrefore-9780190228637-e-68>

## Přílohy

### Příloha 1: Struktura rozhovoru

<b>STRUKTURA ROZHOVORU</b>	
Představení výzkumu	
Informovaný souhlas	
<b>Hlavní okruhy</b>	<b>Sekundární okruhy</b>
Identita generace Z	Co pro vás znamená být součástí Gen Z
	Vliv internetu a sociálních sítí
Gen Z a demokratické hodnoty	Mladí lidé (Gen Z) a demokracie
	Stav demokracie v České republice
	Vliv rodiny a přátel na formování občanských hodnot
	Jak můžeme podporovat demokratické hodnoty
	Ochota jít volit
Gen Z a zájem nejen o politiku	Jaký je zájem o dění kolem sebe
	Jaká jsou zásadní témata
	Zdroj informací a konzumace zpráv
	Sociální sítě
	Dezinformace a fake news
Gen Z a participace / angažovanost	Jaké jsou formy zapojení mezi mladými lidmi
	Aktivní občanství ve školním prostředí
	Motivace a bariéry
Shrnutí	

Zdroj: vlastní zpracování