



UNIVERZITA PALACKÉHO v OLOMOUCI

Cyrlometodějská teologická fakulta

Katedra křesťanské výchovy

**Postoj generace Z k vybraným hodnotám**

Bakalářská práce

Autor: Ester Zajícová

Vedoucí práce: Mgr. Helena Pospíšilová, Ph. D.

Olomouc 2020

**Prohlášení:**

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně a veškeré použité prameny a informace jsem uvedla v seznamu použité literatury.

V Olomouci dne 11. 6. 2020

**Poděkování:**

Touto cestou bych chtěla velmi poděkovat paní Mgr. Heleně Pospíšilové, Ph.D. za její otevřenost, trpělivost, čas, ochotu kdykoliv pomoci, cenné rady a vstřícný přístup, který mi poskytovala po celý čas tvorby této bakalářské práce.

*„Lidé se podobají své době více, než se podobají svým rodičům.“*

McCrinkle

*„Mladá generace má pocit, že s ní přichází lepší svět. Stará garda má pocit, že s ní ten lepší svět odchází.“*

Karel Čapek

# Obsah

Úvod .....	7
TEORETICKÁ ČÁST.....	9
1 Hodnoty.....	9
1.1 Vymezení pojmu hodnota .....	9
1.2 Vytváření hodnot.....	11
1.2.1 Hodnotová orientace.....	11
1.2.2 Faktory ovlivňující hodnotovou orientaci .....	12
1.3 Klasifikace hodnot.....	13
1.3.1 Koncept Shaloma H. Schwartze .....	13
1.3.2 Koncept E. Sprangera.....	15
1.3.3 Koncept M. Rokeache .....	15
1.3.4 EVS a WVS.....	16
1.4 Výchova k hodnotám.....	17
2 Generace Z .....	19
2.1 Vymezení pojmu generace .....	19
2.2 Rozdíly mezi generacemi .....	20
2.3 Generace Z .....	21
3 Mládež.....	24
3.1 Vymezení pojmu .....	24
3.2 Charakteristika období adolescence .....	24
3.2.1 Vývojové změny adolescence .....	25
3.2.2 Socializace adolescence .....	26
3.3 Utváření hodnot mládeže.....	27
3.4 Mládež a křesťanské církve.....	29
4 Křesťanská akademie mladých .....	30
4.1 Křesťanská akademie mladých (KAM).....	30
4.1.1 Cíl organizace.....	30
4.2 Spolupráce .....	31
4.2.1 Josiah Venture .....	31
4.3 Aktivity a projekty KAM .....	31
PRAKTICKÁ ČÁST .....	33
5 Průzkumné šetření.....	33
5.1 Pedagogický průzkum .....	33
5.1.1 Cíl průzkumu.....	34

5.1.2	Spolupráce .....	34
5.2	Průzkumné otázky .....	35
5.3	Etické otázky průzkumu .....	35
5.4	Cílová skupina .....	36
5.5	Demografie sběru dat .....	39
5.6	Prezentace výsledků průzkumného šetření.....	40
5.7	Diskuze .....	53
	Závěr.....	57
	Seznam použité literatury .....	59
	Seznam grafů.....	63

## Úvod

Mladá generace přichází a zase odchází. Každá je jiná, ale přitom stejná. Každé rozhodnutí mladého člověka ovlivní celý jeho budoucí život. Kam půjde na školu, do jaké práce nastoupí, jakého partnera si vybere či kde bude žít. Klíčovým aspektem k rozhodování a směřování svého života jsou hodnoty. Hodnoty jsou nezbytnou součástí každého lidského života. Významným činitelem při tvorbě hodnot u mladých věřících lidí bývá zákonitě náboženství. Náboženská víra obsahuje systém morálních hodnot, který lidem usnadňuje jejich rozhodování a determinuje jejich pohled na svět. Křesťanské prostředí pomáhá mladé generaci si osvojit dané hodnoty a pracovat s nimi. Abychom porozuměli dnešní mladé generaci a uměli s ní pracovat, musíme zjistit, jaké tužby ovlivňují volby způsobů, možností a cílů jejího jednání.

Cílem této bakalářské práce je pojednat o postojích mladé generace Z k hodnotám, které jsou klíčové k porozumění této generace, jejím potřebám a touhám. Záměrem této bakalářské práce je i navrhnout přístupy práce s touto generací, které dopomohou pracovníkům k využití potenciálu a predispozicím mladé generace k jejich naplnění. Přejít od pasivity k aktivitě a vidět mladou generaci věřících v pravdivém světle. Ke splnění tohoto cíle nám pomůže si předem zvolit průzkumné otázky, které spolu úzce souvisí. Otázky se týkají především určitých hodnot, které jsou pro mladou generaci buď hodně důležité nebo méně důležité. Cílovou skupinou jsou tedy dnešní mladí lidé, kteří jsou aktivně zapojeni v křesťanském prostředí.

V teoretické části začneme první kapitolou o hodnotách, které jsou nedílnou a důležitou součástí každého lidského života. Nejformativnější období člověka je věk od 10 do 25 let, kdy se utvářejí základní hodnoty, které mají vliv na celý jeho život. Každá hodnota souvisí s vnitřní motivací člověka, podle čehož můžeme vidět orientaci jejich zájmu. Zmíníme tedy hodnotovou orientaci, a i některé koncepty na možnou klasifikaci hodnot dle některých autorů, kteří se touto problematikou zabývali. Další kapitola se věnuje generaci Z, a to vymezení pojmu generace, rozdíly mezi generacemi a seznámení s generací Z a jejími znaky. Třetí kapitola teoretické části je zaměřená na mládež jako takovou. Seznámíme se s obdobím adolescence po stránce vývojových změn a socializace mladého člověka. V této kapitole se zmíníme i o utváření hodnot mládeže a jejich vztahu ke křesťanským církvím. Konec teoretické části zakončuje kapitola o spolku Křesťanské akademii mladých, který je hlavním iniciátorem této bakalářské práce. Představíme

organizaci, její cíle a spolupráci. Zmíníme i její aktivity a projekty, které realizují program s mladými lidmi v rámci křesťanských církví.

Empirická část práce se věnuje průzkumu, jehož cílem je popsat výsledky průzkumného šetření, díky kterému můžeme předpokládat, jaký je postoj mladých věřících k jednotlivým hodnotám a jak jednotlivé hodnoty spolu souvisí. Na základě dotazníkového šetření zjistíme potřebné informace k postoji a z výsledků sběru dat analyzujeme situaci a popíšeme, jakých odpovědí se nám dostalo.



# TEORETICKÁ ČÁST

## 1 Hodnoty

Z každodenního života víme, že každé zboží má určitou hodnotu, tedy schopnost uspokojit nějakou naši aktuální potřebu. Ať už se jedná o kousek chleba či nový iPhone. Hodnota nemá však jen ekonomický význam. Existují i hodnoty, které si člověk nekoupí, bez kterých není života – příroda, voda, vzduch, rodina, bezpečí apod. Tedy nejen v přírodě, ale i v jiných sférách společenského či osobního života se setkáme s termínem hodnota.

První kapitola této bakalářské práce se zaměřuje na hodnoty, kde zmíníme vysvětlení základního pojmu hodnota, jak se hodnoty vytváří a také uvedeme klasifikace hodnot dle některých autorů.

### 1.1 Vymezení pojmu hodnota

Původem a povahou hodnot se zabývá věda axiologie. Jedná se o nauku o hodnotách a hodnocení. Řada axiologů tvrdí, že hodnota nějakého předmětu je podmíněna, jak jeho objektivními kvalitami, tak kvalitami hodnotícího subjektu. (Kučerová, 1996)

V zásadě není možné „jednoznačně a jednou provždy“ říci co hodnoty jsou. Je však možné zachycovat z různých hledisek to, jaké obsahy mohou hodnoty mít, v jakých souvislostech se tyto obsahy mohou vyjevovat a jaké důsledky s sebou obsahy toho, co za hodnoty považujeme, mohou pro společnost přinášet. (Prudký, 2009) Definice hodnot podle C. Kluckhohna: „*Hodnota je pojem, explicitní nebo implicitní charakteristický pro jednotlivce nebo skupinu, který označuje tužby, které ovlivňují volby způsobů, možností a cílů jednání*“. Tužby mohou být jakékoli žádosti či žádoucí stavy směřující k určitým cílům člověka. v přírodovědeckých oborech se hodnota vyjadřuje například číslem, v ekonomii je to něco, co lze vyjádřit cenou. v této bakalářské práci se chci zaměřit na hodnoty, které souvisí s výchovou jedince, jako je psychologie, pedagogika či sociální pedagogika. Pedagogický slovník (Průcha, 2003) vyjadřuje hodnotu jako „*subjektivní ocenění nebo míru důležitosti, kterou jedinec přisuzuje určitým věcem, symbolům, jiným lidem aj*“.

Hodnoty se objevují jako něco podstatného, jako to, co je nutné pro existenci člověka, skupiny, společenství, kultury a civilizace. Především proto, že vždy jde o součást utváření řádu, který je nezbytný pro zachování lidské existence. (Prudký, 2009)

Hodnoty mohou fungovat různě, přinejmenším jako:

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

(Prudký, 2009)

## 1.2 Vytváření hodnot

Hodnota daného objektu je umístěna v žebříčku hodnot. Jeho tvůrcem je člověk. Velký podíl na vytváření hodnot však má i společnost, ve které žije, různé tradice, rodina, přátelé apod. Mimo hranice dané právním řádem neexistuje v současné české společnosti jasný hodnotový žebříček, o kterém by se dalo říci, že se jím většinová společnost v naší zemi řídí. v tomto prostředí bez hranic vyrůstá současná dospívající generace. (Pospíšil, Šímová, Prokešová, 2010, s. 29)

Hodnoty však nejsou stálé, ale proměnné. Vznikají na základě hodnocení, znamená to tedy volit mezi kvalitami, vybírat, dávat přednost či odmítat na základě určitých kritériích, vzorců a standardů. Hodnoty jsou nám předávány už od narození, a to ze strany rodiny, učitelů, spolužáků, kamarádů apod. Podle toho, jak si vytvoříme hodnoty, pak také i jednáme. Hodnoty nás také ovlivňují v dalších činnostech. Některé hodnoty jsou však branné jako obecné pro celou společnost, zejména hodnoty týkající se morálky. Také jsou ale hodnoty individuální, ty objevujeme celý život pomocí vnímání a přijímání nových zkušeností. Jsme pak schopni si seřadit hodnoty podle důležitosti, kterou jim přisuzujeme, čímž si tvoříme vlastní žebříček hodnot.

Tvůrcem hodnot však není člověk, hodnoty existují objektivně, avšak my jako lidé je subjektivně prožíváme. Hodnoty jsou svou povahou absolutní, avšak relativní je naše zkušenost cítění hodnot. Abychom mohli právě s hodnotami pracovat, je třeba z implicitních hodnot udělat hodnotu explicitní, tedy je třeba je verbalizovat z hlubší vrstvy vědomí člověka, z podvědomí. Hodnoty člověka se vytvářejí i pod vlivem určité skupiny lidí, kteří můžou sdílet stejné hodnoty, jedná se o referenční skupinu. Touží-li člověk patřit do některé z těchto skupin, tak s nimi musí sdílet i stejné hodnoty. Hodnota prožívaná se skupinou je mnohem silnější, pevnější a vytrvalejší. Lidé se v ní navzájem povzbuzují, radují, sdílejí a podporují se navzájem.

### 1.2.1 Hodnotová orientace

Jedná se o hierarchicky uspořádaný soubor hodnot či žebříček hodnot přijatý člověkem, skupinou či společností. Představuje stabilní, souvislý systém hodnot, které regulují, usměrňují chování člověka. Je známo, že základní hodnotovou strukturu orientaci si utváříme v období od 10 do 25 let (v tzv. formativním období) do setrvávající podoby. Je známo, že během života dochází k proměnám určitých hodnot již v zažité soustavě. (Spousta, 2009)

Lidskou hodnotovou orientaci tvoří soustava určitých postojů, zájmů a určité formy chování. Hodnotová orientace patří k nejdůležitější součásti vnitřní stavby naší osobnosti, jsou zde zahrnuty naše zkušenosti. Díky nim můžeme hodnotit, rozlišovat, co je dobré a co ne, co je v našem životě podstatné a co nikoliv. Žebříček hodnot se mění také s věkem, podléhá tedy jisté věkové zvláštnosti. Mladý jedinec klade v období dospívání důraz na jiné hodnoty než člověk ve stáří. (Prunner, 2003)

### 1.2.2 Faktory ovlivňující hodnotovou orientaci

Náš život ovlivňuje mnoho faktorů, což jsou určité věci, činitele či události působící a ovlivňující naše názory, postoje, chování a jednání. Podle Krause (Kraus, 2006) se na utváření hodnotového systému podílejí činitele exogenní a endogenní. Individuální rozdíly každého jedince se projevují v hodnotové orientaci různě. Jsou dány věkem, pohlavím, dosaženou profesí, psychikou či sociální zralostí. Hodnotová orientace je závislá na materiálních podmínkách, vlivu výchovných a sociálních institucích, vlivu politicko-ekonomické sféry ve společnosti. Hodnotový systém se stabilizuje socializací v dané kultuře. Mění se v souladu se změnami v kultuře, ve společnosti a na základě nových osobních zkušeností. (Prudký, 2009)

Do jednotlivých prostředí se promítá systém hodnot, který působí jak na starou, tak i na mladou generaci, a tím ovlivňuje vznikající hodnotovou orientaci a ideály člověka.

### 1.3 Klasifikace hodnot

V polovině 19. století si Rudolf Hermann Lotze všiml, že nejsou hodnoty stabilní a že se neustále proměňují. (Prudký, 2009) Od té doby se ohledně problematiky hodnot vyjádřilo mnoho představitelů, a na základě jejich poznání se význam hodnot stále rozšiřoval. Hodnoty lze klasifikovat podle různých kritérií, která zahrnují subjektivní pohled autora smýšlejícího o problematice hodnot. Uvádí svůj pohled na hodnoty, jejich funkce či rozdělení hodnot do určitých skupin. V průběhu 19. a 20. století se hodnotami zabývali různí představitelé. Jsou zde uvedeny koncepty tří autorů na možnou klasifikaci hodnot:

#### 1.3.1 Koncept Shaloma H. Schwartz

Profesor Jeruzalémské univerzity Shalom H. Schwarz nahlíží na hodnoty jako na základní kameny možného porozumění společnosti. Během zkoumání hodnot došel k tvrzení, že hodnoty souvisí s vnitřní motivací člověka. Výsledkem potom bylo osm, později jedenáct podob motivačních typů hodnot:

##### 1. Sebeurčení

Cílem tohoto typu hodnoty je nezávislé myšlení, vytváření, zkoumání, volba vlastních cílů, zvědavost, svoboda v jednání a nezávislost člověka. Tento typ je odvozen z potřeby kontrolovat a z potřeby přikazovat.

##### 2. Stimulace

Tyto hodnoty pocházejí z předpokládané potřeby organismu pro odrůdu a stimulaci za účelem udržení optimální úrovně aktivity v rozmanitosti a různorodosti podnětů, kterým je jedinec vystaven. Je zde potřeba vzrušení, zažívat nové věci a výzvy v životě člověka.

##### 3. Hédonismus

Jedná se o potěšení, radost, smyslový prožitek či sebeuspokojení.

##### 4. Úspěch

Jde o osobní výkon či úspěch, který se projevuje mírou schopností a kompetencí, které jsou následně prokazovány dle sociálních standardů. Kompetentní výkon je dobrým předpokladem pro získání zdrojů potřebných pro přežití, pro úspěšné sociální vztahy a pro fungování různých institucí. Jedná se tedy o aktivní předvedení schopnosti ve specifických interakcích ve společnosti.

##### 5. Moc

Další z hodnotových motivací je dosažení kontroly nebo dominance nad lidmi a zdroji. Rozdělení společenského statusu je zapotřebí k tomu, aby různé instituce mohly fungovat. K tomu, aby tento typ lidí akceptovali, musí vzít v úvahu sílu hodnot. Úspěch s mocí jsou orientovány na sociální uznání. Moc, na rozdíl od úspěchu, se snaží dosáhnout nebo udržet dominantní pozici uvnitř hlavního sociálního systému.

#### 6. Bezpečí

Motivačním cílem tohoto typu hodnoty je bezpečnost, harmonie a stabilita jedince i celé společnosti a vztahů. Tento typ se odvozuje od základních potřeb jedince a potřeb skupin.

#### 7. Konformita

Cílem této motivace je omezit činnosti, sklony či impulzy, které by mohly narušit nebo ohrozit ostatní, narušit sociální očekávání či porušit normy. Tento typ je založen na předpokladu, že jednotlivci potlačují sklony, které by mohly být nebezpečné pro společnost.

#### 8. Tradice

Skupiny všude vyvíjejí symboly a praktiky, které představují jejich sdílené zkušenosti a osud. Tradiční způsoby chování se staly symbolem skupinové solidarity a vyjádřením skupinové jedinečnosti.

#### 9. Spiritualita

Teologové, filozofové a sociologové náboženství zdůrazňují, že význam tradičního vyznání víry a zvyků spočívá v tom, že dává životu smysl a cíl. Většina náboženství poskytují odpovědi na otázku konečného života a odkaz na nějakou nadpřirozenou bytost či sílu.

#### 10. Benevolence

Zaměřuje se na prospěch lidí ve svém okolí. Jedná se o zachování a rozšiřování blaha lidí, s nimiž je člověk často v každodenním kontaktu. Cílem je chránit, pomáhat a zvyšovat prosperitu lidí, se kterými se často setkáváme.

#### 11. Univerzalismus

Cílem tohoto hodnotového typu je pochopení, uznání, tolerance a ochrana blaha všech lidí a přírody. Může být odvozen od potřeb přežití skupin i jednotlivců.

Jestliže jsou hodnoty podle Schwartze považovány jako cíle, pak jejich dosažení slouží osobnímu či společenskému zájmu. (Schwartz, 1992)

### 1.3.2 Koncept E. Sprangera

Německý představitel duchovní psychologie E. Spranger ve svém díle „Lebensformen“ popisuje šest typů jednotlivých lidských postojů:

1. Teoretický – směřuje k poznání toho, co, jak a proč se dějí dané věci a usiluje o nalezení pravdy
2. Estetický – cílem je dosažení sebevyjádření a estetického dojmu a zároveň vnímá svět jako harmonické nebo disharmonické místo.
3. Ekonomický – klade důraz na zisk a užitek, hodnotou se pro takového člověka stává jen to, co je prospěšné jemu samotnému, rodině či skupině.
4. Sociální – překypuje láskou k lidem, žije pro druhého a ve druhých hledá i sám sebe
5. Mocenský – jedná v duchu vyšších zásad a moci. Dosahuje toho nejenom cestou fyzického nátlaku, ale i pomocí právních norem.
6. Náboženský – založeného čistě duchovním vlivem, který touží po vyšším smyslu života.

Ani on se sám nedomníval, že by existoval člověk čistě jednoho typu. Zastával však názor, že u každého člověka některý z těchto typů převládá. (Říčan, 2007)

### 1.3.3 Koncept M. Rokeache

Milton Rokeach přišel se snahou zkoumat hodnoty o nás samých, a to podle empiricky uchopitelného přístupu k hodnotám. v pojetí hodnot vychází z definice hodnot dle Kluckhohna (viz. výše). Hodnoty podle něj představují tendenci preferovat jistý stav věci před ostatními. Jsou spjaty se zájmy, potřebami a cíli, naplňovány prostřednictvím preferenčních voleb.

Rokeach vymezuje tři složky hodnot, které se vzájemně doplňují:

1. složka kognitivní
2. složka afektivní
3. složka behaviorální

Nejznámější rozdělení dle Rokeache ohledně druhů hodnot je na cílové a instrumentální. Cílové hodnoty definují vlastně konečný stav věcí. Tedy to, o co má smysl usilovat. Instrumentální hodnoty slouží jako prostředky a možnosti k dosažení, jedná se tedy o způsoby chování a jednání. Mohou se vzájemně prolínat a působit vícenásobně (Prudký, 2009).

#### 1.3.4 EVS a WVS

Evropský průzkum hodnot (EVS – European Values Study) a průzkum světových hodnot (WVS – World Values Survey) jsou dva rozsáhlé, nadnárodní a longitudinální výzkumné programy, které obsahují velké množství otázek, které byly od počátku osmdesátých let replikovány. Systém EVS zpracovává Univerzita v Tiburgu a oddělení GESIS Data Archive pro společenské vědy v Kolíně nad Rýnem, WVS od ASEP/JDS v Madridu. Každá skupina, EVS a WVS, vytvořila podélný datový soubor, který je distribuován prostřednictvím webových stránek a vyhledávacích systémů. (European Values Study, 2020)

První výzkum byl uskutečněn v roce 1981, kterého se zúčastnily Belgie, Dánsko, Francie, Irsko, Island, Itálie, Malta, Německo, Nizozemsko, Severní Irsko, Španělsko a Velká Británie. Výsledky výzkumu vzbudily velkou pozornost nejen odborné veřejnosti, ale i u politiků v Evropě. Díky tomu se rozhodlo, že se výzkum bude opakovat pravidelně v devítiletých intervalech. v letech 1990 – 1991 se výzkumu zúčastnilo 31 evropských zemí, včetně České republiky a Slovenska (tehdy ještě jako Československa). (Spousta, 2009)

Nejaktuálnější sběr dat výzkumu hodnot ČR je zveřejněn v publikaci *Hodnoty a postoje v České republice 1991 – 2017* (pramenná publikace European Values Study), která shromažďuje čísla identifikující sféru postojů, hodnotových orientací a preferencí vývoj české společnosti. Čísla pocházející ze série stejně opakovaných výzkumů, které v ČR proběhly v rámci rozsáhlého mezinárodního srovnávacího projektu EVS. (Rabušic, 2018)



## 1.4 Výchova k hodnotám

Vychovávat dítě je potřeba už od jeho narození. Výchovu můžeme chápat jako zaměřené a k určitému cíli směřující působení dospělých na jedince, skupiny podle určitého výchovného cíle za použití různých výchovných prostředků a metod. Ovlivňujícím faktorem však není jen rodina, učitelé a výchovné instituce, ale také sportovní oddíly, organizace mládeže, některé publikace, televizní a rozhlasové pořady. (Čáp, 1996)

Velký vliv v dnešní době má internet, pro mladou generaci hlavně sociální sítě, které se stávají hlavním vychovatelem a ukazatelem toho, jak se člověk má chovat, vypadat či dokonce i přemýšlet. Hodnoty člověka se přetvářejí na základě těchto vlivů a nastává střet různých hodnot, které vytvoří relativní škálu hodnot typickou pro aktuální společenské zájmy. Člověk vstupuje do skupiny, která má určité rysy, a to během socializace, což je dle pedagogického slovníku celoživotní proces, v jehož průběhu si jedinec osvojuje specificky lidské formy chování a jednání, jazyk, poznatky, hodnoty, kulturu a začleňuje se do určité skupiny lidí. (Průcha, 2003)

Dle Čápa (Čáp, 1996) je způsob výchovy ovlivňován různými skupinami podmínek:

- osobní vlastnosti a zkušenosti vychovávajících,
- zkušenosti dospělého s výchovou, kterou sám zažil jako dítě v rodině, škole, kolektivu ...,
- temperamentem dospělého,
- vlastnosti a zkušenosti vychovávaných dětí, jejich působení a chování na dospělé, kteří je vychovávají,
- historicko-sociální podmínky, ke kterým patří kulturní, ekonomické, výchovné tradice rodiny, školy a země...

Výchova a vzdělání podporují a předávají základní hodnoty, které lidstvo vytvořilo, jsou určitou podmínkou soudržnosti společnosti, na které závisí přežití lidstva. Krize současné civilizace a současných systémů výchovy a vzdělání má právě základ v krizi hodnotových soustav, tedy v krizi hodnocení. Upadají znalosti, porozumění a ztrácí se pocit závažnosti ohledně hodnot ve výchově. Díky tomu následně hodnotová nejistota v generaci vychovatelů vyvolává nechtěně hodnotový nihilismus u generace vychovávaných. Cílem všeobecného vzdělání a výchovy by mělo být osvojení vědeckého poznání ve vztahu k přírodě, k civilizaci i k duchovní kultuře, a to na základě hodnotového přístupu. (Kučerová, 1996)

Vychovatel je povolán k tomu, aby pomáhal hodnoty objevovat, chápat, potřebovat, ctít, milovat a zároveň i tvořit, a to nejen v životě vychovávaného, ale i u sebe samého. Člověk nemůže předávat něco, co sám nemá. Nemůže pomáhat stavět hodnoty, když je sám nemá postavené. A proto, aby hodnoty dobře stály, musí mít i pevný základ.

## 2 Generace Z

Cílovou skupinou této práce je mladá generace Z. Zatímco o předchozích generacích je napsáno hodně, generace Z je zatím velkou neznámou. Většina zmíněných poznatků o této generaci je použita z ověřených výzkumů či od jednotlivců. Čeští odborníci se až teď začínají o tuto generaci zajímat, proto většina poznatků je čerpána ze zahraničních zdrojů. Studie o této generaci nejvíce provádějí američtí odborníci.

Ve druhé kapitole si vysvětlíme pojem generace a pokusíme se shrnout charakteristiky jednotlivých generací a zároveň porovnat jejich odlišnosti. Každá z nich je specifická díky době, ve které se narodila a vyrostla. Každá doba přichází s něčím novým, co poznamená každou novou generaci. Dále rozvedeme generaci Z jako takovou, její znaky a zmíníme o ní zjištěné poznatky od odborníků, kteří se o tuto generaci zajímají.

### 2.1 Vymezení pojmu generace

Vysvětlení termínu generace může být problematické a nejednoznačné. Konkrétní disciplíny mohou tento pojem pojímat z hlediska biologického, demografického, ekonomického, genealogického, sociologického atp. Vymezení pojmu generace uvedeme z hlediska biologického a psychologického pro porozumění následujícím podkapitolám.

Dle biologického přístupu je definována generace jako časové období populace či určitého živočišného druhu, které je určeno průměrným věkem prvního rozmnožování. V rámci psychologie se jedná o skupinu lidí, kteří se narodili a společně vyrůstali ve stejné době. (Hartl & Hartlová, 2009)

Od 19. století si sociologové začali všimnout rozdílů různých věkových skupin, následně začali generace kategorizovat, typologizovat a sledovat jisté trendy ve společnosti. Generačními teoriemi se zabývá velká řada vědců, kteří primárně vychází ze svých vlastních poznatků a dat. Mezi autory v rámci časového ohraničení jednotlivých generací však nepanuje všeobecná shoda. Generace jsou klasifikovány různě, většinou se liší o tři, až pět let.

McCrinkle (2014) o pojmu generace hovoří jako o „*kohortě lidí narozených v určitém časovém rozpětí (cca 15-20 let), kteří jsou stejně staří, v podobné fázi života, a které ovlivnily stejné události, trendy a vývoj.*“ Generační charakteristika není pouze faktorem nějaké životní fáze nebo výstřelem, který vyroste.

Jedná se o skupinu lidí, kteří spolu vyrůstají a žijí stejnými událostmi, které na ně mají velký dopad (např. politické nebo technické změny).

## 2.2 Rozdíly mezi generacemi

Technologie, masový marketing, politika a popkultura, ve kterých vyrostla dnešní mládež, zajistily významný rozdíl oproti předchozím kulturám mládeže. Kvůli různým časovým podmínkám a sociálním znakům mají tyto generace různé ambice a pohledy na svět. Generační třídy, které definují odborníci, odkazují na tolik historických událostí a různé dopady, které se od sebe liší.

Berkup (2014) v rámci studie uvedl tuto klasifikaci generací:

- „Tradicionalisté“ se označuje také jako „tichá generace“ narozená v letech 1900 – 1945. Vyrůstali v době válek a hospodářských útrap, které měly výrazný vliv na jejich vlastnosti.
- „Baby Boomers“ se řadí dnešní dospělí narození v letech 1946 – 1964. V českém prostředí se sociologové touto generací nezabývali, proto je pojmenovaná a typická pro americkou kulturu. Tato generace se vyznačuje nárůstem porodnosti jako důsledek ukončení druhé světové války. Někdy bývají označováni jako „pokrizová generace“, která vyrostla v relativně bezpečných podmínkách a ekonomické prosperity. (Baby Boomers, 2011-2012)
- Generace X je narozená v letech mezi 1965-1980. Samotný název X je marketingové označení, které označuje členy této skupiny bez společného cíle. Do této generace můžeme zařadit i generaci s názvem „Husákovy děti“, kteří se narodili až počátkem 70. let 20. století. Jednalo se o velice silnou generaci, která v roce 1974 dosáhla svého vrcholu, kdy se narodilo 194 215 živých dětí. Důvodem byla podpora rodičů v novomanželských půjčkách, nového bydlení v panelových domech nebo zvýšení přídavků na děti. Není divu, že lidé narození v letech 1973 – 1976, jsou v současnosti nejpočetnější skupinou v ČR. (Strašilová, 2013) Tato generace vyrůstala v době komunismu, v době nglobalizovaného světa bez nových technologií či jiných nových možností, které jsou dnes k dispozici. Odlišuje se od předchozích generací pesimistickým vnímáním světa. V době dospívání této generace se poprvé objevují negativní společenské jevy, jako je např. rozšíření sexuálně přenosných chorob (AIDS, HIV...), tvrdých drog, zvýšení rozvodovosti atd. (Generace X, 2011 – 2012)
- Generace Y patří do rozmezí 1980 – 1994 jako první technologická a globální generace světa. Díky internetu se mladí lidé propojili po celém světě. (Generace

Y, 2011 – 2012) Výrazná vlastnost této generace je hledání odpovědi na otázku „Proč“, když čelí nějaké situaci. (Berkup, 2014) Ve srovnání s generací z bylo jejich dětství méně podřízeno digitálním technologiím. Více lidí této generace studovalo vysokou školu oproti přechozím generacím.

- Generace Z narozena v letech 1995 – 2010. Nástup této generace představuje jakýsi zlom v tradicích a jasně definovaných rolích společnosti. Oproti předchozím generacím je generace Z mnohem více materiálně dotovaná, technologicky nasycená a globálně propojená. Podle některých odborníků preferuje generace Z při trávení volného času, či při vzdělávání, počítač před knihami. Sociologové je charakterizují jako sebestředné individualisty, kteří jsou zaměřeni na spotřebu více než generace předchozí. (McCrindle, 2014) Podle průzkumu generace Z neprojevuje takové sociální citění jako generace Y. (Tomeš, 2017) Více podrobností o této generaci rozvedeme v další podkapitole.

### 2.3 Generace Z

Generace Z se podle některých odborníků narodila v roce 1995 – 2010. Narodili se do multikulturní společnosti, pro kterou neexistují hranice. Ve svých krátkých životech zažili Velkou recesi, teroristické spiknutí, hromadné střelby a falešné zprávy. V českém prostředí byla tato generace ovlivněna vstupem České republiky do Evropské unie, díky čemu se rozšířila větší poptávka po zaměstnání v zahraničí. Studie o této generaci nejvíce prováděli američtí odborníci. Globálně existují 2 miliardy generace Z, z toho tvoří 74 miliónů Američanů, nebo také 24% populace Ameriky. (Posnlick-Goodwin, 2019) Nejstarší jedinci této generace zahájili univerzitu v roce 2013, jsou to dnešní studenti a zaměstnanci zítřka (McCrindle, 2014).

Nezávislá organizace TEDx uvádí generaci z jako demografickou skupinu, která sleduje tzv. „mileniály“, což v mnohem jednodušším slova smyslu znamená, že se narodili po polovině 90. let. Dále tvrdí, že tato generace je nejrozvinutější formou člověka, jaká kdy byla. Důvodem, proč se tak odlišuje od předchozích generací, je její vystavení vlivu internetu již v útlém věku. Jelikož pak tito lidé žijí ve světě neustálých „upgradů“, nejsou schopni udržet dlouhodobě pozornost na jednu věc. Ačkoliv to tedy na první pohled vypadá, že jsou méně zaměřeni, díky jejich širokému záběru je jejich činnost zároveň efektivní. v tomto neustále se rozvíjejícím světě je jejich myšlení více kreativní, proto zároveň potřebují i naši okamžitou pozornost. (TEDx SBSC, 2019)

On-line deník Aktuálně.cz si nechal od agentury Behavior vypracovat exkluzivní průzkum v České republice, kterého se zúčastnilo 600 respondentů ve věku 16-23 let ve dnech 12. až 15. srpna 2019. Týkal se následujících oblastí: sociální sítě, politika, práce, bydlení, hodnoty, ekologie a stáří. Jde o nahlédnutí na mladou generaci Z, kterou je obtížné jednotně charakterizovat a na kterou je pohlíženo zjednodušeně či skrz prsty.

Výzkum (Aktuálně.cz, 2019) uvedl hlavní znaky generace Z:

- příliš časté používání mobilních telefonů
- závislost na sociálních sítích
- vytváření přirozených vztahů na internetu
- online svět druhým domovem
- nezájem o politiku
- neschopnost zakotvit
- netrpělivost a nestálost
- práce zábavou
- zakládání rodiny v pozdějším věku

Podle sociologa Stanislava Holubce generaci Z už příliš nelákají cesty do ciziny, a to díky rozvoji technologií. „*Všechno je stejně na internetu. Když se ptám svých vysokoškolských studentů, kdo z nich navštívil nějakou exotickou zemi, je to překvapivě málo lidí v kontrastu s tím, že se o mladé generaci hovoří jako o velmi aktivní.*“ Domnívá se, že to dokazuje diverzifikaci této generace. (Aktuálně.cz, 2019)

Generace Z je pod silným vlivem globalizace. Věci jsou globální, multikulturní, nové trendy z dalších zemí jsou k dispozici během několika dní, ne-li hodin. Díky internetu a znalosti angličtiny jsou lidé ovlivněni spoustou zdrojů.

Jedním z definujících vlivů na generaci Z je, že stárnou ve světě nasyceném digitální technologií. Americký spisovatel a přednášející o vzdělání Marc Prensky (2001) v oblasti digitální technologie označuje generaci Z jako “digital natives”, generace vyrůstající v online světě. Starší generace bývá šokována, že je tato generace znalostmi a schopnosti napřed a učí je, jak s digitálními technologiemi pracovat. Prensky tuto starší generaci označuje jako “digital immigrants”.

Jean M. Twenge, profesor psychologie na Státní univerzitě v San Diegu, provedl rozhovory s dospívajícími a analyzoval data ze studií zahrnujících 11 milionů Američanů od roku 1967 do současnosti. Tvrdí, že chytré telefony radikálně změnil každý aspekt života dospívajícího generace Z. Twenge věří, že je to proto, že dospívající žijí svůj

společenský život na svých telefonech a většinu času tráví ve svém pokoji, čímž se zvýšila míra sebevražd, depresí a úzkostí dospívajících. Twenge dále poznamenává, že v roce 2017 se o 76 % více 15-19 letých zabilo než v roce 2007, což se časově shoduje s rozšířeným využíváním sociálních médií a snížením socializace osob. (Posnlick-Goodwin, 2019) Mnoho dospívajících a mladých dospělých generace Z spí se svým telefonem a kontroluje sociální média těsně před tím, než jdou spát, a hned po probuzení ho vezmou zase do ruky. Někteří přiznávají, že zažili pocit úzkosti, kdykoli jsou odděleni od svého mobilního telefonu. (Twenge, 2017)

Mark McCrindle je oceněný sociální výzkumník, mluvčí TEDx a komentátor médií. Zkoumá aktuální sociální trendy, které ho vedou k pravidelným rozhovorům v tisku, v rádiu a v televizních pořadech. Ve své publikaci uvedl, že generace Z s větší pravděpodobností učiní rozhodnutí na základě vlivu svých vrstevníků než na základě svým autorit, údajů a faktů jako to má generace Y. (McCrindle, 2014)

Studenti generace Z přicházejí na vysokou školu s méně rozvinutými socializačními a rozhodovacími dovednostmi. I když se tato generace formuje jako velmi společensky angažovaná kohorta, do velké míry nedůvěřují vládě a neidentifikují se s hlavními politickými stranami. Sociální sítě jim umožňují vytvářet komunitní sítě, kde se aktivně účastní sebevyjádření a utváření identity. Psychická úzkost nastává častokrát tehdy, kdy nejsou online, protože mají pocit, že jsou vyloučeni z toho, co se na sociálních sítích děje. Pokud nejsou na sociálních sítích, neví, co se děje, a tedy jsou vyčleňováni a cítí se osamoceni. Pokud nemají dost lajků, myslí si: „Nejsem hoden.“ Nikdo mě nemá rád.“ Jeden člověk může mít 1 000 následovníků, ale pokud jeden člověk řekne něco negativního, začne si myslet, že s ním není něco v pořádku. (Posnlick-Goodwin, 2019)

Logickou volbou, díky vlivu digitálních počítačů je, že velká část mladých chce v budoucnu podnikat v počítačovém odvětví. Již zmíněné neprojevující sociální citění této generace možná udá směr více k pravicovým hodnotám. Velká globalizace může způsobit větší liberálnost a otevřenost vůči novým směrům společnosti. (Tomeš, 2017)

### 3 Mládež

Když mluvíme o současné mládeži, máme obecně na mysli mladého člověka ve věku přibližně od 14 do 25 let (Sak, 2000), který se nachází v období plném změn, projevujících se určitým způsobem chování, mluvení a myšlení. Starší lidé jim stále přisuzuje roli dítěte, ale v chování se od nich vyžaduje dospělý přístup k životu. To je jeden z hlavních důvodů, proč dochází k velkým neshodám mezi věkovými generacemi. v průběhu začleňování se do společnosti vzniká určité napětí mladých lidí, kteří přicházejí s novými názory, a nejsou ochotní přijmout názory společnosti. Každá nová generace mládeže přináší inovaci (Sak, 2000) společnosti, která se setká jak s přijetím, tak i s nepřijetím ze strany starší generace.

V této kapitole se zaměříme především na mládež z psychologického hlediska, kde rozvedeme charakteristiku, vývojové změny a socializaci adolescence. Potom přejdeme k utváření hodnot mládeže a vztahu mládeže ke křesťanským církvím.

#### 3.1 Vymezení pojmu

Nejprve k vymezení samotného pojmu. Jedná se o životní etapu nacházející se mezi dětstvím a dospělostí nazývané obdobím mládeže. Mládež je velká sociální skupina lidí s velmi specifickou pozicí a úlohou ve společnosti. Jedná se o jedince ve věku od ukončení základní školní docházky do věku ukončení sociální zralosti, převzetí všech rolí dospělých a získání plnohodnotného občanského statusu. (Sak, 2009) Starší generace tuto skupinu lidí považuje za sobeckou a nezodpovědnou pro to vzít život do vlastních rukou, založit rodinu a vydělávat na živobytí. Každá nová generace mládeže vykazuje některé podobné vlastnosti, jako je například experimentální životní styl, zpochybňování současného stavu, idealismus a posouvání hranic. (McCrindle, 2014) Mládež je podle sociologie a pedagogiky širším označením pro pojem *Adolescence*. (Macek, 2003)

#### 3.2 Charakteristika období adolescence

Jedná se o období přechodu mezi dětstvím a dospělostí, kdy se dotváří všechny složky osobnosti, utváří se identita. Celé období je provázené několika výrazných změn, které jsou klíčové pro celý život člověka. Dochází ke komplexní proměně osobnosti ve všech oblastech psychologické, somatické a sociální. Změny jsou podmíněny hlavně biologicky, ale vždy je významně ovlivňují sociální a psychické faktory. (Vágnerová, 2012) V ČR tato skupina představuje asi 4 miliony obyvatel, postupně se demografickým vývojem její podíl v populaci zmenšuje. (Průcha, 2003)



Termín adolescence pochází z latinského slova *adolescere* a znamená dospívat, dorůstat, mohutnět (Macek, 2003). Za určité období života se jako termín užívá až od 15. století. (Muuss, 1989, cit. Dle Macek, 2003)

Vágnerová (2012) toto období rozděluje na další dvě fáze:

- Raná adolescence – označovaná jako *pubscence* ve věku mezi 11.-15. rokem. v tomto období je nejnápadnější změnou tělesné dospívání, které je spojené s pohlavním dozríváním, tj. pubertou. Celkový vývoj přináší změnu způsobu myšlení a emočního prožívání. Důležitým sociálním mezníkem je ukončení povinné školní docházky okolo 15 roku života.
- Pozdní adolescence – trvá přibližně od 15 do 20 let života jedince. Jedná se o dobu komplexnější psychosociální proměny osobnosti dospívajícího i jeho společenské pozice. Na začátku tohoto období vrcholí přijetí specifické adolescentní kultury, sdílení stejných zážitků a úsilí o potvrzení určité sociální identity. Rozvíjí se vztahy s vrstevníky, především vztahy v oblasti partnerství. Další část představuje hledání a rozvoj vlastní identity jedince. Smyslem i tohoto období je poskytnout jedinci čas a možnost, aby porozuměl sám sobě, uměl si zvolit, čeho chce v budoucnosti dosáhnout a aby se dokázal osamostatnit ve všech oblastech, v nichž to současná společnost vyžaduje. Důležitým sociálním mezníkem je ukončení profesní přípravy, které následuje nástup do zaměstnání či pokračováním studia.

### 3.2.1 Vývojové změny adolescence

Během života každého jedince přicházejí určité změny, které výrazně ovlivní celý život člověka, ať už po stránce fyzické, psychické, sociální či morální.

Macek (2003) rozdělil vývojové změny adolescenta do pět částí:

1. pubertální změny – jsou charakteristické zrychleným růstem dospívajícího (výška, váha). Primární změny, v období pubescenci, se týkají hormonálních změn. Hladina hormonů se obvykle začne zvyšovat okolo osmého roku života. Sekundární pohlavní znaky se objevují obvykle o čtyři až pět let později. Biologické i fyzické změny dospívajícího jsou vnímány a hodnoceny jejich nositeli a také jejich okolím, které ovlivňuje jejich sebevnímání. (Macek, 2003, s. 44)
2. kognitivní změny – Mezi jedenáctým a dvanáctým rokem se objevují změny týkající se oblasti poznání rozvoje vyšších myšlenkových operací, které umožňují

stále přiléhavější pořádání vědomostí, větší podíl samostudia a hlubší vzdělávání v oblasti přírodních, technických, či společenských věd. (Čačka, 2000)

3. emocionalita – Dle psychologického slovníku se jedná o citový doprovod a součást prožívání jako relativně trvalá součást vztahů člověka k okolí i k sobě samému. (Hartl, 2009, s. 138) Citový život dospívajících je výrazně odlišný od dětského i dospělého. v tomto období dochází k přechodu od vnitřní dočasně neuspořádané impulzivity, až k sebeovládané a sebe usměrňující emocionalitě. (Čačka, 2000, s. 250) v tomto období se učí mladý jedinec se svými emocemi pracovat a umět najít si v nich stabilitu.
4. oblast vztahů – Jedná se nejen o vztahy dospívajícího s lidmi, ale především o vztah vůči sám sobě. Jedinec se vyčleňuje z rodiny a střetává se sebou v nejrůznějších situacích. Ocítá se ve zvýšené sebereflexi a sebehodnocení. Vztahy k rodičům či k autoritám mají odlišný význam od vztahů k vrstevníkům. v případě rodiny převládá snaha o „zrovnoprávnění“ vlastní pozice. Kdežto ve vztahu k vrstevníkům jde o vlastní „zhodnocení“. (Macek, 2003, s. 53)
5. utváření identity – Projevuje se experimentováním novými alternativami, integrací různých složek sebepojetí i představ o vlastní osobnosti. Tyto projevy dávají souhrnnou odpověď na otázku „kdo jsem?“. Dospívající si musí zvolit určitou podobu důležitých oblastí své identity, s kterou se následně bude identifikovat. (Vágnerová, 2012, s. 452)

### 3.2.2 Socializace adolescence

Pojem socializace je definován jako proces vývoje osobnosti v konkrétním materiálním a sociálním prostředí, které je charakteristické pro konkrétní společnost. (Macek, 2003) Jedná se o proces objevování lidské společnosti a zařazování se nebo včleňování se do společnosti. Tímto procesem prochází každý jedinec od svého narození až do konce života, tedy probíhá nepřetržitě celý život. Vyjadřuje tedy neustálé navazování, prohlubování a rozšiřování sociálních kontaktů jedince v rámci celého sociokulturního systému společnosti (Řezáč, 1998, s. 43).

Pro osobnostní rozvoj mladého člověka jsou důležité tyto sociální skupiny:

- Rodina: patří do primární fáze socializace, která předává základní kulturní a společenské návyky. Jedinec se separuje od rodiny a začíná se osamostatňovat. Vztahy s rodinou bývají ke konci adolescence z velké části vyřešeny a stabilizovány.

- Škola: pro adolescenta je škola významná z hlediska budoucího sociálního zařazení. Nástup do vybrané vzdělávací instituce vede k další sociální diferenciaci, spojené s rozvojem různých dovedností a vlastností, která souvisí i s proměnou hodnotové hierarchie.
- Volnočasové instituce: mohou kompenzovat negativní vliv rodiny i školní neúspěšnosti jedince. Jedná se např. o kroužky nebo sport.
- Pracoviště: ovlivňuje vymezení sociální identity staršího adolescenta. Adolescent přechází s nástupem na pracoviště do profesní role, která je spojena s určitou sociální pozicí.
- Vrstevnická skupina: v tomto období patří mezi nejdůležitější zdroji emoční a sociální opory. Přichází nová přátelství a první partnerství. Ke konci tohoto období dochází k ústupu od důrazu na skupinovou identitu a přechází se na individuální sebevymezení jedince.

(Vágnerová, 2012, s. 396)

### 3.3 Utváření hodnot mládeže

Každá generace mládeže reprodukuje některé kulturní hodnoty dané společností, jiné odmítá a vytváří si své nové. (Průcha, Walterová a Mareš, 1998, s. 133) Každý jedinec si vytváří určité hodnoty, podle kterých se ve svém jednání a uvažování řídí. Struktura hodnot je podmíněna potřebami a zvláštnostmi každého jedince dané jeho pohlavím, věkem, rodinným zázemím, vzděláním, kulturou atd. Není samozřejmostí, že hodnoty starší generace převezme automaticky mladší generace. Každá mladá generace vnáší do společnosti inovace, což se týká právě i hodnot.

Když se zabýváme problémem hodnot současné mládeže, nesnažíme se pochopit pouze duševní vývoj mladých lidí a s ním spojenou proměnlivost názorů a životních hodnot, ale sledujeme bezesporu také vývoj celé společnosti. Hodnoty, které vyznávaly naše babičky například v patnácti letech, jsou diametrálně odlišné od hodnot dnešních 15letých mládežníků. Zkoumat hodnoty mládeže tedy znamená současně zkoumat i společenskou dynamiku a trendy dnešní společnosti. Podle P. Saka (2000) je mladá generace nositelem dynamiky a reprodukce hodnotového systému společnosti. Mladý člověk přijímá do svého hodnotového systému to, co má reprodukční charakter, resp. co je živé. Nejdříve hledá význam hodnot především sám pro sebe. Jeho prvořadá touha je po slasti a zážitku. Teprve až později začíná usilovat o životní zakotvení a identifikaci

se svým okolím. Až v období střední dospělosti přichází do popředí hodnotových preferencí hledání smyslu života mladého jedince.

O. Čačka (2000) popisuje potřeby směřující k vytvoření hodnot takto:

- potřeba být respektován,
- potřeba citové odezvy,
- potřeba dojmů a zkušeností,
- potřeba mít partnera,
- úsilí po konformitě se skupinou, přičemž projevy spočívají ve stejném oblékání, názorech a mluvě,
- potřeba určitého statusu, touha po postavení ve skupině, kde je uznáván a má své místo.

Utváření hodnot souvisí s celou řadou vlivů, se kterými se mladí jedinci setkávají. Mládež se dostává do kontaktu i s negativními vlivy, které ohrožují jejich mravní a sociální vývoj ve věku, kdy ještě nejsou sociálně zralí, tedy nejsou sociálně kompetentní k obraně před těmito vlivy (Sak, 2009). Jedná se o sociálně patologické jevy, které společnost klasifikuje jako nežádoucí, jako např. kriminalita, vandalismus, záškoláctví, šikana či návykové látky.

### 3.4 Mládež a křesťanské církve

V tomto věku je spíše výjimečné, aby mladí lidé byli členy církví. v současné době se na náboženství nejvíce orientují mladí lidé kolem věku 20 let (Sak, 2000). Většinou je to vyvoláno potřebou hledání smyslu života a osobní existenciální krizí. I přes to je spíše výjimečné, aby mladí lidé byli v tomto věku členy církví. Příklon nebo odklon od církve je jednak jedním z rozhodnutí, které musí adolescent udělat pro ujasnění identity, a také způsob volby osobní zodpovědnosti za směřování svého života. Sdílení hodnot církve staví adolescenti svoji identitu také na skupinové identitě církve či konkrétní farnosti.

Církev je mladými lidmi odmítána z několika důvodů. Podle Künga (2010) nejsou v současné době žádné instituce a strážci hodnot, které nejsou v krizi či jsou radikálně zpochybňovány. Všechny instituce (stát, škola, rodina, církve...) jsou podle něj nejisté, neexistuje nediskutovatelná autorita. Vyjmenovává množství institucí, kde má církve své specifické postavení. Je zřejmé, že církve, jako prastará instituce, nese zklamání lidí z různých důvodů. Ať už to jsou důvody historické či osobní, vedou k averzi zajímat se o církve.

Studie a výzkumy o mládeži v církvi se v ČR tolik nedohledáme, jako v USA. Dle Global religious futures jsou příslušníci křesťanství v USA o 55 % více, než v ČR (Global religious futures, 2012).

## 4 Křesťanská akademie mladých

Dnešní mládež má silný vliv na to, jak bude česká společnost vypadat v příštích desetiletích. v této kapitole se zabýváme spolkem Křesťanská akademie mladých, který má celorepublikový dosah se zaměřením na mladou generaci. Nejprve se zaměříme na charakteristiku, vznik, účel a cíl této organizace. Dále rozvedeme spolupráci akademie a ke konci kapitoly zmíníme její jednotlivé aktivity a projekty.

### 4.1 Křesťanská akademie mladých (KAM)

Tato organizace byla založena z podnětu amerických misionářů a českých křesťanů dne 21. 8. 1997 jako občanské sdružení a od roku 2014 nadále působí coby zapsaný spolek. Jedná se o necírkevní, nestátní a neziskovou organizaci, která zasahuje svými aktivitami různá města a regiony celé České republiky za účelem:

- usilovat o ochranu a rozvoj mladých lidí a naplňování jejich fyzických, duševních, duchovních a společenských potřeb,
- šířit mezi mladými lidmi znalost Bible a motivovat je k uplatňování křesťanských principů a hodnot v jejich životech,
- rozvíjet charakter, pevný morální základ, iniciativnost a vůdčí schopnosti mladých lidí.

#### 4.1.1 Cíl organizace

Cílem KAM je nabídnout či poskytnout:

- vzdělávací aktivity
- volnočasové a mimoškolní aktivity
- prevence rizikového chování
- spolupráci a podporu jiných subjektů s obdobným účelem a aktivitami se zaměřením na mladou generaci.

(Stanovy spolku KAM, 2018)

- šířit znalosti Bible
- rozvoj charakteru mládeže a naplňování jejich fyzických, osobnostních a duchovních potřeb.

(Gondáš, 2006)

## 4.2 Spolupráce

Spolek Křesťanská akademie mladých usiluje o nad denominační charakter, který by měl umožnit spolupráci napříč spektrem křesťanských církví. (Gondáš, 2006) Hlavním spolupracovníkem jsou tedy určité církevní organizace. Mezi některé církevní denominace patří např. Církev bratská, Slezská církev evangelická a. v., Českobratrská církev evangelická, Apoštolská církev, Evangelická církev metodistická a Bratská jednota baptistů. Spolupráce probíhá s jednotlivými křesťanskými sbory určité denominace, kde školí vedoucí pracovníky mládeže.

### 4.2.1 Josiah Venture

KAM je členskou organizací mezinárodní skupiny zvané Josiah Venture z USA, která sdružuje organizace ze 14 zemí střední a výchovní Evropy spojené stejným posláním (Výroční zpráva KAM, 2018).

Jedná se o americkou učenickou organizaci, jejíž vizí je *„A movement of God among the youth of Central and Eastern Europe that finds its home in the local church and transforms society.“* /“Boží hnutí mezi mladými lidmi ve východní Evropě, kteří najdou svůj domov v církvi a změní společnost.“. (Josiah Venture, 2020) Prezidentem a zakladatelem této organizace v ČR je americký misionář David Patty. Josiah Venture se zaměřuje na multiplikaci (Gondáš, 2006), neboli množení učedníků v globálním měřítku.

## 4.3 Aktivity a projekty KAM

V organizaci pracují tři skupiny lidí: zaměstnanci, lektori a misionáři. Pracovníci jsou zařazeni do oddělení odpovídajících daným programům KAM. Mezi tyto programy patří evangelizace, vzdělávání, učenictví, místní práce, stáže, koučink, provozní tým a podpora růstu. v praxi jsou tyto programy realizované určitými aktivitami a projekty KAMu, mezi které patří:

1. Fusion – Jedná se o otevřený rock-popový pěvecký sbor pro mládež ve věku od 13 do 20 let. Během školního roku probíhají každý týden workshopy, kde se studenti učí zpívat sólo, hrát na hudební nástroje, dirigovat, tančit, fotografovat či nahrávat videa. Nejedná se ale pouze o zkoušky každý týden, v létě jsou organizovány kempy s rodilými mluvčími z USA. Během roku se pořádají koncerty, kde si mladý člověk může vyzkoušet, co se naučil. Koncerty se dělají pro lokální komunitu, školy, veřejnost, rodiče a přátele.

2. Exit tour – Mezinárodní turné, které poskytuje minimální preventivní program pro základní a střední školy. Turné se připravuje ve spolupráci s vybranými středními a základními školami, místními neziskovými organizacemi a jednou ze zahraničních kapel. v každém vybraném městě se uskuteční kulturně-vzdělávací programy na 3-4 školách. v rámci programu jsou workshopy a přednášky pro studenty jednotlivých škol. Celý Exit tour se ukončuje velkým koncertem pro 200-400 lidí.

3. English camps – English camp je intenzivní týdenní výuka angličtiny s rodilými mluvčími, která je vedená hravou a zábavní formou pro mladé lidi. Angličtina se na tomto kurzu učí hlavně neformálně a přirozeně (např. Skrze rozhovory, videa, písničky, sporty a hry). Celý kemp probíhá v některé z rekreačních oblastí, kde mají studenti možnost trávit čas v přírodě a rozvíjet pohybové dovednosti.

4. Edge sports – Jedná se o sportovní aktivity pro mládež. Součástí tréninků jednotlivých sportů jsou také krátká zamyšlení nad různými tématy v oblasti prevence, disciplíny, týmové spolupráce apod. Podkladem k těmto tématům jsou příběhy z Bible.

5. Škola pro život – Služba podporující pedagogy a lektory, kteří přinášejí do škol:

1. programy Duchovního dědictví
2. Preventivní programy Úcta k životu
3. Projekt “Komenský 2020”

6. Etická výchova, O. P. S. – pomoc zavádět etickou výchovu do škol pomocí kurzů. Učitelé se dostávají do interakce s tématy nejen etické výchovy, ale také prevence šikany, jak vést třídnické hodiny, spolupráce pedagoga s rodiči, motivace žáků, asertivita jako obrana proti manipulaci, formativní hodnocení a další.

7. Rise Up – Jedná se o službu pro církev, která nabízí mladým pracovníkům a týmům duchovní vzdělávání, praktické zkušenosti, vzdělávací materiály, vzájemné sdílení a předávání inspirace.

(Křesťanská akademie mladých, 2020)



## PRAKTICKÁ ČÁST

V rámci praktické části této bakalářské práce byl proveden kvantitativní průzkum prostřednictvím náhodně zvolených respondentů mládeže ve věku od 13 do 24 let. Průzkumné šetření se zaměřuje na postoj generace Z k hodnotám v rámci křesťanských církví. Empirická část obsahuje seznámení s metodami, které jsme pro průzkum použili, dále objasnění hlavních cílů práce a popis respondentů a prostředí, ve kterém byl průzkum uskutečněn. Dále je praktická část věnována samostatnému průzkumu. Na konci provedeme analýzu zpracování dat a následnou prezentaci výsledků celého průzkumu.

### 5 Průzkumné šetření

Vědecký výzkum v rámci oblasti pedagogiky můžeme vymezit jako záměrnou, systematickou činnost, při níž se pomocí empirických metod zkoumají hypotézy o předpokládaných vztazích mezi přirozenými jevy. Pokud se jedná o kvantitativní výzkum, získáváme o studovaných jevech zpravidla velké množství číselných údajů. Tento druh výzkumu využívá náhodné výběry, experimenty, a silně strukturovaný sběr dat pomocí testů, dotazníků a pozorování. (Chráška, 2007) V rámci tohoto průzkumu se pracuje s proměnnými, které přinášejí díky měřitelnosti objektivní informace.

Vzhledem k většímu počtu respondentů bylo naše průzkumné šetření realizováno jednou z metod kvantitativního výzkumu, a to formou dotazníku.

#### 5.1 Pedagogický průzkum

Průzkum proběhl formou on-line dotazníku. Výhodou dotazníku je, že umožní rychlé shromažďování dat od velkého počtu respondentů. Tuto metodu řadíme mezi kvantitativní výzkumné metody, díky které získáváme na základě písemných otázek, písemné odpovědi. Otázky jsou předem promyšlené, seřazené a zformulované tak, abychom získali potřebná data. Dotazník byl realizován na internetu přes Google dokumenty, kde byl nejrychleji dostupný všem respondentům. Díky této metodě je možné oslovit velký počet respondentů. Důležité je však dbát při vyhodnocování dotazníku na obezřetnou interpretaci získaných dat, abychom odlišili objektivní zjištění od subjektivních soudů. (Chráška, 2007) Nevýhodou této metody může být nepochopení otázek a tím způsobené jeho chybné vyplnění.

Vypracovaný dotazník byl poslán přes organizaci Křesťanská akademie mladých (KAM) do všech různých křesťanských církví po celé ČR. Konkrétně byl poslán pracovníkům, kteří se věnují mladé generaci ve volném čase.

Dotazník obsahuje 5 sekcí složených z 84 otázek. První sekce zjišťuje obecné informace o respondentovi (věk, pohlaví, kraj, velikost obce, vzdělání). Druhá sekce pojednává o rodině respondenta (domácnost, vzdělání rodičů, sourozenci, nejbližší osoba, ...). Hlavní část dotazníku je věnována třetí sekci, kde se zjišťuje preference hodnot respondenta. Zmíněný seznam hodnot je vzat od dvou klasifikací hodnot Rokeache a Swartze. Pro jednotlivou hodnotu respondent odpovídá tak, že vybírá určitý bod na předložené škále od 1-10. Další sekce se zaměřuje na světový názor respondenta, která se skládá ze tří otázek zaměřených na názor dotazovaného. Poslední sekce zjišťuje vztah mezi respondentem a křesťanskou církví (konkrétně na její hodnoty, aktivnost v církvi, ...). Pro zjednodušení a větší přehlednost jsou otázky uváděny jen v mužském rodě. Před distribucí dotazníku bylo osloveno 5 mladých lidí různého věku. Účelem bylo zjistit, zda jsou jednotlivé otázky pro ně srozumitelné a kolik času u vyplnění dotazníku stráví.

Pro účely této kvalifikační práce jsme vybrali pouze část položek z dotazníkového šetření, a to část vztahující se na preference hodnot respondenta, abychom dodrželi doporučený rozsah práce.

### 5.1.1 Cíl průzkumu

Cílem průzkumu je popsat a přiblížit jednotlivé postoje mladých věřících generace Z k jejich hodnotám. Z průzkumu se dozvíme, které hodnoty jsou pro tuto skupinu více důležité a které méně.

### 5.1.2 Spolupráce

Ve spolupráci na sběru dat jsme spolupracovali s Křesťanskou akademií mladých (KAM), která zprostředkovala sdílení dotazníku po celé ČR. Dotazník byl poslán vedoucím jednotlivých církevních organizací, kteří s mladou generací pracují. KAM se podílela i na tvorbě daného dotazníku. Sběr dat organizace využije v rámci jejich programů či kurzů<sup>1</sup>. Díky této spolupráci má náš průzkum velký dosah na práci s mladou generací.

---

<sup>1</sup> viz teoretická část, kapitola 4.3. Aktivity a projekty KAM

Pokud bychom měli popsat nevýhody se zadáváním dotazníkům, spolupráci s organizací KAM a s respondenty, první věc, která mohla vyvolat problémy je skutečnost, že každý respondent má jinou představu o pojmech jednotlivých hodnot. Například hodnotu ovlivňování někdo bere za negativní a někdo zase za pozitivní.

## 5.2 Průzkumné otázky

Otázkami zmíněnými v dotazníku chceme zjistit odpovědi na níže uvedené průzkumné otázky.

Průzkumné otázky:

- 1. Které hodnoty jsou pro generace Z nejvíce důležité?**
- 2. Jakou důležitost přisuzuje generace Z hodnotě „Vlivnost/mít vliv“?**
- 3. Jakou důležitost přisuzuje generace Z hodnotě „Společenské uznání“?**
- 4. Jakou důležitost přisuzuje generace Z hodnotě „Cestování“?**
- 5. Jakou důležitost přisuzuje generace Z hodnotě „Úcta k tradicím“?**
- 6. Jaký je postoj generace Z k hodnotám křesťanských církví?**

Srovnání hodnot skupiny ve věku 15-17 a skupiny ve věku 25-27:

- 7. Jaký je tvůj postoj k hodnotě „Osobního růstu“?**
- 8. Jaký je tvůj postoj k hodnotě „Odvaha zastávat své názory“?**
- 9. Jaký je tvůj postoj k hodnotě „Volný čas a koníčky“?**
- 10. Jaký je tvůj postoj k hodnotě „Vzrušující život“?**

Doplňující otázka vybraná na základě zájmu organizace KAM:

- 11. Kdo je pro Generaci Z nejbližší osobou?**

## 5.3 Etické otázky průzkumu

V rámci průzkumného šetření jsme brali ohled na zásady etického jednání, se snahou k jejich dodržení. Jednalo se zejména o poskytnutí informací s respondenty ohledně způsobu využití dat, které budou během sběru dat získány. Obsahem položených otázek byl souhlas s využitím získaných dat, anonymita respondentů a respektování jejich soukromí v kontextu poskytování informací. Respondenti byli o této skutečnosti upozorněni nejen slovně, ale i písemně v úvodu dotazníků. v bakalářské práci nejsou tedy zmíněna žádná jména účastníků ani další informace, které by je mohly poškodit.

Během vyplnění dotazníků měli respondenti dostatek času na to, aby mohli na otázky odpovědět bez nátlaku. Komunikace probíhala většinou přes sociální sítě, kde jim byl dán neomezený časový prostor k odpovědím na kladené otázky a následnému vyplnění dotazníku. Pokud dotazník vyplňovala nezletilá osoba, bylo nutné požádat zákonného zástupce o souhlas s jeho vyplněním.

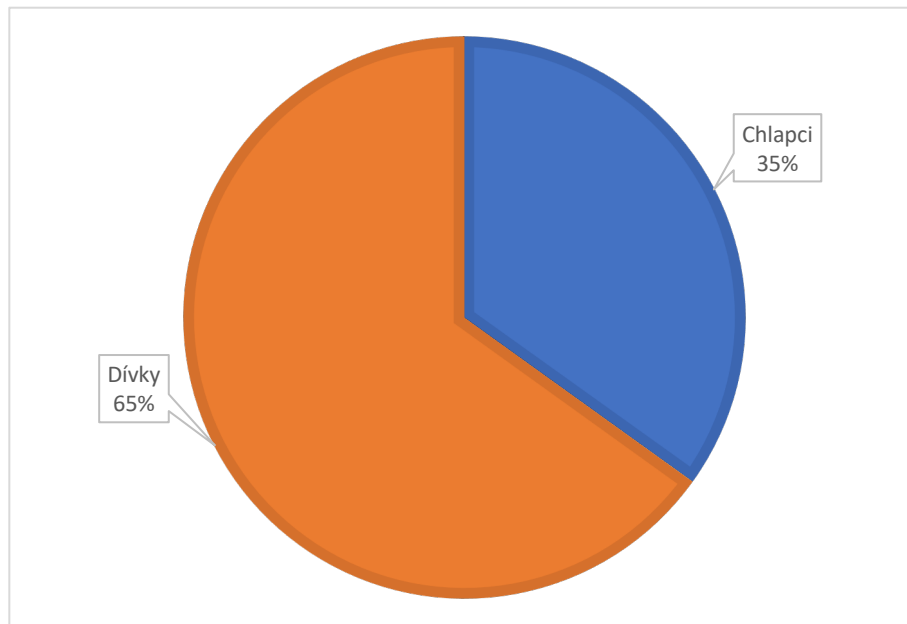
Respondenti byli i v neposlední řadě ujištěni o skutečnosti, že mohou na kteroukoli otázku odmítnout odpovědět bez uvedení důvodů.

#### 5.4 Cílová skupina

Celkem dotazník vyplnilo 653 respondentů, z toho je 419 mladých věřících (od 14 do 24 let) a 66 mladých nevěřících z generace Z (od 14 do 24 let). Zbytek vyplnilo 169 respondentů ze starší generace (od 24 do 55 let).

Cílovou skupinou při průzkumném šetření jsme si vybrali mladé věřící z generace Z ve věku od 13 do 24 let, kteří se zapojují do aktivit křesťanských církví. Sběr dat probíhal v lednu a únoru 2020. Osloveni byli mladí lidé hlavně přes sociální sítě na internetu. KAM rozeslalo dotazníky pomocí emailu vedoucím křesťanských církví (Církev Bratrská, Církev římskokatolická, Apoštolská církev, Evangelická církev metodistická, Českobratrská církev evangelická, ...), které intenzivně s touto generací pracují. Cílovou skupinou jsou tedy aktivní mladí věřící, z toho většina vyrůstala v křesťanské rodině. Výsledky průzkumného šetření nelze globalizovat na celou křesťanskou mládež. Jde tedy o hodnoty dnešní mládeže v rámci průzkumného vzorku.

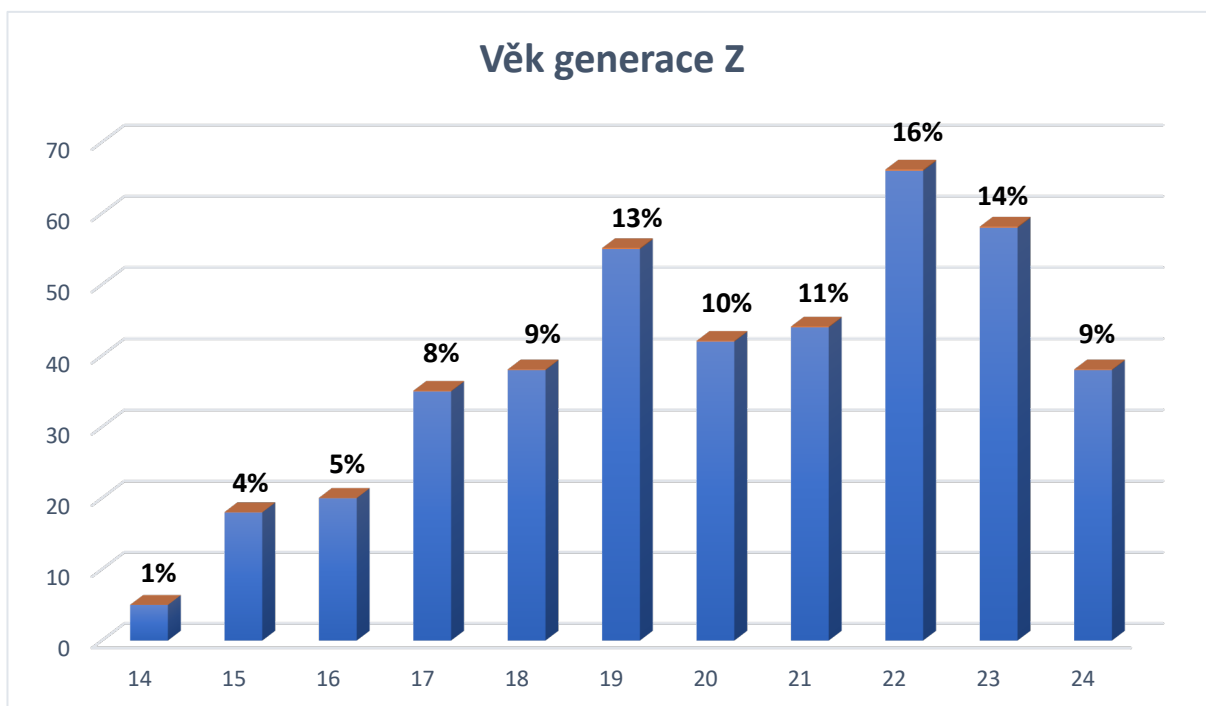
## Pohlaví respondentů



Rozdělení respondentů tohoto průzkumu bylo dle pohlaví následovné: z celkového

Graf č. 1: Rozdělení respondentů dle pohlaví

počtu 484 mladých lidí generace Z se zúčastnilo dotazníku 169 chlapců (35 %) a 315 dívek (65 %). Z tohoto grafu tedy vyplývá, že se průzkumu účastnilo o dost více dívek než chlapců, což ale v našem průzkumu nehraje zásadní roli.



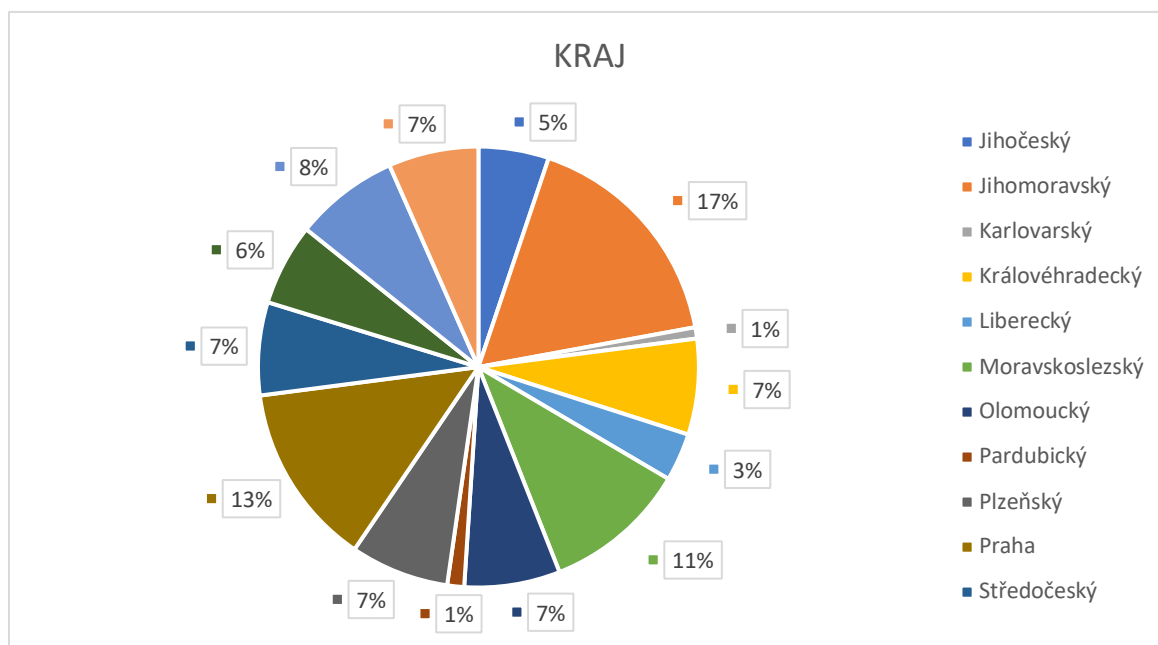
Graf č. 2: Věk generace Z

Jak již bylo zmíněno výše, cílovou skupinou průzkumného šetření byla mladá generace Z, tedy mládež ve věku 14-24 let, přičemž věkový průměr všech respondentů byl 19 let.

Věková stupnice v grafu č. 2 „Věk generace Z“ není rovnoměrná. Nejvyšší počet respondentů, kteří vyplnili dotazník, bylo ve věku 22 let (16 % z dotazovaných), dále 14 % mladých ve věku 23 let, 55 mladých (13 %) ve věku 19 let, 44 mladých (11 %) ve věku 21 let, 42 mladých (10 %) ve věku 20 let, 38 mladých (9 %) ve věku 18 let, 38 mladých (9 %) ve věku 24 let, 35 mladých (8 %) ve věku 17 let, 20 mladých (5 %) ve věku 16 let, 18 mladých (4 %) ve věku 15 let a 5 mladých (1 %) ve věku 14 let. Zapojení mládeže ve věku 14 až 16 let bylo velice nízké, což je viditelné i na našem grafu.

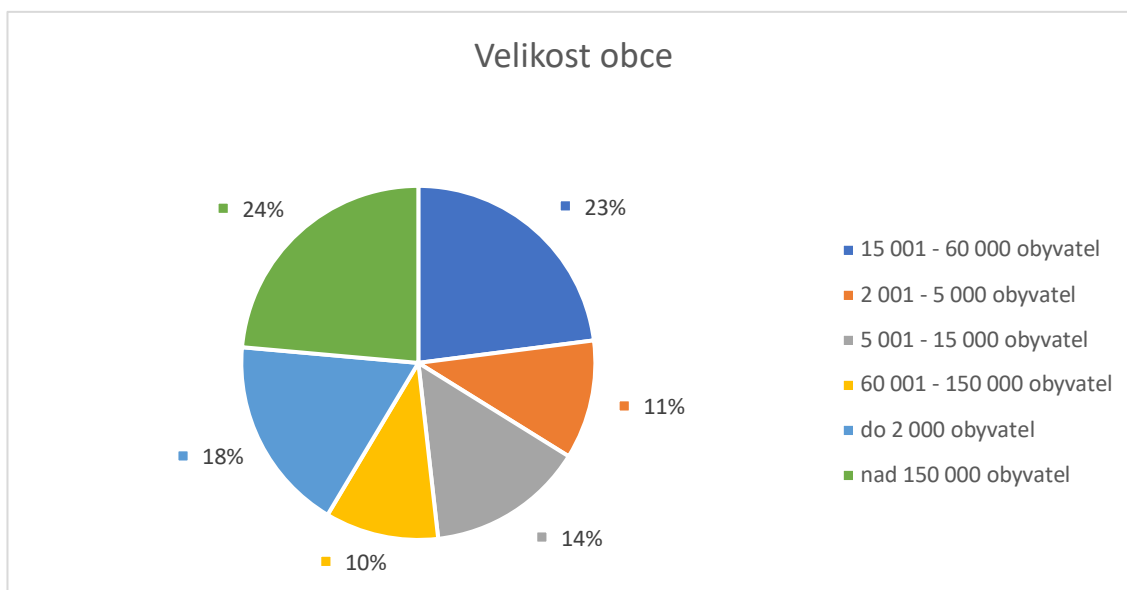
## 5.5 Demografie sběru dat

Jedním z cílů rozesílání dotazníků také bylo oslovit respondenty ze všech krajů České republiky, a to se také podařilo. Respondenti našeho dotazníku jsou opravdu ze všech částí země.



Graf č. 3: Zastoupení respondentů v kraji

Největší zastoupení počtu respondentů se objevuje v kraji Jihomoravském a to 17 %, dále pak v kraji Praha 13 %, kraj Moravskoslezský 11 %, Vysočina 8 %, kraj Plzeňský 7 %, kraj Středočeský 7 %, kraj Olomoucký 7 %, kraj Zlínský 7 %, kraj Královéhradecký 7 %, kraj Ústecký 6 %, kraj Jihočeský 5 % a kraj Liberecký 3 %. z grafu tedy vyplývá, že rozložení respondentů bylo v rámci dotazníku rovnoměrné po celé republice. Výjimku tvoří kraje Pardubický a Karlovarský, kde nám na dotazník odpovědělo zanedbatelně málo respondentů (1 % z celkového počtu).



Graf č. 4: Zastoupení respondentů podle velikosti obce

V dotazníku pro generaci Z nás také zajímalo, z jak velké obce pocházejí jednotliví respondenti. Cílem bylo získat od každé skupiny obcí podle počtu obyvatel přibližně stejný počet vyplněných dotazníků. Na grafu č. 4 můžeme vidět celek rozdělený na přibližně stejné díly. Nejvíce dotazníků vyplnilo těch, kteří pochází z obce nad 150 000 obyvatel (24 %). Dále odpověděli z obce od 15 001 – 60 000 obyvatel (23 %), z obce do 2 000 obyvatel (18 %), z obce od 5 001 – 15 000 obyvatel (14 %) a z obce od 2 001-5 000 obyvatel (11 %). Nejmenší počet respondentů pak pochází z obce od 60 001 – 150 000 obyvatel, což je pouze 10 % z celkového vzorku.

## 5.6 Presentace výsledků průzkumného šetření

Nyní se budeme zabývat primární analýzou získaných dat. Nejprve vždy promítneme graf jedné části dotazníku s odpověďmi respondentů v podobě procentuálního rozložení. Poté graf popíšeme a analyzujeme odpovědi.

Pro vzorek, který budeme zkoumat pro účely dotazníkového šetření, bylo osloveno celkem 484 mladých věřících. Dotazník obsahoval velké množství dat, u kterých jsme se zaměřili na preferenci hodnot respondentů. Vyznačením polohy na lineární stupnici vyjádřili svůj postoj k jednotlivým hodnotám od nejdůležitější po nejméně důležitou, např. pokud byla pro ně důležitá hodnota Osobního růstu, dali nejvíce důležitá (10) a pokud jim byla lhostejná, dali nejméně důležitá (1). Celkový počet hodnot



byl 51. Seznam hodnot jsme převzali z kategorizace hodnot podle M. Rokeache a S. H. Schwartze.

K prezentaci jednotlivých průzkumných otázek zaměřených na hodnoty jsme na základě dat z našeho dotazníku vytvořili grafy znázorňující škálu od 1 do 10, kde jsou výsledky vyjádřeny v procentech u dané škály pomocí sloupcových grafů.

Z celkového počtu 51 hodnot zmíněných v dotazníku jsme v průzkumu vybrali pouze několik z nich. První hledisko výběru hodnot bylo podle největší četnosti na škále u pozice 10, tedy ty hodnoty, které považuje generace Z za nejdůležitější. Další výběr hodnot se odvíjel na základě překvapujících a zajímavých výsledků. Jednalo se většinou o ty hodnoty, které generace Z považuje spíše za méně důležité a projevilo se to v preferencích. V rámci dotazníku jsme ve spolupráci s organizací KAM vytvořili také seznam hodnot křesťanských církví. Na základě konzultace s pracovníkem KAM byly vybrány ty křesťanské hodnoty, které organizace KAM z hlediska křesťanských církví vnímá jako důležité.

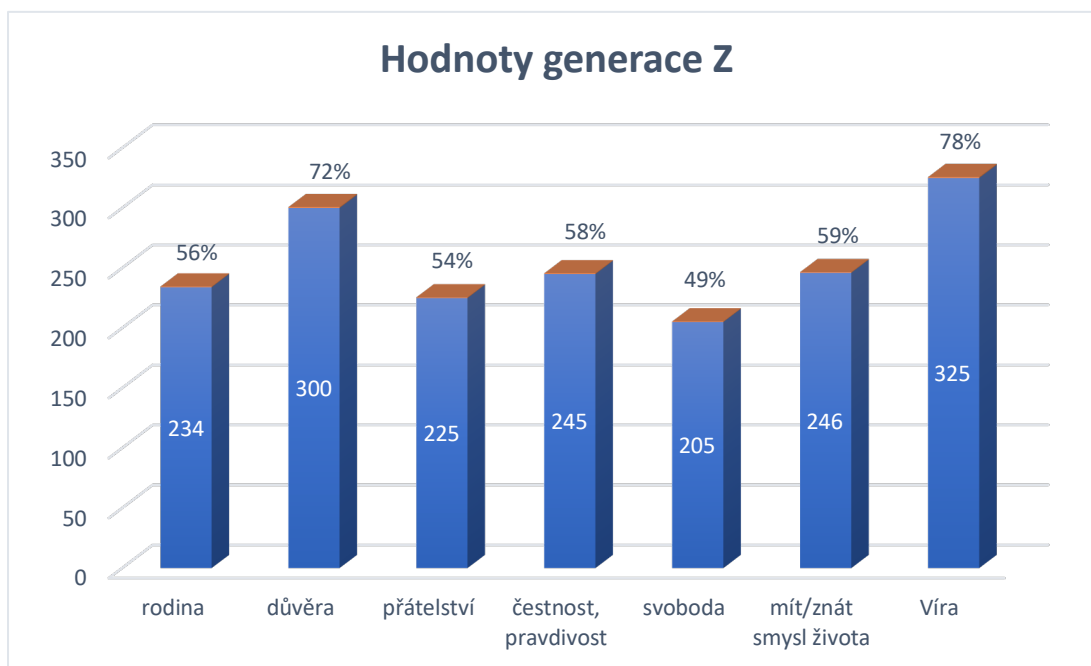
Na problematiku hodnot jsme se ještě podívali z odlišného pohledu. V rámci průzkumného šetření jsme z respondentů zvolili dvě věkově odlišné skupiny, které jsme mezi sebou porovnali. První skupina z mladé generace ve věku 15 až 17 let a druhá skupina ze starší generace ve věku 25 až 27 let. Důvodem této volby byl věkový rozdíl, a to přesně 10 let. Pro srovnání obou skupin jsme vybrali ty hodnoty, jejichž důležitost je pro každou skupinu odlišná.

Poslední prezentace výsledků je věnována otázce „*Kdo je pro tebe nejbližší osobou?*“. Otázka je vybrána na základě zájmu organizace KAM o její odpověď.

### ***Průzkumná otázka č. 1***

#### **Které hodnoty jsou pro generaci Z nejvíce důležité?**

Dále se budeme zabývat už konkrétními hodnotami, které mladí preferují. Seznam hodnot v dotazníku bylo celkem 51. Do průzkumného šetření jsme vybrali některé z nich. Odpovědi k otázkám hodnot jsou pro lepší přehlednost vyjádřeny pomocí sloupcových grafů. Pro prezentaci hodnot, které generace Z preferuje nejvíce, jsme porovnali výsledky u vybraných hodnot. Zvolili jsme ty hodnoty, které vykazovaly největší četnosti na škále u pozice 10.

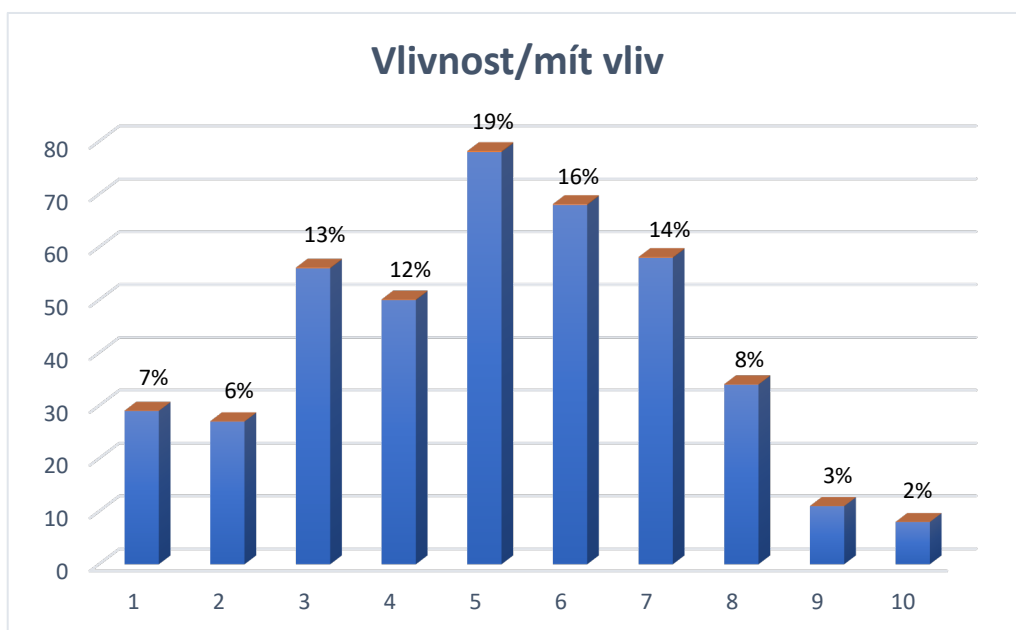


Graf č. 5: Nejdůležitější hodnoty pro mladé věřící z generace Z

Z celkového počtu hodnot průzkumného šetření jsme vybrali sedm hodnot, které respondenti zvolili jako ty nejdůležitější. Z výše uvedeného grafu č. 6 „Nejdůležitější hodnoty pro mladé věřící generace Z“ můžeme vyčíst, že 325 respondentů (78 %) zvolilo za nejdůležitější hodnotu víru. Tato odpověď byla očekávána na základě volby průzkumného vzorku, a to mladé generace věřících. Další zvolená hodnota za nejdůležitější byla důvěra (72 %), která je velice klíčová pro budování mezilidských vztahů. Znat smysl života je pro tuto křesťanskou mládež též velice důležité. Touto hodnotou se mohou v budoucnu řídit a na jejím základě směřovat své soukromí i svůj pracovní život. Žít čestně a pravdivě patří mezi základní pilíře křesťanské víry, které mladou generaci ovlivňují v církevním prostředí. Rodina a přátelství stojí na důležitých hodnotách pro mladé lidi, jelikož jejich důležitost nachází v samotné církvi a křesťanském učení. Hodnotu svobody respondenti zvolili jako důležitou i díky tomu, že se všichni z nich narodili již v době demokracie a svoboda je pro ně přirozenou součástí života.

## Průzkumná otázka č. 2

Jakou důležitost přisuzuje generace Z hodnotě „Vlivnost/mít vliv“?



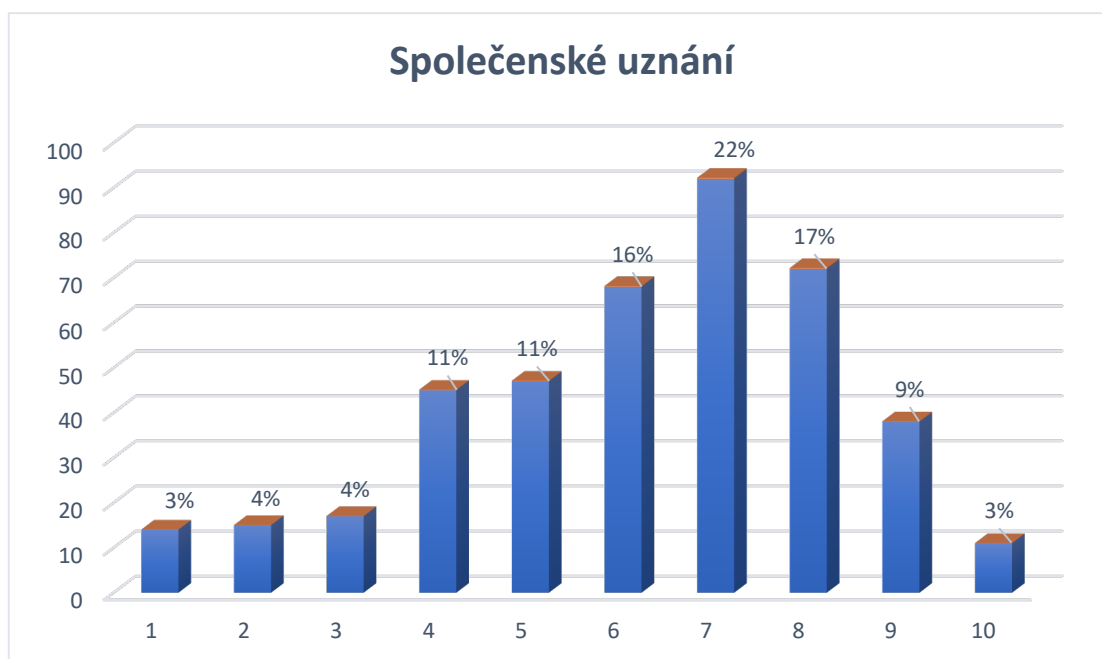
Graf č. 6: Vlivnost/mít vliv

Mezi zkoumanými hodnotami byla i hodnota „Vlivnost/mít vliv“, která nezískala až tolik důležitosti od našich respondentů. Pouze 8 z nich (2 %) zvolilo tuto hodnotu za nejdůležitější. Největší počet 78 respondentů (19 %) označilo tuto hodnotu za průměrně důležitou.

Z tohoto grafu tedy vyplývá, že mladí věřící z generace Z nedávají takový důraz na ovlivňování druhých lidí, tedy proměňovat názory či chování druhých a umět za ně převzít zodpovědnost.

### Průzkumná otázka č. 3

Jakou důležitost přisuzuje generace Z hodnotě „Společenské uznání“?



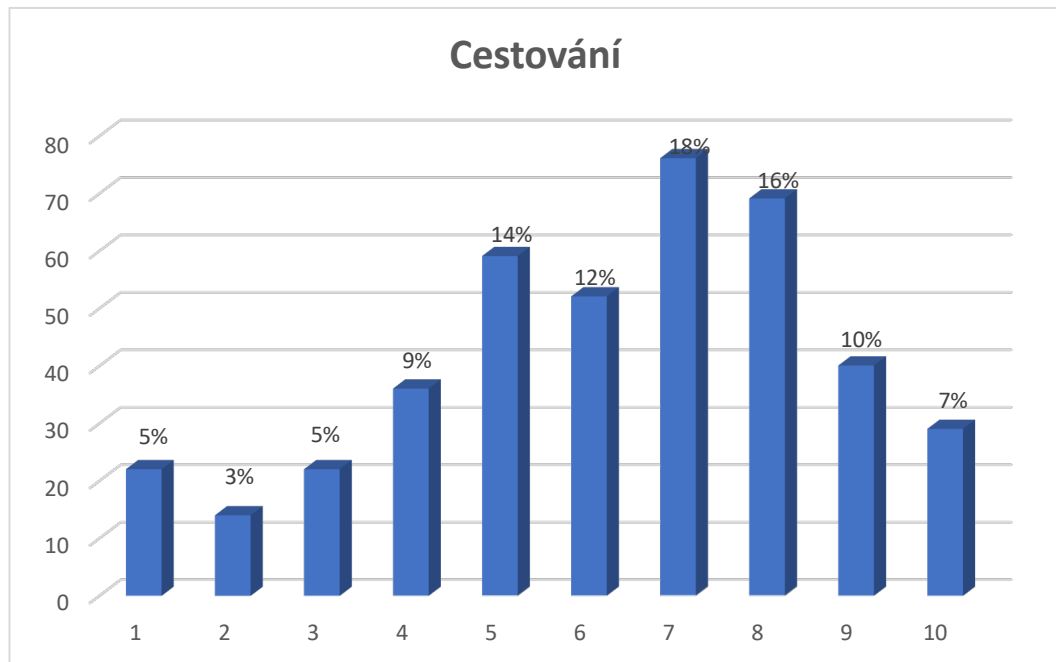
Graf č. 7: Společenské uznání

V seznamu hodnot v rámci dotazníku se objevila také hodnota „Společenské uznání“. Pouze 11 respondentů (3 %) zvolilo tuto hodnotu za nejdůležitější. Největší počet 92 respondentů (22 %) zvolilo tuto hodnotu za spíše důležitou.

Na základě výsledků grafu č. 8 „Společenské uznání“ bere mladá generace věřících uznání ve společnosti vážně, ale nedává na to tak velký důraz oproti jiným hodnotám.

#### *Průzkumná otázka č. 4*

#### **Jakou důležitost přisuzuje generace Z hodnotě „Cestování“?**



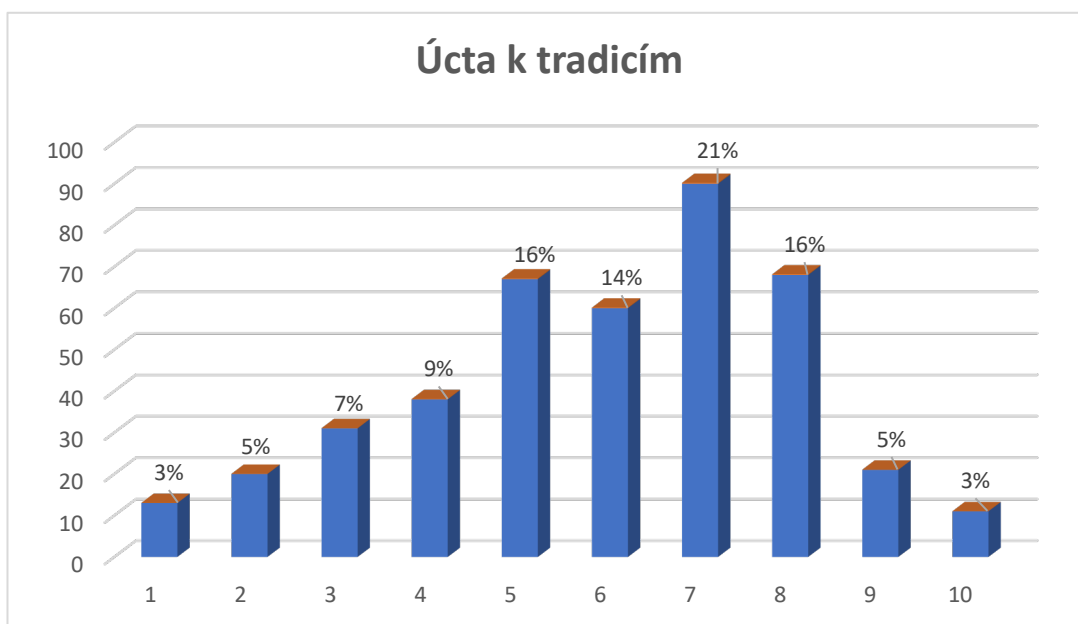
Graf č. 8: Cestování

Hodnota „Cestování“ se ve výsledcích zařadila mezi hodnoty, kde mají respondenti zhruba stejně rozptýlený zájem o tuto hodnotu ve škále od 1 do 10. Nevidíme zde žádné vysoké výchyly.

Podle grafického znázornění není důraz u mladých věřících na cestování tak patrný, ale i přesto stále mají zájem cestovat a objevovat nová místa. Nejvíce respondentů zvolilo škálu 7 s 18 %.

### Průzkumná otázka č. 5

Jakou důležitost přisuzuje generace z hodnotě „Úcta k tradicím“?



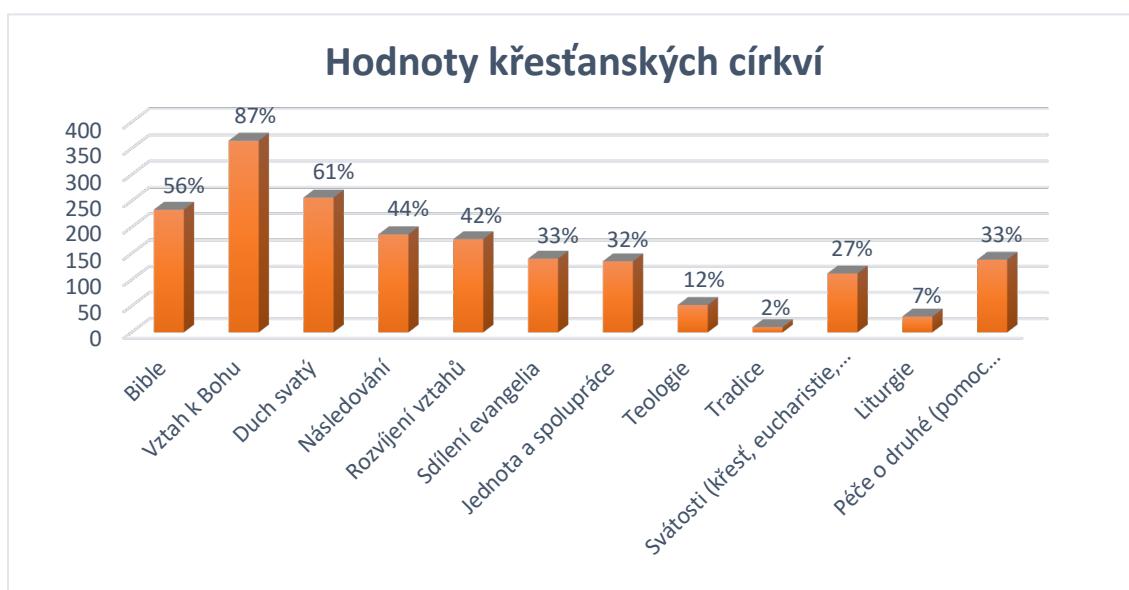
Graf č. 9: Úcta k tradicím

Úcta k tradicím byla jedna z dalších hodnot, která se objevila v seznamu 51 hodnot v rámci dotazníku. Na otázku „Jakou důležitost přisuzuješ hodnotě úcta k tradicím?“ odpovědělo všech 419 respondentů, nejvíce z nich se pohybuje ve středu hodnotové škály od 5-8 kolem 16-21 %.

Na základě výsledného šetření můžeme předpokládat, že mladí věřící nedávají úctě k tradicím tak velký důraz z důvodu prožití jiné osobní zkušenosti.

## Průzkumná otázka č. 6

### Jaký je postoj generace Z k hodnotám křesťanských církví?



Graf č. 10: Hodnoty křesťanských církví

Součástí dotazníku byla i sekce pohledu mladé generace na hodnoty křesťanských církví. Pro prezentaci vybraných hodnot křesťanských církví, které generace Z preferuje nejvíce, jsme porovnali výsledky u všech hodnot. Prezentované výsledky jsou výsledky hodnot vyjádřené v procentech, které ukazují největší četnosti na škále u pozice 10. Respondenti se měli opět vyjádřit stejně jako u předchozích otázek, jakou důležitost dávají konkrétní hodnotě církve. Vyznačením polohy na lineární stupnici vyjádřili svůj postoj k jednotlivým hodnotám od nejdůležitější po nejméně důležitou.

V grafickém znázornění jsou vyznačena procenta odpovědí respondentů ohledně té nejdůležitější hodnoty z uvedených viz graf č. 10 „Hodnoty církví“. Nejvyšší počet respondentů (87 %) označilo hodnotu vztahu s Bohem za nejvíce důležitou. Hodnotu Ducha svatého považuje 61 % respondentů za nejvíce důležitou. Dále hodnota Bible 56 %, hodnota Následování 44 %, hodnota Rozvíjení vztahů 42 %, hodnota Sdílení evangelia 33 %, hodnota Péče o druhé 33 %, hodnota Jednota a spolupráce 32 %, hodnota Svátosti (křesť, eucharistie, ...) 27 %, hodnota Teologie 12 %, hodnota Liturgie 7 % a hodnota Tradice 2 %.

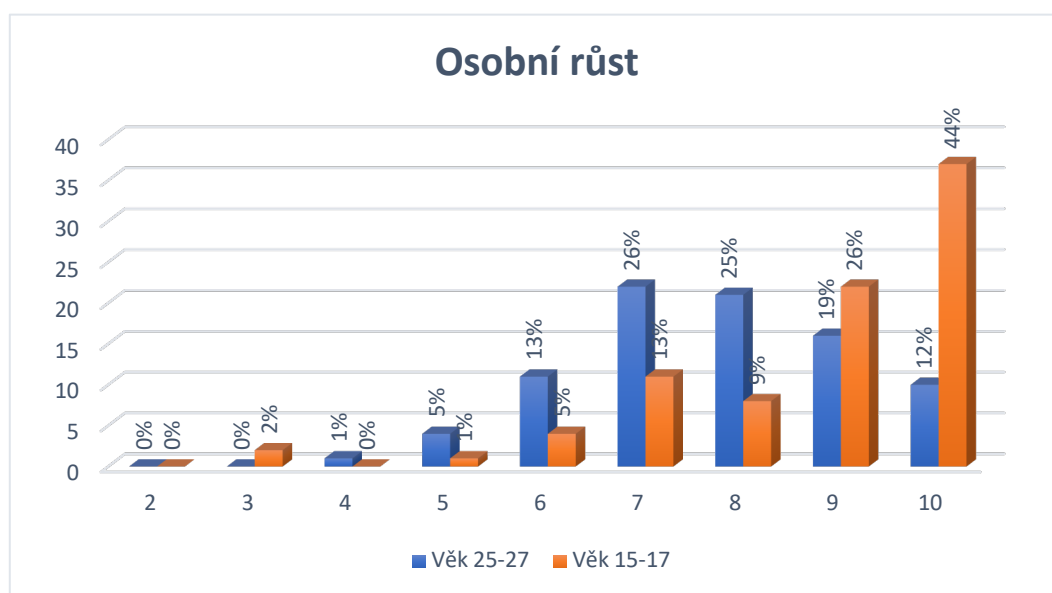
Podle těchto výsledků dává mladá generace větší důraz na budování osobního vztahu s Bohem, než na naučené aktivity v podobě tradic apod. Předpokladem může být potřeba mladých lidí po nových zážitcích a distancovat se vůči starším způsobům praktické víry v církvi.

## Srovnání hodnot skupiny ve věku 15-17 a skupiny ve věku 25-27

Do průzkumného šetření byla zařazena i starší generace mladých křesťanů, které v níže uvedené části průzkumu porovnáme s mladší skupinou mládeže. Mezi vybranými oblastmi průzkumu jsme zvolili dvě skupiny mládeže, a to respondenty ve věku 15 až 17 let v porovnání s věkovou skupinou 25 až 27 let. Důvodem této volby byla hranice těchto skupin v rámci tzv. „Generace populace“, kterou popisujeme v teoretické části<sup>2</sup>. Z teorie vyplývá, že generace Z začíná přibližně kolem 15 věku a kolem 25 věku začíná Generace Y. Věkový rozdíl těchto skupin je tedy přesně 10 let. Obě skupiny mají v našem dotazníku stejný počet respondentů, a to přesně 85. Následující grafy nám ukazují hodnoty obou skupin. Můžeme porovnat odpovědi daných respondentů u jednotlivých skupin a jejich postoje na danou hodnotu.

### Průzkumná otázka č. 7

**Jaký je tvůj postoj k hodnotě „Osobního růstu“?**



Graf č. 11: Osobní růst

Zde

máme graficky znázorněné rozdíly v odpovědích skupiny ve věku 15-17 let a skupiny ve věku 25-27 let na otázku „*Jaký je tvůj postoj k hodnotě Osobního růstu?*“.

Skupina ve věku 15-17 let dává osobnímu růstu poměrně velký důraz, 44 % z nich odpovědělo, že tuto hodnotu berou za nejvíce důležitou. Oproti tomu druhá zkoumaná

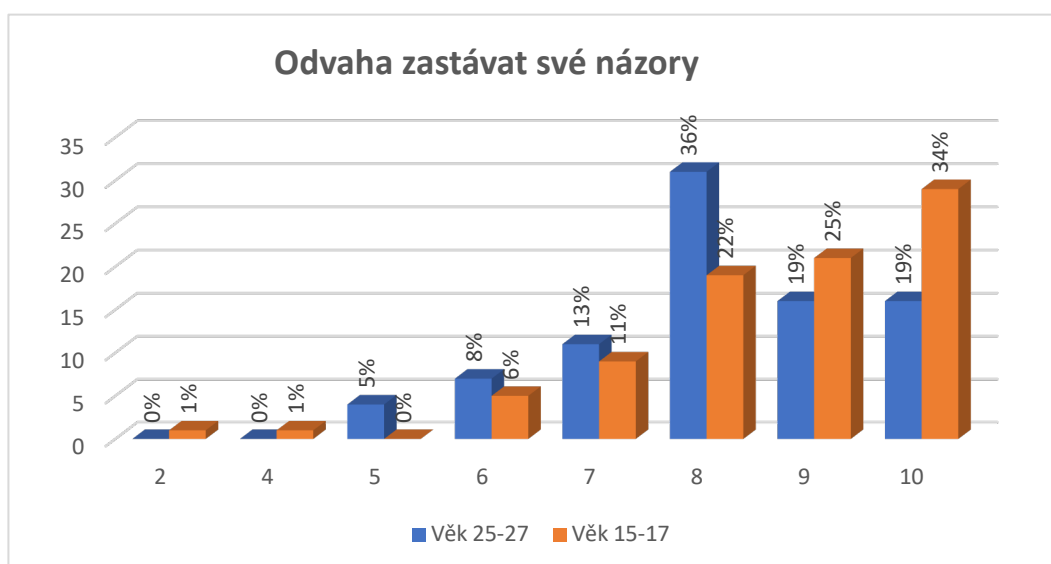
<sup>2</sup> viz. Kapitola 2.2. Rozdíly mezi generacemi



skupina ve věku 25-27 let nedává osobnímu růstu až takový důraz, jelikož pouze 12 % z nich bere tuto hodnotu za nejvíce důležitou. Můžeme předpokládat, že tato skupina lidí vzhledem ke svému věku už začíná pracovat v rámci kolektivu a vstupuje do partnerských vztahů. Osobnímu růstu tedy nedává takový důraz jako mladší skupina, která se nachází na střední škole. Jejím úkolem je najít si místo ve společnosti, porozumět sám sobě a umět se osamostatnit. (Vágnerová, 2012)

### **Průzkumná otázka č. 8**

**Jaký je tvůj postoj k hodnotě „Odvaha zastávat své názory“?**

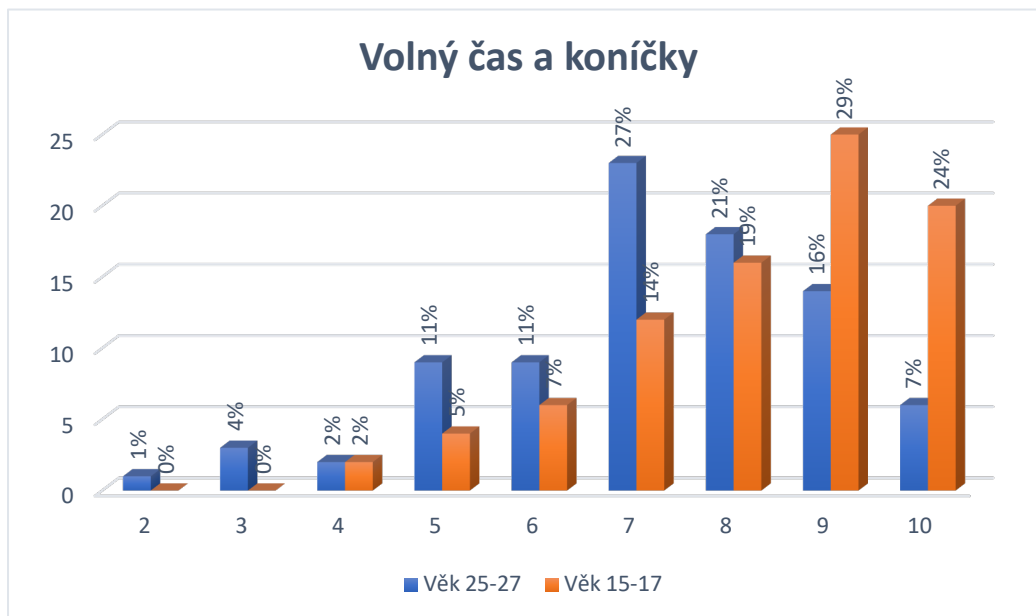


Graf č. 12: Odvaha zastávat své vlastní názory

Největší důraz na hodnotu s odvahou zastávat své názory dává skupina respondentů ve věkovém rozpětí 15 až 17 let (34 %). Bylo velmi málo z nich přesvědčeno, že není důležité jít si za svým názorem i za rizika konfliktu s ostatními. Druhá skupina, tedy ta starší (25–27 let) je ve svých názorech asi střízlivější a méně dává důraz na odvážné zastávání se svých myšlenek. Proto tato skupina vychází z průzkumu jako ta mírnější.

### Průzkumná otázka č. 9

#### Jaký je tvůj postoj k hodnotě „Volný čas a koníčky“?

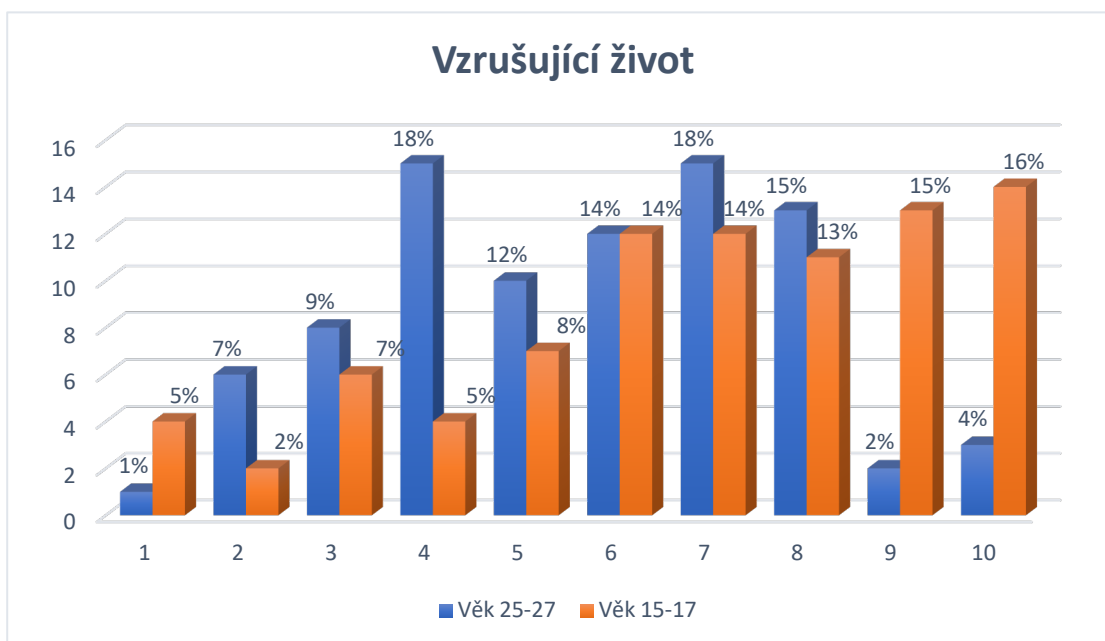


Graf č. 13: Volný čas a koníčky

Podle výsledků z grafu č. 13 „Volný čas a koníčky“ dává mladší skupina větší důraz na volný čas a koníčky než starší skupina respondentů. Velice málo z nich nebere tuto hodnotu za důležitou. Období této věkové skupiny je význačné aktivitami, které je na prvním místě musí bavit. Starší skupina této hodnotě nedává až takovou důležitost. Předpokladem může být vstup do nových životních výzev, kterým tato skupina začíná čelit, např. osamostatnění se od rodičů nebo nástup do práce.

### Průzkumná otázka č. 10

#### Jaký je tvůj postoj k hodnotě „Vzrušující život“?



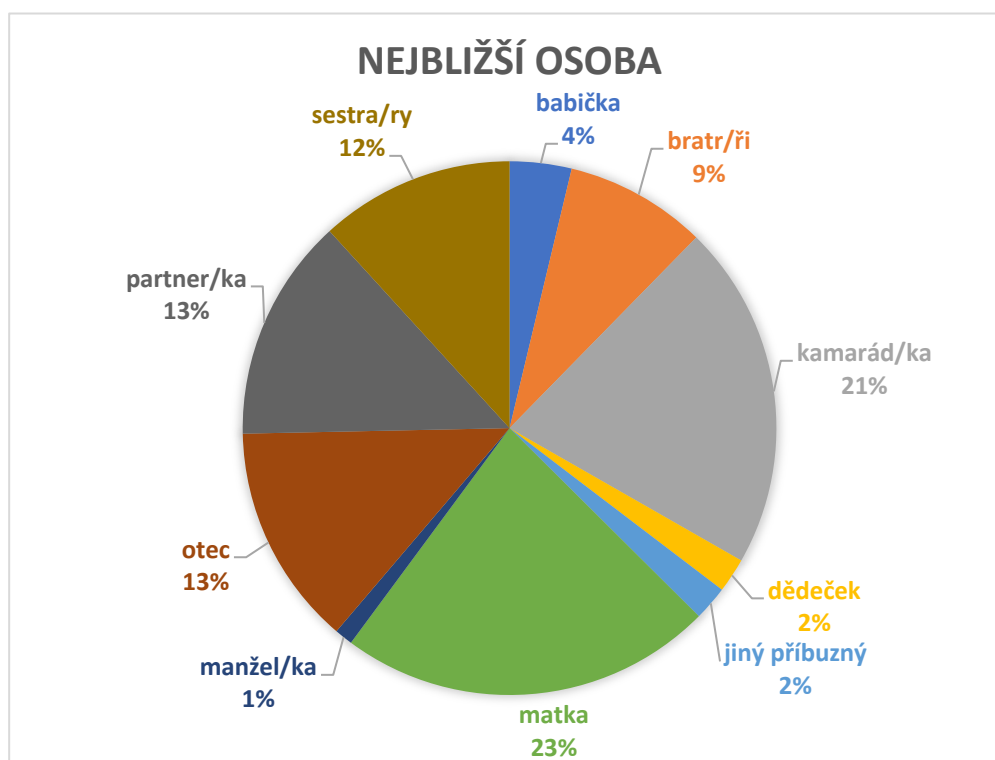
Graf č. 14: Vzrušující život

Postoj obou skupin k hodnotě „Vzrušující život“ je podle grafického znázornění též odlišný. Skupina ve věku 15 až 17 let dává větší důraz na to prožívat vzrušující život než skupina ve věku 25 až 27 let. Pouze 4 % respondentů starší skupiny bere „Vzrušující život“ za nejdůležitější hodnotu. Oproti nim má mladší skupina 16 % respondentů, kteří určili vzrušující život za nejdůležitější hodnotu.

Podle těchto výsledků se mladá generace zaměřuje na ty aktivity, které jim přináší osobní vzrušení. Podle názorů více odborníků je mladá generace považovaná za generaci zábavy. Dělají to, co je baví, a to jim přináší život plný vzrušení a zábavy.

## Průzkumná otázka č. 11

### Kdo je pro generaci Z nejbližší osobou?



Graf č. 15: Nejbližší osoba pro mladé věřící z generace Z

Jako doplňující otázku průzkumu jsme zvolili „Kdo je pro generaci Z nejbližší osobou?“. Na utváření preference hodnot mladé generace se podílejí i osoby, které na ně mají největší vliv. Většinou se jedná o osoby, ke kterým mají mladí křesťané velkou důvěru.

Na otázku „Kdo je pro tebe nejbližší osobou?“ odpovědělo všech 484 mladých věřících. V odpovědi na otázku mohli respondenti volit z 10 připravených odpovědí, u desáté odpovědi byla možnost napsat jinou variantu. Navíc respondenti mohli zvolit více variant odpovědí. Pro lepší přehled prezentaci odpovědí na otázku ohledně nejbližší osoby jsme zvolili výsečový graf.

Z výše uvedeného grafu vyplývá, že 23 % mladých lidí bere svoji matku za nejbližší osobu. Dále 21 % zvolilo za nejbližší osobu kamaráda nebo kamarádku, třetí místo v tomto grafu získala odpověď „partner nebo partnerka“ s 13 % respondentů a ten samý výsledek i „otec“. Po rodičích, přátelích a partnerech mají velký vliv i sourozenci. Poslední pozici v odpovědích obsadili prarodiče a ostatní příbuzní.

## 5.7 Diskuze

V této části se pokusíme shrnout výsledky průzkumného šetření našeho průzkumu, který byl zaměřen na postoje mladých věřících z generace Z k vybraným hodnotám. Na začátku celého průzkumného šetření jsme si určili několik průzkumných otázek. Odpovědi na tyto otázky jsme graficky znázornili, popsali a zanalyzovali. Ukázali jsme nejzajímavější výsledky, které nám průzkum přinesl. V závěrečné diskuzi zmíníme na základě zjištěných informací následnou práci s mladou generací. Uvedeme si návrhy postojů a aktivit, které mohou přispět organizaci KAM pro zlepšení práce s mládeží v rámci jejich programů.

Základním souborem byla mládež z generace Z, která je aktivní ve své víře. Reprezentativní vzorek zahrnoval 419 mladých věřících. Sběr dat probíhal v lednu a únoru roku 2020 metodou dotazníkového šetření. Dotazník zahrnoval 5 sekcí s 84 otázkami. Stanovili jsme jedenáct průzkumných otázek. Na základě těchto otázek jsme vytvořili grafy a následně je analyzovali.

Při vyhodnocování položek v dotaznících jsme zjistili, že se průzkumu účastnilo více děvčat než chlapců. Věkový průměr všech respondentů byl 19 let. Největší věkové zastoupení respondentů bylo ve věku 22 let, 23 let a 19 let. Zapojení mládeže ve věku 14 až 16 let bylo nižší, než jsme očekávali. Důvodem byla nízká motivace k vyplnění dotazníku a nepřímé navázání kontaktu s touto věkovou skupinou mládeže. Prostřednictvím organizace KAM byl dotazník zaslán pracovníkům křesťanských církví, kteří mají na starost práci s dětmi a mládeží. Zde patrně došlo ke komunikačnímu šumu, který měl za následek nižší motivaci účastníků k vyplnění dotazníku.

Přesto se nám podařilo vybrat respondenty ze všech krajů ČR. Největší zastoupení v rámci kraje měl Jihomoravský kraj se 17 % respondentů. Nejméně respondentů odpovědělo na dotazník v Karlovarském a Pardubickém kraji, a to kolem 1 %. Dotazník se dostal ke všem respondentům z různě velkých obcí. Nejčastěji respondenti pocházeli z obce nad 150 000 obyvatel (24 %). Nejmenší počet respondentů pak pochází z obce od 60 001 – 150 000 obyvatel, což je pouze 10 % z celkového vzorku.

Z analýzy výsledků dotazníkového šetření vyplývají následující závěry k hodnotám mladé generace věřících, podle předem zvolených průzkumných otázek:

- Mezi nejdůležitější hodnoty označili respondenti víru, důvěru, smysl života, čestnost/pravdivost, rodinu, přátelství a svobodu. Víra se dala předpokládat na základě průzkumného vzorku a také i důvěra, která je základem pro budování mezilidských vztahů a vztahu k Bohu. Podle Macka (2003) si mladí lidé představují důvěru založenou na konkrétních vztazích či na určitých situacích než na neměnných principech.
- Jak důležité je pro mládež mít vliv? Překvapivě se generace Z na vliv nezaměřuje. Nedává takový důraz na to mít vliv na druhé. Jde jim spíše o získání prostředků, které ovlivní jejich život pro jejich osobní úspěch. Může to být i na základě dalšího zjištění, kdy se mladí věřící lidé mezi 15 a 17 lety zaměřují více na osobní růst než lidé mezi 25 až 27 rokem života.
- Je společenské uznání pro dnešní mladé křesťany tak důležité? Spíše ano. Můžeme to vidět například na sociálních sítích, kde prezentují své osobní profily. Díky sledovanosti a lajkům ostatních lidí nabývají důležitosti a získávají tím popularitu. Podle Twenge (2019) nástup chytrých telefonů změnil radikálně jejich společenský život. Online svět se pro ně stal současně domovem a společenským životem, kde mají možnost se prosadit a společensky se zařadit.
- V našem průzkumu se potvrdilo, že mladá generace Z stále touží cestovat a objevovat. Z průzkumu roku 2019 o generaci Z se Stanislav Holub domnívá, že díky rozvoji technologií už tolik generaci Z nelákají cesty do ciziny. Tvrdí, že si tato generace všechno stejně najde na internetu. (Aktuálně.cz, 2019) Po pádu komunistického režimu se cestování uvolnilo ve velké míře, takže touha lidí cestovat byla velice vysoká. Mladá generace Z se narodila v době, kdy je cestování do ciziny branné za normativní, tedy ji nedávají takový význam jako generace předchozí, která neměla takové možnosti cestovat jako dnes.
- Jakou důležitost dávají mladí věřící hodnotě Úcta k tradicím? Průměrnou až mírně nadprůměrnou. S každou novou generací přichází i nový pohled na svět. Mladí lidé se od generací předchozích odlišují především jinou osobní zkušeností. (Macek, 2003)
- Jaký je vlastně postoj křesťanské mládeže k hodnotám křesťanských církví? Mladá generace věřících dává větší důraz na budování osobního vztahu s Bohem, než na naučené aktivity jako jsou tradice či liturgie. Předpokladem těchto tvrzení může být touha mladých lidí po nových zážitcích a distancovat se vůči starším způsobům, praktické víry v církvi. Podle McCrindle (2014) představuje generace

Z zlom v tradicích a jasně definovaných rolích ve společnosti, což odpovídá výsledkům tohoto průzkumu.

- Kdo je této skupině nejbližší? Jednoznačně jejich matka, případně kamarádi, až potom partneři nebo otcové. Největší zastoupení pro nejbližší osobu této skupiny má rodina s 65 % oproti vrstevníkům s 35 %. McCrindle (2014) ve svém publikaci uvedl, že generace Z s větší pravděpodobností učiní rozhodnutí na základě vlivu svých vrstevníků, než na základě svých autorit. Dochází tedy k neshodě, kdy podle výsledků našeho průzkumu mají větší vliv na mladého člověka rodinní příslušníci než jejich vrstevníci.

V diskuzi nemůžeme také vynechat zajímavé poznatky ze srovnání odpovědí dvou skupin s věkovým rozdílem 10 let. Počet respondentů u obou skupin byl přesně 85. První skupina se rekrutovala z generace Z ve věku 15 až 17 let a druhá skupina z generace Y ve věku 25 až 27 let. Generace Z se ve svých hodnotách zaměřuje na osobní růst a dává důraz na trávení volného času nebo věnování se svým koníčkům. Podle Vágnerové (2012) se mladí lidé v tomto období snaží porozumět sami sobě a také si najít místo ve společnosti. Období člověka ve věku od 25 až 27 let souvisí s obdobím studia na vysoké škole, nástupu do práce či zakládání rodiny, což ho vede více k budování mezilidských vztahů než k zaměření na svůj osobní růst. Oproti starším generacím se mladší generace nebojí zastávat své názory i za předpokladu, že nebudou vždy přijaty. Jedná se tedy o generaci velice odvážnou. Otázkou zůstává, proč tomu tak asi je. Jak už bylo zmíněno, chytré telefony podle Twerge (2019) přinesly radikální změny do každého aspektu života mladého člověka z generace Z. Sociální sítě mladé generaci dávají prostor pro sebe prezentaci, vyjádření svých názorů a projevení svých emocí. Můžeme tím předpokládat budování svého sebe prosazení a odvahy zastávat své názory i přes odpor druhých. Dalším důvodem může být narození generace Z v demokracii, která neodporuje jakémukoli názoru či přesvědčení oproti předchozím režimům v ČR.

Mladá generace se oproti starší generaci zaměřuje na ty aktivity, které jim přinášejí osobní vzrušení. Tvoří, pracují a dělají to, co je baví, a to jim přináší život plný vzrušení a zábavy. On-line deník Aktuálně.cz ve svém průzkumu též tvrdí, že pro generaci Z je důležité, aby je práce hlavně bavila. (Aktuálně.cz, 2019) Proč dávají takový důraz na zábavu a volný čas? Většina rodičů generace Z pochází z generace nazývané „Husákovy děti“, která patří mezi nejschopnější generace naší doby. (Strašilová, 2013) Díky schopnosti „Husákových dětí“ a díky jejich charakteristikám zvládat jak práci, tak

i domácnost, má generace Z čas se věnovat hlavně sobě a svým koníčkům. Dalším důvodem může být i podle Macka (2003) oslabení neměnných norem a hodnot společnosti, které vede mladé lidi k vyššímu důrazu na přítomnost, tedy k intenzivní „konzumaci slasti“ a odkládání dlouhodobých závazků, jako je např. založení rodiny nebo nástup do práce. Negativním důsledkem segmentace zážitků s posílením komunikace přes sociální sítě může vyvolat častěji pocity prázdnoty a nestability.

Věkové rozložení respondentů není zcela rovnoměrné. Zapojení mládeže do průzkumu ve věku 14 až 16 let bylo velice nízké. Důvodem nedostatku odpovědí této věkové skupiny byl nepřímý kontakt a nedůslednost ve sdílení dotazníku s respondenty a malá motivovanost respondentů k vyplnění dotazníku. Průzkum by bylo vhodné později doplnit ostatními výsledky z daného dotazníku, kde jsou uvedné další hodnoty mladé generace věřících.

#### **Doporučení pro práci se skupinou mladých lidí:**

- Zapojit mladé do společenských aktivit, které nezahrnují pouze jejich prostředí (např. dobrovolnické aktivity, projekty pro město nebo vzdělávání ve školách).
- Nabízet zábavné programy<sup>3</sup>.
- Dát mladé generaci větší prostor k vyjádření svých názorů.
- Rozvíjet s mladými lidmi aktivity pro budování osobního vztahu s Bohem na základě důvěry v mezilidských vztazích.
- Rozvíjet aktivity v přírodě spojené se zážitkovou pedagogikou, která může naplnit touhu po vzrušení. Hodnota vzrušujícího života je realizována pomocí různorodých aktivit a výchovně zpracovávána.
- Prezentovat jim tradice novým pohledem a dát jim prostor k jejich osobní zkušenosti a názoru na danou problematiku.

Křesťanská akademie mladých může převzít uvedená doporučení pro práci s mládeží, může je zacílit a uzpůsobit je mladé generaci.

---

<sup>3</sup> viz teoretická část, kapitola 4.3. Aktivity a projekty KAM



## Závěr

Budování hodnot je nezbytnou součástí výchovy každého člověka, především v období adolescence, kdy si mladý člověk tvoří základní hodnoty a hledá své místo ve společnosti. Pro vývoj osobnosti mladého člověka hraje velkou roli společnost, do které se narodí, dále také prostředí, ve kterém vyrůstá a lidé, kteří na něj mají největší vliv. Většinou se jedná o nejbližší osoby, ke kterým má člověk velkou důvěru. Pro pracovníky, kteří se mladé generaci věnují, je důležité porozumět jejich postojům k hodnotám a umět na základě toho s nimi lépe spolupracovat.

Hlavním cílem této bakalářské práce bylo seznámit čtenáře s postoji generace Z k hodnotám k většímu porozumění jejich tužeb a potřeb. Bakalářská část se skládá ze dvou částí, a to z teoretické a praktické.

Teoretickou část jsme rozdělili do čtyř kapitol. Kapitola první se pokouší přiblížit význam pojmu hodnota a rozvést, jak se samotné hodnoty vytváří. Zabýváme se zde i hodnotovou orientací a její klasifikací dle některých odborníků. Závěrem této kapitoly jsme se zaměřili na výchovu k hodnotám. Druhá kapitola se věnuje generaci Z, vymezení pojmu generace, rozdílům mezi jednotlivými generacemi naší společnosti a následnému zaměření na generaci Z jako takovou. Další kapitola se zaměřuje na mládež, kde jsme přiblížili vývojové změny a socializaci mladého člověka v období adolescence. Poslední kapitola v teoretické části je věnována spolku Křesťanské akademii mladých, s kterou jsme spolupracovali při získání sběru dat a také při vytváření daného dotazníku. Součástí této kapitoly je představení organizace, jejich cílů, spolupráce s jinými organizacemi a seznámení čtenáře s aktivitami, které tato organizace realizuje s mladými věřícími.

Pátou kapitolou začíná praktická část bakalářské práce, která si kladla za cíl popsat a přiblížit jednotlivé postoje mladých věřících generace Z k vybraným hodnotám. Bylo provedeno průzkumné šetření pomocí on-line dotazníku. Průzkumná část byla realizována za pomoci průzkumných otázek, na které jsme na základě analýzy zjištěných dat v diskuzi odpovídali.

Souhrnně můžeme říci, že mladá generace věřících nedává takový důraz na ovlivňování druhých. Oproti starším generacím je odvážnější v prosazování svých názorů pro své osobní zájmy. Usilují o osobní růst, který jim přináší vzrušení a zábavu. Díky rozvoji technologiím stále touží cestovat do ciziny, jako předchozí generace. Zaměřují se na přítomnost a neohlížejí se na minulost. Generace Z je zlomem v tradicích křesťanských

církví. Naučené aktivity jdou v křesťanských církví stranou, více jsou zaměřeny na růst své víry formou budování osobního vztahu s Bohem, navazování důvěry v mezilidských vztazích a poznání smyslu svého života.

Můžeme tedy říci, že průzkumné otázky byly zodpovězeny a cíl práce byl naplněn. Vzhledem k velkému množství dat z dotazníkového šetření je možné další zpracování výzkumů a zjištění více informací o mladé generaci věřících. Do budoucna se může tento dotazník také využít ke sledování změn, a to znovu jeho vyplněním od stejné generace respondentů, případně vyplněním od dalších generací. Je možné danou problematiku zhodnotit z pohledu kvalitativního zkoumání generace Z.

## Seznam použité literatury

CAKIRPALOGLU, Panajotis. 2009. *Psychologie hodnot. 2.*, dopl. a přeprac. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 376 s. Monografie. ISBN 978-80-244-2295-4.

ČAČKA, O. 2000. *Psychologie duševního vývoje dětí a dospívajících s faktory optimalizace*. Vyd. 1. Brno: Doplněk, 377 s. ISBN 80-7239-060-0.

ČÁP, J. 1996. *Rozvíjení osobnosti a způsob výchovy*. Vyd. 1. Praha: ISV, 302 s. Psychologie. ISBN 80-85866-15-3.

HARTL, Pavel a Helena HARTLOVÁ. 2009. *Psychologický slovník*. Vyd. 2. Praha: Portál, 774 s. ISBN 978-80-7367-569-1.

KRAUS, Blahoslav a kol. 2006. *Středoškolská mládež a její svět na přelomu století*. Brno: Paido, 156 s. ISBN 80-7315-125-1.

KUČEROVÁ, S. 1996. *Člověk, hodnoty, výchova: Kapitoly z filosofie výchovy*. 1. vyd. Prešov: ManaCon, 231 s. ISBN 80-85668-34-3.

KÜNG, H. 2010. *Freud a budoucnost náboženství*. Vyd. 1. Praha: Vyšehrad, 153 s. Teologie. ISBN 978-80-7429-015-2.

MACEK, Petr. 2003. *Adolescence. 2.*, upr. vyd. Praha: Portál, 141 s. ISBN 80-7178-747-7.

MCCRINDLE, M. 2014. *The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations*. Sydney: University of New South Wales Press. 208 s. ISBN 978-1742230351

POSPÍŠIL, Jiří, Eva ŠÍMOVÁ a Dagmar PROKEŠOVÁ. 2010. *Hodnotový systém a trávení volného času současné dospívající generace*. POSPÍŠILOVÁ, Helena. Mládež, hodnoty a volný čas. Olomouc: Hanex, 2010, s. 29-46. ISBN 978-80-7409-036-3.

PRŮCHA, Jan, Eliška WALTEROVÁ a Jiří MAREŠ. 2009. *Pedagogický slovník*. 6., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Portál, 395 s. ISBN 978-80-7367-647-6.

PRUDKÝ, Libor a kol. 2009. *Inventura hodnot: výsledky sociologických výzkumů hodnot ve společnosti České republiky*. Vyd. 1. Praha: Academia, 341 s. Novověk; sv. 6. ISBN 978-80-200-1751-2.

PRUNNER, Pavel a kol. 2003. *Vybrané kapitoly z pedagogické psychologie*. 2. vyd. Plzeň: Západočeská univerzita, Pedagogická fakulta, 147 s. ISBN 80-7082-979-6.

RABUŠIC, Ladislav, ed. a CHROMKOVÁ MANEA, Beatrice Elena. 2018. *Hodnoty a postoje v České republice 1991-2017: pramenná publikace European Values*

*Study*. 1. vydání. Brno: Masarykova univerzita, 280 stran, 29 nečíslovaných stran. ISBN 978-80-210-8803-0.

ŘEZÁČ, J. 1998. *Sociální psychologie*. Brno: Paido, 268 s. ISBN 80-85931-48-6.

ŘÍČAN, P. 2007. *Psychologie náboženství a spirituality*. Vyd. 1. Praha: Portál, 326 s. ISBN 9788073673123.

ŘÍČAN, P. 2007. *Psychologie osobnosti: [obor v pohybu]*. Vyd. 5., rozš., v Grada Publishing 1. Praha: Grada, 196 s. Psyché. ISBN 978-80-247-1174-4.

SAK, P. 2000. *Proměny české mládeže: česká mládež v pohledu sociologických výzkumů*. Vyd. 1. Praha: Petrklíč, 291 s. ISBN 80-7229-042-8.

SCHWARTZ, S. H. 1992. *Universals in the content and structure of values: Theory and empirical tests in 20 countries*. In: Zana, M. P. (Eds): *Advances in experimental social psychology*. San Diego, Academic Press, 391 s. ISBN 0-12-015225-8.

STAŠOVÁ, Leona, Gabriela SLANINOVÁ a Iva JUNOVÁ. 2015. *Nová generace: vybrané aspekty socializace a výchovy současných dětí a mládeže v kontextu medializované společnosti*. Vydání: první. Hradec Králové: Gaudeamus, 212 s. Recenzované monografie. ISBN 978-80-7435-567-7.

VÁGNEROVÁ, M. 2012. *Vývojová psychologie: dětství a dospívání*. Vyd. 2., dopl. a přeprac. Praha: Karolinum, 531 s. ISBN 978-80-246-2153-1.

*Výroční zpráva organizace Křesťanská akademie mladých, z. s.* 2018. Frýdlant nad Ostravicí.

VÝROST, Jozef a Ivan SLAMĚNÍK, a kol. 1998. *Aplikovaná sociální psychologie I*. Vyd. 1. Praha: Portál, 383 s. ISBN 80-7178-269-6.

## Internetové zdroje

BERKUP B., Sezin, 2016. *Working With Generations X And Y In Generation z Period: Management Of Different Generations In Business Life*. Izmir: Gediz University. [online] [cit. 2020-02-21].

Dostupné z: <https://www.mcser.org/journal/index.php/mjss/article/view/4247/4153>

EUROPEAN VALUES STUDY. *European Values Study* [online]. [cit. 2020-02-03]. Dostupné z: <https://europeanvaluesstudy.eu/>

GENERACE Y, In: *Generace X* [online]. ©2011–2012 [cit. 2020-01-22]. Dostupné z: <http://www.generacey.cz/zjisti-jaka-ysi-generace/generace-x>

GLOBAL RELIGIOUS FUTURES, Washington. *Christians*. Generacey.cz [online]. © 2011–2012 [cit. 2020-05-04]

Dostupné z: <http://www.globalreligiousfutures.org/religions/christians>

GONDÁŠ, J. 2006. Křesťanská akademie mladých. *Protestant – nezávislý evangelický měsíčník* [online] ISSN 1210-4361, č. 8 [cit. 2020-01-06]. Dostupné z: <https://protestant.evangnet.cz/krestanska-akademie-mladych>

CHUM, S. 2013. *Současná generace X, Y a z – krátké seznámení*. iDnes/Blog. [online]. ©2013 [cit. 2019-10-09]

Dostupné z: <https://sebastianchum.blog.idnes.cz/blog.aspx?c=372981>

KŘEŠŤANSKÁ AKADEMIE MLADÝCH, Z. S. *Nabídka služeb*. Kam.cz [online]. [cit. 2020-01-6]. Dostupné z: <http://www.kam.cz/nabidka-sluzeb>

POSNICK-GOODWIN, S. 2019. *Generation Z: A New Cohort Comes of Age*. California Educator, [online]. 2019 [cit. 2020-01-13]. Dostupné na <https://californiaeducator.org/2019/06/20/generation-z-a-new-cohort-comes-of-age/>

Vision, *Josiah Venture*. Josiahventure.com [online]. [cit. 2020-01-06]. Dostupné z: <https://www.josiahventure.com>

SPOUSTA, V. Rabušic, L. HAMANOVÁ, J. a kol. 2011. *Hodnoty a postoje v České republice 1991–2008*. Pedagogika – časopis pro vědy o vzdělávání a výchově [online]. ISSN 978-80-2104-952-9, č. 3, s. 306–310 [cit. 2020-01-07]. Dostupné z: <https://pages.pedf.cuni.cz/pedagogika/?p=791&lang=cs>

*Stanovy spolku Křesťanská akademie mladých, z. s.* 2018. Frýdlant nad Ostravicí, s. 2, [online]. 2018 [cit. 2020-01-6]. Dostupné z:

<http://www.kam.cz/media/static0gve8k8e-ucykjzsilj/11677-Stanovy-KAM-2018-schvaleno-180507-SpolkRejs.pdf>

STRAŠILOVÁ, G. 2013. *Husákovy versus Havlovy děti*. Statistikaamy.cz [online]. 2013 [cit. 2020-04-21].

Dostupné z: <https://www.statistikaamy.cz/2013/12/husakovy-versus-havlovy-deti/>

TOMEŠ, Michal, 2017. *Generace Z: Další ztracená mládež?* E15.cz[online]. 2017 [cit. 2019-04-12]. Dostupné z: <http://student.e15.cz/agora/generace-z-dalsi-ztracena-mladez-1327770>

TEDx SBSC, 2019. *Theme: Gen-Z* ted.com[online]. 2019 [cit. 2020-04-04]. Dostupné z: <https://www.ted.com/tedx/events/29411>

AKTURÁLNĚ CZ, 2019. *Ztracená generace Z: Jak přemýšlejí mladí Češi o životě, práci i budoucnosti*. Magazin.aktualne.cz [online]. 2019. [cit. 2020-03-12]. Dostupné zde: <https://magazin.aktualne.cz/ztracena-generace-z/r~d1f1da48debd11e9926e0cc47ab5f122>

PRENSKY, M. 2001. *Digital Natives, Digital Immigrants*. Marcprensky.com [online] 2001 [cit. 2020-03-02]. On the Horizon, MCB University Press, Vol. 9 No. 5, Dostupné zde: <https://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>

TWENGE, J. 2017. *“Have Smartphones Destroyed a Generation?”* The Atlantic [online]. 2017 [cit. 2020-03-03]. Dostupné zde: <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2017/09/has-the-smartphone-destroyed-a-generation/534198/>.

## Seznam grafů

Graf č. 1: Rozdělení respondentů dle pohlaví .....	37
Graf č. 2: Věk generace Z .....	38
Graf č. 3: Zastoupení respondentů v kraji .....	39
Graf č. 4: Zastoupení respondentů podle velikosti obce .....	40
Graf č. 5: Nejdůležitější hodnoty pro mladé věřící z generace Z.....	42
Graf č. 6: Vlivnost/mít vliv .....	43
Graf č. 7: Společenské uznání .....	44
Graf č. 8: Cestování.....	45
Graf č. 9: Úcta k tradicím.....	46
Graf č. 10: Hodnoty křesťanských církví .....	47
Graf č. 11: Osobní růst .....	48
Graf č. 12: Odvaha zastávat své vlastní názory.....	49
Graf č. 13: Volný čas a koníčky .....	50
Graf č. 14: Vzrušující život .....	51
Graf č. 15: Nejbližší osoba pro mladé věřící z generace Z .....	52