



Zdravotně  
sociální fakulta  
Faculty of Health  
and Social Studies

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

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Zdravotně sociální fakulta

Ústav humanitárních studií v pomáhajících profesích

Bakalářská práce

# Srovnání životního stylu jednotlivých generací (Baby boomers, X, Y, Z)

Vypracoval: Nikola Vavroušková

Vedoucí práce: MUDr. Rostislav Čevela, Ph.D, MBA.-UHP

České Budějovice 2017

## **Abstrakt**

Celá staletí se lidstvo potýká s mezigeneračními rozdíly a v současné době tomu není jinak. Jde o skutečnost, ke které bychom se měli umět vyjádřit, neboť se s problémem mezigeneračních rozdílů každodenně potýkáme. Každá generace se svým způsobem liší od generace předcházející a často jí dokonce vzdoruje. Jen stěží si můžeme představit, že generace dnešních teenagerů bude mít stejné názory a pohled na svět, jako generace předchozí nebo o dost starší generace, která pamatuje druhou světovou válku, život v totalitním systému či období po Sametové revoluci. Každá generace je originální díky prostředí, ve kterém vyrůstá, a které vytvořili právě generace předchozí. Vzhledem k tomu, že lidská společnost je dynamickým jevem, každá generace je originální díky prostředí, které ji ovlivňuje. A právě prostředí, ve kterém se jednotlivé generace rozvíjí, se významně mění. Proto často slyšíme, že ta nová generace je jiná a rozdíly se mezi generacemi stále více prohlubují. Jak senioři, tak mladí často naráží na názory druhé generace a cesta k vzájemnému pochopení bývá mnohdy obtížná. Někteří z nás si kladou otázku proč tomu tak je a zda tomu tak skutečně je? Je dnešní generace lepší či horší než ty předchozí?

V první části své práce se zabývám pojmy životní styl a životní způsob. Ve druhé části práce analyzuji faktory ovlivňující životní styl člověka. Ve třetí části bakalářské práce jsem se zaměřila na potřeby jako základní zdroj motivace jedince. Ve čtvrté části se věnuji potřebám jedince dle Maslowova hierarchie potřeb. V páté části se zabývám hodnotami člověka a v části šesté pak faktory, které naše hodnoty významně ovlivňují.

Ve výzkumné části se pokusím zmapovat nejmarkantnější rozdíly mezi generacemi Baby boomers, X, Y, a Z z více pohledů, kterými jsou vnímání budoucnosti, médií, vzdělání, technologie, internetu a ekologie. Pro zpracování výzkumné části bakalářské práce jsem zvolila kvantitativní metodu získání sběru dat. Dotazník obsahoval 23 otázek, které mají jednu možnou odpověď. Jednalo se o anonymní dotazník a otázky s uzavřenými odpověďmi.

### **Klíčová slova:**

**Hodnoty – Generace Baby boomers – Generace X – Generace Y – Generace Z**

## **Abstract**

The whole human kind has been struggling with intergenerational differences for centuries and it has not changed to this day. It is a matter we all should be able to discuss, for we face such differences every day. Each generation is different from the previous one and they are very often defying. It is almost impossible to imagine teenagers of today having the same view of the world as their parents or even the generation which endured the world war 2, lived in a totalitarian system or after the velvet revolution. Each generation is unique because of the environment they grow up in, in environment built by previous generations. And because the human society is a dynamical phenomenon, each generation is original thanks to the influence of its environment. And it is the environment in which all the generations are being molded, that is going through a constant change. That is why we hear about new generation differences so often and how those differences are being deeper. Both, seniors and young people keep offending opinions of the others and path to mutual understanding can be quite thorny. Some of us are asking ourselves why and if this is true. Is today's generation better than the previous ones?

In the first part of my work I'm discussing concepts such as human's 'lifestyle'. In the second part I'm analyzing factors which influence the lifestyle most of all. Third part of my bachelor thesis is focusing on the 'needs' as basic source of the individual motivation. In the fourth part I discuss the individual needs according to the Maslow's need hierarchy. In the fifth I deal with man's 'values' and in the sixth with factors which significantly influence them.

In the research part I'll try to chart the major differences between generations of baby boomers, X, Y and Z from many views, such as perception of the future, media, education, technology, internet and ecology. The research part of my bachelor thesis was done thanks to quantitative method of data collection. The questionnaire consisted of 23 questions and each had only one answer. It was anonymous questionnaire and had 'closed answers'.

**Key words: Values – Generation of Baby boomers – Generation X – Generation Y – Generation Z**

## **Prohlášení**

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

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

V Českých Budějovicích dne 14. 8. 2017

.....

Nikola Vavroušková

### **Poděkování**

V první řadě bych tímto chtěla poděkovat svému vedoucímu bakalářské práce panu MUDr. Rostislavu Čevelovi, Ph.D, MBA.-UHP za jeho trpělivost a cenné rady, za odborné vedení a ochotu při řešení problémů. Velmi si této spolupráce vážím. Poděkování patří také celé mé rodině, která mě po celou dobu mého studia podporovala a všem, kteří se zúčastnili výzkumu respondentům za jejich spolupráci.

## Obsah

|        |   |    |
|--------|---|----|
| 1.     | SOUČASNÝ STAV .....   | 8  |
| 1.1.   | Životní způsob, životní styl.....                             | 8  |
| 1.1.1. | Faktory ovlivňující životní styl.....                         | 9  |
| 1.1.2. | Další důležité faktory ovlivňující životní styl člověka ..... | 10 |
| 1.1.3. | Potřeby .....   | 11 |
| 1.1.4. | Maslowova hierarchie potřeb .....                             | 11 |
| 1.1.5. | Hodnoty .....   | 12 |
| 1.1.6. | Faktory ovlivňující hodnotovou orientaci .....                | 14 |
| 1.2.   | Generace .....  | 19 |
| 1.2.1. | Formování generace .....                                      | 19 |
| 1.2.2. | Generace Baby boomers.....                                    | 20 |
| 1.2.3. | Generace X .....  | 22 |
| 1.2.4. | Generace Y .....  | 23 |
| 1.2.5. | Generace Z.....   | 26 |
| 2.     | CÍL PRÁCE A VÝZKUMNÉ OTÁZKY.....                              | 29 |
| 2.1.   | Cíl práce: .....  | 29 |
| 2.2.   | Výzkumné otázky:.....   | 29 |
| 3.     | METODIKA .....  | 30 |
| 3.1.   | Metodika práce .....  | 30 |
| 4.     | VÝSLEDKY .....  | 31 |
| 5.     | DISKUSE .....   | 57 |
| 6.     | ZÁVĚR.....  | 67 |
| 7.     | SEZNAM POUŽITÉ A CITOVANÉ LITERATURY .....                    | 68 |
| 8.     | PŘÍLOHY .....   | 74 |

## Úvod

Svou bakalářskou práci jsem se rozhodla zaměřit na téma „Srovnání životního stylu jednotlivých generací (Baby boomers, X, Y, Z)“. Toto téma jsem si vybrala, protože sama pozoruji rozdíly mezi jednotlivými členy generací v mé rodině. Každá generace má své specifika, způsoby jakými žijí, jak přistupují k životu, k práci, k ekologii, ke společnosti apod. Na rozdíl od generace Baby boomers, X, Y se o generaci Z ví zatím velmi málo, vzhledem k jejich mladému věku. Generace Z má ještě velkou část života před sebou. Během studia publikací, ze kterých jsem čerpala informace pro mou práci, jsem si všimla rozdílných názorů autorů.

Cílem mé bakalářské práce je zmapovat nejmarkantnější rozdíly mezi generacemi Baby boomers, X, Y a Z z více pohledů, jakými jsou vnímání budoucnosti, vzdělání, média, technologií, internetu a ekologie. Pomocí čtyř výzkumných otázek: výzkumná otázka 1: Jsou starší generace lepší či horší než dnešní? Výzkumná otázka 2: Jsou rozdíly mezi jednotlivými generacemi stále větší? Výzkumná otázka 3: V čem se nejvíce odlišuje generace Y od generace X a Z? Výzkumná otázka 4: Co způsobuje stále zvyšující se mezigenerační rozdíly?

Kromě studia odborné literatury v problematice charakteristiky jednotlivých generací je k dosažení stanoveného cíle práce využito výsledků kvantitativního výzkumu, který jsem realizovala pomocí dotazníkového sběru dat.

Bakalářská práce se skládá z teoretické a praktické části. V teoretické části se pokouším zmapovat současný stav dané problematiky. Jde o faktory ovlivňující životní styl, potřeby, hodnoty a jednotlivé charakteristiky generací. Stěžejní částí mé práce je praktická část, která obsahuje výsledky dotazníkového šetření, informace o výzkumném souboru a metodice sběru dat.

# 1. SOUČASNÝ STAV

## 1.1. Životní způsob, životní styl

Životní způsob považujeme za obecnější pojem než životní styl. Dufková (2011) vysvětluje životní způsob jako „*system významných činností a vztahů, životních projevů a zvyklostí typických, charakteristických pro určitý subjekt (jedince či skupinu, eventuální i společenství či společnost coby konkrétní nositele životního způsobu)*.“

Pojem životní styl je již konkrétnějším a můžeme ho rozlišit na dvě skupiny. Na životní styl jedince a na životní styl skupiny. Životní styl jedince je možné chápat jako konzistentní životní způsob, jehož jednotlivé části jsou ve vzájemné shodě a vycházejí z jednotného základu. Mají společnou podstatu nebo-li jednotný styl, který prochází všemi podstatnými činnostmi, vztahy, zvyklostmi určitého životního stylu nositele. (Kubátová, 2010)

Životní styl skupiny se dá charakterizovat typickými společnými znaky životního způsobu, které jsou společné pro většinu členů určité skupiny. I přes to, že se tito členové vzájemně neznají, mají něco společného, co je důležité pro vytvoření jejich životního stylu, např. životní styl seniorů, středoškolských studentů nebo matek na mateřské dovolené. (Kubátová, 2010)

Dá se říci, že pojem životní způsob a životní styl jsou synonyma. Podle definice životního způsobu se předpokládá, že tyto prvky jsou vnitřně uspořádané a konzistentní, což jsou vlastnosti, kterými se vymezuje životní styl. (Kubátová, 2010)

Pojmem životní styl se často vyskytuje v různých sdělovacích prostředcích (časopis, rádio, noviny, televize). Zeptáme-li se jedince co znamená životní styl, dostaneme různé odpovědi. V první řadě je důležité podotknout, že životní styl i životní způsob ovlivňuje řada vnějších faktorů (ekologické podmínky, sociální podmínky, ekonomické podmínky, kulturní podmínky) Životní styl ovlivňuje zdraví člověka z 50-60%. (Čeledová a Čevela, 2010)

Dle Dufkové (2011) je celkově možné říci, že životní styly jednotlivců jsou natolik obdobné a natolik rozmanité, nakolik jsou obdobné a rozmanité jednak podmínky, v



*nichž jednotlivci žijí, jednak i tito jednotlivci sami. To jsou základní zdroje odlišností, variantností v životních způsobech/stylech jednotlivých individuí.*

### **1.1.1. Faktory ovlivňující životní styl**

Každý člověk je individuální bytostí, existuje a prožívá svůj život prostřednictvím svých vlastních specifických vzorců chování. Vzorce chování jsou vrozené, biologické, tedy zapříčiněné genetickými faktory nebo získané, které je ovlivňovány především prostředím, v němž člověk vyrůstá, hodnotami k nimž je vychováván a veden v rodině, ekonomickou situací, způsobem a možnostmi trávení volného času a dalšími faktory. (Kraus, 2001)

Za dva nejdůležitější faktory tvořící charakteristické rysy životního stylu jedince můžeme označit:

- **Vnitřní faktory** – vrozené – temperament, charakter citové vlohy, faktory zahrnující osobnost jedince, jeho schopnosti, potřeby, zájmy, vlastnosti, hodnoty, ideály a životní cíle
- **Vnější faktory** – závisejí na obecnějších celospolečenských nebo na užších skupinových, rodinných životních podmínkách (Kraus, 2001)

Kraus (2001) dělí tyto dva determinující faktory na dvě skupiny. Tyto dvě skupiny mají největší podíl na formování životního stylu jedince.

**Objektivní společenské faktory** – patří sem politickoekonomická situace ve společnosti. Ekonomická situace utváří podmínky pro působení jedince spojené s prací, volným časem a sociální jistoty. Značnou vliv mají také kulturní poměry v určité společnosti. Kromě tradic a rodinných zvyklostí mají na každého člověka vliv i tradice celospolečenské. Životní styl je značně ovlivněn i technickým rozvojem. Proto je pochopitelné, že životní styl na začátku 21. století se značně liší od životního stylu našich praprarodičů. (Kraus, 2001)

**Subjektivní osobnostní faktory** - jsou dány přímo jedincem samotným a jeho osobností, tedy jeho temperamentem, pohlavím, intelektovou úrovní, zdravotním stavem. Nejvýznamnější je vliv výchovy, neboť především výchova v rodině má zásadní podíl na formování životního stylu každého jedince. Na životní styl jedince má také kladný vliv úroveň a kvalita dosaženého vzdělání. Dalším neopomenutelným faktorem, který životní styl výrazně působí je zdravotní stav jedince. Člověk se zdravotními hendikepy má do určité míry omezené možnosti významně ovlivnit svůj životní styl. (Kraus, 2001)

### **1.1.2. Další důležité faktory ovlivňující životní styl člověka**

**Ekologické podmínky** zde se řadí prostředí, ve kterém člověk žije, např. venkov, město, hory atd. (Fraňková a kol., 2000)

**Sociální podmínky** zde rozlišujeme, zda jedinec žije na vesnici, kde se většinou podstatná část obyvatel dobře zná anebo jestli žije ve městě. Komunikace a oblíbenost mezi ostatními lidmi, způsob práce a vztahy mezi kolegy také ovlivňují životní styl jedince. (Fraňková a kol., 2000)

**Ekonomické podmínky** zde sledujeme výši příjmů, možnost nákupu potravin, způsob dopravy do zaměstnání či dostupnost předmětů denní potřeby. (Fraňková a kol., 2000)

**Kulturní podmínky** zahrnují možnost chodit do společnosti například do divadla, na koncerty, festivaly, kina a jiné akce. (Fraňková a kol., 2000)

Tyto podmínky mají vliv zvláště na způsob našeho oblékání, stravování, trávení volného času organizací práce apod. Na kvalitu života a životního stylu mají vliv i negativní faktory jako např. přehnaná pracovní a psychická zátěž s tím stoupající stres, neschopnost relaxovat a hektický způsob života. Životní styl je také často spojován s určitým hudebním stylem, sportem, vyjadřováním nebo napodobováním slavné osobnosti. Můžeme tedy pozorovat jak je životní styl pro nás důležitý. (Fraňková a kol., 2000)

### **1.1.3. Potřeby**

Potřeby jsou základním zdrojem motivace jedince. Navozují pocit nedostatku nebo naopak nadbytku něčeho, zcela konkrétního a pro člověka důležitého. Neuspokojená potřeba se projevuje nespokojeností, napětím, nutí jedince k účelovému chování, jehož cílem je uspokojit svou potřebu. (Vymětal, 2003). Potřeby dělíme na primární a sekundární. Primární potřeby jsou biologické (fyziologické, homeostatické) patří sem potřeba kyslíku, potravin a tekutin, přiměřené teplo, absence bolesti. Sekundární potřeby jsou potřeby sociální (společenské, psychogenní). Vztahují se na jedince jako na tvora sociálního, společenského a kulturního. Do této skupiny potřeb řadíme nutnost někam a k někomu náležet, potřebu pozitivní citové odezvy a vztahové vzájemnosti, potřeby rodičovské. (Bouchal, 1993)

Existuje celá řada třídění potřeb. Nejznámější je teorie potřeb podle amerického psychologa A. H. Maslowa (1908-1970), ve které propojil teorii osobnosti s teorií motivace (Vymětal, 2003).

### **1.1.4. Maslowova hierarchie potřeb**

Americký psycholog Abraham Harold Maslow sestavil pyramidu hierarchie potřeb. Pojem této pyramidy vychází ze zásady, která hovoří o tom, že zprva je nutné uspokojit nejnižší potřebu, aby mohla být uspokojena potřeba nejvyšší. V prvním patře pyramidy se nacházejí fyziologické potřeby, kterými jsou potřeby jíst, pít, dýchat a vyměšovat se. V případě nepřítomnosti těchto nejzákladnějších potřeb není lidské tělo schopné dlouhé existence. Mezi další potřeby se řadí potřeby bezpečí, které vyznačují pocit ochrany před různými riziky. Ve třetím patře se nachází sociální potřeby. Jde o zařazení do společnosti, potřeby přátelství, potřeby milovat a být milován. Čtvrté patro obsahuje potřeby společenského uznání a úcty. Jedná se jak o pozitivní hodnocení sebe sama, tak o hodnocení a uznání společností. Vrcholem pyramidy je potřeba seberealizace. (Nevolová a Foltová, 2015)

Maslowova teorie však byla podrobena kritice. Opětovně je jí vytýkáno, že není platná všeobecně. Například existují lidé, pro něž jsou potřeby vyšší, důležitější než

potřeby nižší - fyziologické. Je také kritizována její metodika, která je neměnná a nepřipouští a nereflektuje změny preferencí během života. Maslowova teorie postavena na těchto hypotézách, které byly později vyvráceny:

- Potřeby vyššího stupně jsou iniciovány až po naplnění potřeb nižšího stupně.
- Teorie obecně platná a univerzální bez zřetele na kulturní odlišnosti nebo společenský kontext. (Tureckiová, 2004)

Dále tato teorie nepopisuje jasné souvislosti mezi chováním a potřebami, takže stejné chování může být výrazem různých potřeb a tyto potřeby nejsou popsány úplně přesně. (Arnold a kol., 2007)

### **1.1.5. Hodnoty**

*„Hodnota je vlastnost, kterou jedinec přisuzuje určitému objektu, situaci, události nebo činnosti ve spojitosti s uspokojováním jeho potřeb, zájmů. Hodnoty se vytvářejí a postupně diferencují v procesu socializace, jsou součástí společenského vědomí a odrážejí kulturu společnosti.“* (Hartl a Hartlová, 2000 s. 192)

Přestože v dostupné literatuře není dělení hodnot do jednotlivých skupin shodné a ucelené, můžeme je rozdělit na absolutní a relativní, přímé nebo nepřímé. Na rozdíl od absolutních hodnot, tedy věčných, které jsou uznávány všemi kulturami, objevili se hodnoty nové, relativní, jakoby nepravé. Ty vznikly uspokojováním individuálních či partikulárních zájmů jedinců a sociálních skupin. Můžeme je dělit například na estetické, etické či logické. (Hartl a Hartlová, 2000)

Dalším možným členěním je členění dle vztahu hodnoty k danému objektu hodnocení na:

**Hodnoty existující bez ohledu na subjekto-objektový vztah:** Tyto hodnoty jsou závislé na sociokulturních podmínkách, ve kterých jedinec žije. Nejde o absolutní hodnoty. Např. Smetanova Má vlast je hodnotou sama o sobě bez ohledu na to, zda jí právě někdo poslouchá. (Čačka, 2002)

**Hodnoty subjektivně uznávané, ale současně osobně odmítané:** Tyto hodnoty jsou objektivní, jsou obsažené v samotném subjektu a závislé na sociokulturních

podmínkách, ve kterých jedinec žije. Jedinec uznává např. nějaký sportovní výkon nebo odvahu, ale jeho samotného tyto projevy nepřitahují a může proti nim mít i jisté výhrady. Tyto hodnoty jsou hodnotami mimoosobními. (Čačka, 2002)

**Hodnoty obecně uznávané, ale subjektivně více či méně indiferentní:** Jedinec se ve svém společenském prostředí setkává s hodnotami obecně uznávanými, které osobně nepřímá, neztotožňuje se s nimi vůbec anebo jen do určité míry. Vnější společenský tlak však může jedince přimět, aby tyto hodnoty uznal, respektoval nebo se s nimi do určité míry ztotožnil. (Čačka, 2002)

**Hodnoty subjektivně akceptované, přitažlivé, popř. i vyjadřované:** Nejde absolutní, objektivní či vnucené společenské hodnoty, jde jen o hodnoty přijímané jedincem. Jde o hodnoty přijímané určitým subjektem, které jsou součástí vnitřních tlaků, jsou auto regulátorem jeho činnosti a motivací. Korepondují s osobními postoji a cíli. Nemusí jít však o hodnoty všeobecně uznávané. Projev vyjadřování hodnot může být projevem verbálním anebo je hodnotový postoj často vyjádřen určitými alternativami hodnotově motivovaného chování nebo jednání ve formě úsudků a gest. (Čačka, 2002)

E. V. Frankl, známý jako autor specifické psychoterapie, tzv. logoterapie, svůj přístup rozpracoval na základě kritického teoretického rozboru různých pojetí filozofické antropologie a psychoterapie. Na podkladě obsáhlých osobních zkušeností s lidmi v krajních situacích i se svými pacienty v klinické praxi. Frankl měl sám zkušenost s krajními životními situacemi. Za druhé světové války přežil pobyt ve čtyřech koncentračních táborech. Prvořadou motivační silou člověka je nalezení smyslu svého života. Logoterapie se soustřeďuje na hledání a nalezení tohoto smyslu a tím i na smysl lidské existence. Konkrétní smysl je pak naplněn volbou hodnot jedince. Pokud člověk utíká od odpovědnosti volby hodnot nebo se upne k nepravým hodnotám, ztrácí smysl života a začne se u něj rozvíjet existenční frustrace. Ta pak může přejít v noogenní neurózu, která plyne z konfliktu mezi různými hodnotami. Projevem je pak pochybnost o smyslu života. (Frankl, 2006)

### **Typologie hodnot dle E.V.Frankla:**

1. **Zážitkové hodnoty** se realizují v prožívání, v přijímání světa. Poskytují člověku potěšení a radost. Týkají se např. vnímání krásy přírody, umění a lásky.

2. **Tvůrčí hodnoty** realizujeme svou vlastní tvůrčí činností. Přetváříme tím své okolí, přičemž nejdůležitější není výsledek této činnosti, ale činnost samotná.

3. **Postojové hodnoty** jsou uskutečňovány tím nakolik je člověk schopen přijímat omezení života. Patří sem kladné i záporné hodnoty, které vyjadřují naši základní orientaci. Nejvýznamnější jsou postoje k sobě samému, ke svým blízkým a blízkému okolí, k životu, k práci. (Moore, 2010). Schopnost realizovat takové postoje a hodnoty vzniká tehdy, kdykoli je člověk postaven proti osudu, proti němuž může jít, jen pokud ho bere na sebe. Jde o postoje, jako jsou důstojnost i v záhubě a ztroskotání, statečnost v utrpení. (Frankl, 2006)

#### **1.1.6. Faktory ovlivňující hodnotovou orientaci**

##### **Věk**

Jednou z nejpodstatnějších sociodemografických charakteristik, které se výrazně a nejčastěji projevují v rozdílech hodnotové orientace jedinců či skupin patří věk. Značné množství výzkumů, které jsou orientované na hodnoty, se mnohdy zabývají tím, jak lze jednotlivé životní fáze charakterizovat vzhledem k hodnotám, které člověk v daném věku preferuje. (Jelínková, 2005)

Prudký (2009) uvádí, závislost na stáří respondentů. Mladší respondenti z celkové populace, kladou důraz na práci a pracovní prostředí, na vzdělání, na možnost podnikat, upřednostňují hodnoty jako je zábava a společenský život. S rostoucím věkem je pro respondenty důležitá rodina, skromnost, stabilita, zodpovědnost, jistota, klid, stabilita a náboženství. Dá se to vyložit tak, že mezi staršími lidmi je více věřících. (Jelínková, 2005)

## **Pohlaví**

Mezi další sociodemografickou charakteristiku patří pohlaví respondentů. Znárodnuje rozdílné hodnoty mezi ženami a muži. Na základě výzkumu hodnot českých adolescentů Jelínková a Tyrlík přišli na určité rozdíly, jinak byly hodnoty velmi podobné. Dívky dávaly více přednost pomoci druhým lidem a poznání. Chlapci upřednostňovali pohodlný život. (Jelínková, 2005)

Podle výzkumu českého sociologa Saka (2004) se muži odlišují hlavně tím, že kladou důraz na majetek, úspěšnost v zaměstnání, plat, soukromé podnikání, společenskou prestiž a hobby. Muži se podle výsledků studie klaní k materialistické pozici. Podle autora můžeme hledat vysvětlení v tradičním postavení muže ve společnosti. To ho prezentuje jako osobu, která zabezpečuje materiálně svoji rodinu. Ženy dávají přednost reprodukčním hodnotám. Mezi ty patří láska, sounáležitost, partner, rodina a děti a sociálně altruistické hodnoty.

S. Schwartz, se také věnoval rozdílným mezi pohlavími. Došel v podstatě ke stejným závěrům jako Sak (2004) a objasnil je pomocí teorie evoluční psychologie. Ženy díky evoluci získaly výhody spočívající ve schopnosti starat se o dobro a blaho ostatních členů své sociální skupiny. Mezi typicky „mužské“ hodnoty patří úspěch, požitkářství a sebeřízení. I přes postupné prolínání gendrových rolí se v současnosti promítá obraz tradičního postavení ženy a muže ve společnosti. Ženy více inklinuje k hodnotám vztahujícím se k rodině. Úroveň vztahů, pomoc bližnímu, láska, sounáležitost, obětavost, trpělivost jsou pro ně stále podstatnější než majetek. Muži upřednostňují hodnoty spojené vlastním úspěchem v zaměstnání nebo ve vzdělání a s tím souvisí materiální oblast hodnot a hlavní rysy mužské povahy s klady i zápory – soutěživost, tvořivost, agresivita, egocentrismus. (Schwartz, 2001)

## **Škola**

Škola zprostředkovává potřebné normy, rozvíjí znalosti, schopnosti a dovednosti dětí, které prošly před nástupem do školy procesem socializace v rodině. Vychovává podle předem jasně daných edukačních cílů, učí kompetencím. Zároveň předává

hodnotové systémy, přičemž tyto hodnotové systémy nemusí vždy souhlasit s hodnotovými systémy rodiny. K poslání školy tak neodmyslitelně patří prezentace konkrétního systému hodnot, které daná společnost ve vztahu k sociálně ekonomickým podmínkám pokládá za užitečné a cenné. Úkolem pedagogů, učitelů i nepedagogických pracovníků je identifikovat se tímto systémem hodnot, poskytovat žákům orientační zaměření a proto by měli pedagogové či učitelé uznávat hodnotový systém v souladu s požadavky společnosti. (Sak a Saková, 2004)

### **Vzdělání**

Studie, které se zabývaly vlivem vzdělání na hodnoty lidí, zjistily diferencovanost hodnot vzhledem k dosaženému vzdělání. V 90. letech 20. století byl realizován výzkum zabývající touto problematikou. Ze závěrů vyplynulo, že existuje vztah mezi hodnotovými preferencemi a nejvyšším dosaženým vzděláním. Vysokoškoláci preferovali hodnoty, jako jsou demokracie, vzdělání, rozvoj osobnosti, pravda, společenská prestiž, a životní prostředí. Vyučení pak nejvíce preferovali majetek, soukromé podnikání, mzdu. U středoškoláků převažoval reprodukční orientace, bůh a hobby. (Sak a Saková, 2004)

Horák prováděl výzkum, kdy si rozdělil středoškolskou mládež podle typů školy na gymnázia, střední odborné školy a střední odborná učiliště. Rozdíly se objevily na prvních místech hodnotového žebříčku. Studenti gymnázií oproti obvyklému umístění zdraví na první příčku, tuto položku řadili na třetí pozici za lásku a přátelství. Dále se objevují rozdíly mezi gymnazisty a studenty škol humanitního typu ve srovnání se studenty středních odborných škol a zvláště pak středních odborných učilišť. U studentů středních odborných škol a středních odborných učilišť se ukázal rozdíl v základu pro jejich přesvědčení. Bylo zjištěno, že studenti z učilišť své postoje a přesvědčení budují v souvislosti k technickým složkám sociální struktury a naopak lidé z průmyslových škol na mezilidských vztazích. (Horák, 1997).



## **Bydliště**

Velký vliv na utváření hodnot a postojů mají sociodemografické faktory, tedy umístění obydlí, zda rodina či jedinec bydlí ve městě či velkoměstě, na venkově nebo na samotě. Město nabízí mnoho různorodých podnětů, než venkov či samota. To však má pozitivní, ale i negativní stránky v podobě více sociálně patologických jevů. S velikostí obce rostou především hodnoty, jako jsou láska, duchovní dimenze života, rozvoj osobnosti a seberealizace, tolerantnost k drogám. Naopak klesá význam příjmů, majetku, sociální a ekonomické jistoty. Pokles významu těchto hodnot Sak vysvětluje tak, že se s velikostí obce zvyšuje plat a tím se snižuje ekonomický tlak na jedince. Rozdíly mezi venkovem a městem se díky rozvoji komunikačních technologií částečně snižují, přesto je mezi nimi mnoho diferenciací. (Sak, 2000)

## **Rodina**

Rodina je pro většinu mladých lidí prvotním prostředím k utváření vlastní hierarchie hodnot. Je primární výchovná a vzdělávací instituce, kde probíhá socializace člověka a záměrné působení na jeho hodnotovou strukturu. Rodina rozvíjí mezilidské vztahy, vytváří hmotné podmínky a sociální ochranu. (Hofbauer, 2004) Rodina je nejkompexnější a nejsložitější činitel v utváření hodnot jedince. Mezi nejdůležitější funkce rodiny patří funkce hmotného zabezpečení a funkce výchovná. Každá rodina vychovává k jiným hodnotám a používá jiné výchovné strategie. Rodina zabezpečuje materiální statky. Blahobyt nebo naopak život v chudobě také ovlivňují utváření hodnot jedince. Domácnosti s vyšším příjmem kladou větší důraz na možnost podnikat a naproti tomu domácnosti s nižšími příjmy jsou více spojeny s hodnotami zodpovědného občanství a skromnosti. (Prudký, 2009)

## **Vliv médií**

Vliv médií se může měnit v čase, závisí na rozvoji dané společnosti, na technologickém pokroku, na politické situaci atd. Někteří odborníci přisuzují médiím mocný vliv v otázkách postojů a chování. Činnost médií bývá podřízena zájmům, cílům,

potřebám a dalším činitelům dané společnosti. Masová média mohou informovat nezávisle objektivně a nestranně, ale také mohou být nástrojem propagandy. Společnost je na médiích závislá, neboť jsou často jediným zdrojem informací. Lidé kupují výrobky propagované reklamou, oblékají se podle předpovědi počasí, debatují o politických událostech zveřejňovanými v elektronických zprávách. Dnes je zřejmé, že informační technologie a masová média mají velký vliv na hodnotovou orientaci a životní styl. Je důležité rozlišovat mezi hodnotou a pseudohodnotou a správně vyhodnocovat a prověřovat sdělované informace. (Mcquail, 2009)

## **1.2. Generace**

Toto slovo pochází z řeckého slova *genos*. Překlad do českého jazyka znamená rod. Ve velkém sociologickém slovníku se hovoří o generaci jako skupině osob, které jsou spojené dobově podmíněným stylem myšlení, jednáním a prožívají podstatná období své socializace ve shodných historických a kulturních podmínkách. (Linhart, 1996)

Tento pojem je součástí kultur a jazyků, již dávno před vznikem vědního oboru jménem sociologie. S rozvojem sociologie došlo k sociologickému rozpracování pojmu.

Generace je zvláštní kategorie, jejíž zvláštnost spočívá v tom, že je průsečíkem biologického a sociálního života. Generace je entita, v níž dochází k proměně biologického na sociální. Z biologické stránky populačních ročníků se vytváří sociální skupina jako subjekt sociálního života. Biologická vitalita se přeměňuje na sociální a tím vzniká sociální vitalita. Střídání generací a procházení životními fázemi vytváří základní rytmus sociálního života, jsou pulsem sociální entity. Četnost střídání demografických generací je ustálenější s tendencí ke stejným amplitudám, kolem nichž s menšími či většími odchylkami kmitají amplitudy sociologických generací. (Sak a Kolesárová, 2012)

### **1.2.1. Formování generace**

Formování generace je strukturovaný proces s množstvím rozměrů a stěžejních elementů. Tak jako je generace naplňována populačními ročníky a jednotlivci, tak také proces utváření generace je plněn jednotlivými individualizovanými procesy sociálního zrání jednotlivých příslušníků tvořící se generace. Na jednotlivém stupni je výsledkem sociálního zrání jedinec občan, člen komunity, na skupinové úrovni je výsledkem sociálního zrání generace. (Sak, Kolesárová, 2012)

Generaci formuje společenská událost historického významu, která se promítá do změn životního stylu, politického systému, sociální struktury, společenských vztahů apod. Další rovinou, na níž dochází k utváření generace, jsou i drobné změny společenských podmínek. Ty se však ve svém úhrnu podílejí na změně společenského prostředí (sociálního, politickému, kulturnímu, duchovnímu či modálnímu životnímu

stylu). Můžeme tedy mluvit o specifickém generačním společenském klimatu a o specifickém generačním životním stylu. (Sak a Kolesárová, 2012)

### **1.2.2. Generace Baby boomers**

„Baby boomer.“ je termín pro generaci, která je spojován s poválečným obdobím. Kdy na konci druhé světové války porodnost v celém světě prudce vzrostla. Tento prudký nárůst počtu kojenců je známí pod pojmem Baby Boom. Hovoříme o jedincích narozených po konci druhé světové války. Tedy v rozmezí let 1946 až 1964. V roce 1946 prakticky přesně za 9 měsíců po skončení války začal masivní nárůst počtu novorozeneckých miminek. V tomto roce se narodilo tolik miminek, jako nikdy předtím. Podle záznamů se hovoří o 3,4 milionu, 20 % více než v roce předchozím. (Baby boomers, 2010)

Obdobný trend pokračoval i následujících letech. Přestože baby boom zachvátil celý svět, největší význam měl v Americe. Uvádí se, že během období baby boomu přišlo na svět ve Spojených státech amerických takřka 77 milionů dětí (až 40 % americké populace). Tento trend zapříčinil, významný nárůst poptávky po spotřebním zboží, podněcující poválečnou ekonomiku. (Baby boomers, 2017)

Členové generace Baby boomers vyrůstali období ekonomické prosperity a v relativně bezpečné době proto se jim někdy přezdívá „šťastná generace“. Velký počet těchto lidí chce pracovat a pracuje i v období důchodového věku z důvodů radosti z práce, přátelství, finančního zajištění, které nacházejí v pracovním prostředí. (Horváthová a kol., 2016)

Každá generace se definována věkem, ale i politickým prostředím, ve kterém žije. Čeští Baby boomers, kteří vyrostli v komunistickém režimu, se výrazně odlišují od amerických Baby boomers vychovaných v prostředí amerického snu. Společné mají to, že se narodili v silné populační vlně v době ekonomické prosperity rodičům, kteří zažili válku. Díky vyšší úrovni poválečné medicíny se výrazně snížila novorozenecká úmrtnost. Jde o první děti generace v dějinách lidstva, které byly převážně plánovanými a

to rodiči, kteří si jejich výchovu vychutnávali. Jde o první generaci, která nabyla zplozena pouze z biologických nebo ekonomických důvodů. (Zemke a kol., 2000)

V USA byly tyto děti vychovávány matkami v domácnosti a otcové pracovali. Byla jim věnována velká pozornost ze strany rodičů a jsou známí tím, že bojovali proti zavedeným a starším konvencím. K nejvýznamnějším projevům této generace patří hnutí hippies z 60 let. (The new strategist editors, 2013)

Dále americkou Baby boomers ovlivnilo několik významných osobností, jakými byli JFK, Martin Luther King a události jakými byla válka ve Vietnamu, sexuální revoluce. (Reeves a kol., 2013)

V České republice během druhé poloviny 20. století panovala nadvláda komunistického režimu. Poválečná generace (Baby boomers) u nás vyrůstala během silícího vlivu Komunistické strany Československa, ta se v roce 1948 stala ústřední politickou stranou v Československu a podléhala řízení Sovětského svazu (Kubátová a Kukulková, 2013). V té době bylo mnoho politických stran, společenských organizací a spolků zrušeno či sloučeno tak, aby splňovali požadavky režimu. Změny se nevyhnuly ani oblasti školství a kultury. (Krákora a Kopeček, 2010). Na rozdíl od americké Baby boomers byla ta česká vychovávána rodiči, kteří oba chodili do práce. Jsou materialisticky založení, vzhledem k tomu, že jim jejich rodiče vštěpovali, že za války bylo všeho nedostatek a je potřeba vážit si věcí a šetřit. Většina z nich má nižší vzdělání ukončené výučním listem nebo maturitou, jsou více konzervativní a moderní technologie nepovažují za důležité. Ekonomická krize v roce 2008 donutila více než čtvrtinu této generace odložit plány na důchod a zůstat v pracovním procesu. (Johnson a Johnson, 2010)

Generace Baby boomers aktivně bojuje se stárnutím a řídí se heslem „padesátka je jen třicítka“. Neustále se snaží najít elixír mládí a vrátit čas zpět. Díky tomu vzkvétají prodeje krémů vypínající pleť, barev na vlasy a vlasových náhražek, nutričních doplňků, členství ve fitness klubech a domácích posilovacích strojů. Stále ještě mnoho členů generace Y žije se svými rodiči a bývají jejich rodiče ovlivněni tím, co demografové nazývají efekt „boom – boom“. Totožné výrobky, které nacházejí oblibu u mladší

generace, nacházejí oblibu u mládím posedlých z generace Baby boomers. (Kotler a Keller, 2013)

### 1.2.3. Generace X

Po období generace Baby boomers nastoupila generace X. Jedinci, kteří se narodili na Západě, hlavně v USA, Kanadě a Velké Británii. Doba nástupu generace X byla mezi roky 1965-1976 (někdy se uvádí 1961 – 1981). Šlo většinou o děti pracujících rodičů, kteří v té době ještě svou činností vytvářeli vzrůstající blahobyť. Zatímco předchozí generace žila v době sexuální revoluce, tato generace se o sex začala zajímat v době, kdy se svět obával AIDS. Do pracovního procesu se zapojili v době ekonomické recese. Měli problémy se sháněním práce a propouštěním z firem. (Jandourek, 2012)

Za českou generaci X můžeme považovat takzvané „Husákovy děti“. V 70. letech minulého století u nás došlo k nárůstu porodnosti, který vyvrcholil v roce 1974. V té době byl generálním tajemníkem komunistické strany Československa Gustav Husák. Díky jeho politice, která byla propopulační, měli rodiče možnost získat novomanželské půjčky, podpory bydlení nebo zvýšené příspěvky na děti. (Strašilová, 2013).

Podle informací českého statistického úřadu je tato generace v současné populaci České republiky nejpočetnější skupinou. Jelikož na konci 70. let začaly státní docházet finance, strana zredukovala podporu rodičům a porodnost opět začala klesat. Dalo by se tvrdit, že propopulační politika vedla k značné nerovnováze složení obyvatelstva. Na tomto tvrzení se někteří odborníci neshodují. Považují ho za ne příliš přesné a zavádějící. Podle části odborníků vznikl nárůst porodnosti díky silné poválečné generaci. (Strašilová, 2013).

Generace X v podstatě vyrůstala v prostředí, které neznalo nezaměstnanost. S nezaměstnaností se setkala až v dospívání. Vzhledem ke svému počtu byla zvyklá na velkou konkurenci ve škole i v zaměstnání. Momentálně se tato generace nachází na vrcholu pracovní kariéry. V návaznosti na jejich četnost vzniká riziko, že až jednou odejdou do starobního důchodu, mohl by se důchodový systém zhroutit. Se snižující se porodností ubývá počet práce schopných lidí, kteří přispívají do důchodového systému.

Tím pádem by za stávajících podmínek mohla mít další generace potíže s „uživením“ zástupu seniorů. Tato situace není jen negativní. Na druhou stranu dojde k uvolnění pracovních míst, což by mělo nynější generaci dětí zajistit dostatek pracovních příležitostí. (Stražilová, 2013).

Generace X se odlišuje svým pesimistickým pohledem na svět. Tento postoj ovlivnilo několik negativních společenských jevů, ke kterým došlo v průběhu dospívání jejich příslušníků. Tedy v době, kdy se formují hodnoty. Šlo především o výrazné změny politické a hospodářské situace. Tato generace je stále poměrně mladá, ale zažila ještě existenci odlišného neglobalizovaného světa a studenou válku. Další výraznou změnou byl počátek masivního rozvoje nových technologií, zejména internetu a rozmach sociálně patologických jevů jakými jsou užívání tvrdých drog, gamblerství, kriminalita, zvyšování rozvodovosti a další. Tyto negativní faktory způsobily zpochybňování hodnot, důraz na individualismus, který vedl k menší loajalitě a nezájmu o společnost. (Hloušek, 2009)

Dufková ve svém článku o generaci X charakterizuje takto: *„Generaci Y předcházela Generace X (dnešní čtyřicátníci) charakterizovaní pesimistickým pohledem na svět. Během jejich dětství dramaticky rostly společensky nebezpečné jevy: drogy, pohlavně přenosné choroby, interrupce, stoupající počet rozvodů. Pro lidi této generace je typický nedostatek důvěry v základní hodnoty, jsou individualisticky zaměřeni, příliš je nezajímá, jak žijí ostatní. Od mladší Generace Y se odlišují spíše anarchistickým postojem vůči starším generacím, zejména tzv. generaci Baby-boomers, což je generace lidí narozená přibližně od poloviny čtyřicátých let do poloviny let šedesátých dvacátého století. Ti jsou naopak optimističtí, protože se narodili po válce v období radostného budování nové společnosti.* (Dufková, 2011)

#### **1.2.4. Generace Y**

V angličtině je tato generace známá pod názvem „Millennials“, patří sem jedinci narození zhruba mezi rokem 1982 až 1994. Jde o generaci, která je již od malička obklopena moderními technologiemi, vnímá je jako samozřejmost (Vysekalová, 2011)

Tato generace je charakteristická možností nepřetržitého přístupu k různým druhům médií a technologiím. Je pro ně charakteristické využívání sociálních sítí (Kubátová, Kukulková, 2013). Generace Y jsou v podstatě ekonomicky aktivní lidé, kteří vyžadují vyšší životní úroveň. Chtějí mít dostatek prostoru pro svůj osobní život (např. flexibilní pracovní doba). Generace Y klade důraz na zaměření ve vzdělávání, v práci (možnost získávání zkušeností), osobním životě, investicích apod. Upřednostňují moderní a technické vybavení domácností. Generace Y si více půjčuje peníze (hypotéky, spotřební úvěry), jelikož vnímá peníze jako prostředek. Často mění pracovní místa, pokud jsou výhodnější. (Rezlerová, 2009)

Tuto generaci můžeme rozdělit na další dvě podskupiny. Na mladší než 32 let, kteří jsou všestranně provázaní a sžiti s moderními technologiemi. Na starší 32 let, kteří jsou svými postoji a názory blíží generaci X. (Rezlerová, 2009)

Negativní vlivy, ovlivňující předchozí generaci X pominuly, a proto převládá u většiny lidí patřících do generace Y optimismus. Jde o první „globální“ generaci komunikující a předávající si informace právě přes internet. (Rezlerová, 2009)

Tato generace se v České republice nazývá jako „Havlovy děti“. Plodnost v roce 1974 dosahovala celkové hodnoty 2,43 dítěte na ženu, v roce 1990 klesla na 1,89 a v roce 1999 se celková hodnota snížila na 1,13. Období po roce 1989 umožnilo realizaci v osobním a profesním životě. (Strašilová, 2013) S dětstvím generace Y v českém prostředí se pojí zejména sametová revoluce v listopadu 1989, pád komunistického režimu a rozdělení Československa v roce 1992 (Krákora a Kopeček, 2010). Přišla možnost cestování, poznávání cizích jazyků, kultur a prostředí (Kubátová a Kukulková, 2013). Rozsáhlejší možnosti komunikace a rozvoj informačních a komunikačních technologií měl za následek sblížení západní a české generace Y. (Mezřický, 2003)

V době přetvoření národního hospodářství došlo v prvních letech k nárůstu cen potravin a dalšího nezbytného zboží. To vše, mělo v roce 1990 za následek pokles počtu narozených dětí na 130 564. O devět let později se počet narozených dětí snížil na 89 471. Důvodů vzniku této situace je dozajista celá řada. Například na začátku roku 1991 byly zrušeny výhodné novomanželské půjčky. (Horváthová a kol., 2016)



Kromě nižší plodnosti pozorujeme další jev a to zvýšení věku matek. V roce 1990 byl průměrný věk matky prvorodičky 22,5 roku. V roce 2001 se průměrný věk prvorodiček zvýšil na 25 let a tento trend stále stoupá. Snížením porodnosti se vzdálenost mezi jednotlivými generacemi prodlužuje. V roce 1994 se porodnost dostala pod úroveň úmrtnosti a poprvé od roku 1918 se růst populace České republiky přirozenou měrou zastavil a to až do roku 2006, kdy opět stoupl. (Horváthová a kol., 2016)

Generace Y v české republice bere za vděk neodpovídajícími pozicemi v jejich kvalifikaci. Podle statistického úřadu čtyři až pět let po ukončení studia pracuje mimo vystudovaný obor každý čtvrtý vysokoškolák. A to jen proto, že ve svém oboru nemohou najít uplatnění nebo nemají požadovanou praxi. (Horváthová a kol., 2016)

V 2025 bude generace Y tvořit zhruba 75 % globální pracovní síly, tedy převážnou část populace v produktivním věku. Za dalších pět let bude mít tato skupina stále zvyšující se vliv na rozhodování ve firmách a organizacích, pokročí na vedoucí pozice a v podstatě převezme pracovní trh. (Horváthová a kol., 2016) A jejich nároky na pracovním trhu jsou velmi specifické, což musí vzít budoucí potenciální zaměstnavatelé do úvahy. Nejlépe lze tuto generaci charakterizovat souhrnně jedinou větou: *Chtějí vše, ale také současně vše nabízejí*. Výzkum společnosti Manpower ukázal skutečnost, že příslušníci generace Y pocítují větší zodpovědnost za svou sociální jistotu, kladou velký důraz na osobní uplatnění, jsou vysoce ekonomicky aktivní a požadují vyšší životní úroveň. Kladou důraz na efektivitu využití času i prostředků. Zároveň však je jejich prioritou, na rozdíl od předchozí generace, jejich osobní život, rodinné a partnerské vztahy. Generace Y chce plně využít všech možností, které jim svět a společnost nabízí, ale nechtějí se přitom vzdát svého osobního života. Vyžadují proto rozmanité prostředky moderní komunikace flexibilní pracovní dobu i místo zaměstnání. Pokud zaměstnavatel vyjde jejich požadavkům vstříc, získá flexibilního a loajálního zaměstnance, který se chce dál vzdělávat, získávat nové poznatky a zkušenosti a všeobecně se rozvíjet. (Rezlerová, 2009)

Dufková charakterizuje generaci Y takto: *Generace Y se narodila do období blahobytu a míru – jako „plánované“ děti, o které rodiče s láskou pečovali, a které*

*odmala slýchaly, že v životě mohou dosáhnout všeho, čeho si záměnou. Odtud pramení zvýšené sebevědomí Generace Y. Specifické pro Generaci Y je to, že na začátku jejich dětství a dospívání nedošlo k žádným zásadním tragickým událostem. Jde o generaci, která žila obklopená technickými vymoženostmi a znala pouze růst ekonomiky. Jenže pak přišlo 11. září 2001 a neustálý pocit ohrožení teroristickým útokem. Je pravděpodobné, že by se duch Generace Y odvíjel jiným směrem, kdyby se tyto události na začátku milénia nestaly. Je ale překvapující, že Generace Y se stala vůči špatným zprávám do jisté míry imunní. Ukázalo se, že se s touto tragédií špatně vyrovnávali spíše starší lidé, naopak mladší generace projevila až pragmatický přístup. Méně emocionální přístup k tragédiím je zřejmě způsoben tím, že Generace Y odmalička vnímá zprávy díky médiím takřka v přímém přenosu, takže má zřejmě snížený práh citlivosti na katastrofy, války a různé „ptačí chřipky“. Díky médiím je ale Generace Y zároveň mnohem skeptičtější vůči veřejným osobám, jejichž skandály se také odehrávají v médiích. (Dufková, 2011)*

### **1.2.5. Generace Z**

Do generace Z spadá skupina lidí narozených v letech 1995 až 2012. Má příhodné označení posledním písmenem abecedy a proto se bude následující generace označovat jako generace Alfa. Generace Z znamená konec všemi automaticky přijímaných jasně definovaných rolí a tradic a je považována za nejrychleji dospívající generaci vůbec. (McCrindle, 2014)

Členové generace Z se vyznačují větší rychlostí přijímání nových informací než předchozí generace. Důležitá je kontrola nad svým jak osobním, tak pracovním životem. Tato generace pravděpodobně nemá předpoklady k tomu fungovat jako týmovými hráči. Proto by se měl klást důraz na naučení této generace týmové spolupráci. Generaci Z je tedy zapotřebí vnímat jako pracovní sílu budoucnosti. (Jacoby, 2015)

Členové generace Z se již narodili do digitálního světa. Velkou část svého času tráví na sociálních sítích a vše i ty nejvdědnější věci a události fotografují. Počítače

ovládají již v raném věku mnohdy lépe než někteří dospělý a jsou první generací, která nezná život bez mobilního telefonu, internetu a bezdrátového připojení a počítače. Nechtějí číst knihy ani jiné tištěné materiály. Velkou hodnotu kladou více na rychlost, než na přesnost Státní instituce považují za naprosto zbytečné, nejsou loajální a už od dětství se učí anglicky. Jejich hlavní zábavou je internet a počítačové hry. Velmi rychle dospívají a specializují se. Proto budou ve svém oboru vynikat, ale ostatní věci je příliš zajímat nebudou. Všeobecný rozhled u nich můžeme těžko hledat. Členové této generace jsou sebevědomí a mají sklony k sebestřednosti a netrpělivosti a věří ve svou schopnost vyřešit každý problém po svém. Zbytečnými pojmy jsou pro ně tradice, národ, zvyklosti. Podle prozatím nejistých průzkumů, jsou zaujatí přímou zkušeností, chtějí si na všechno sáhnout, prožít na vlastní kůži. Zároveň však žijí odděleně na vlastní síti. Cení si více názoru přátel, než starší generace. Vyrůstají v éře rozpadu tradiční jistoty, finanční krize, ztráty jistot a multikulturalismu. (Horváthová a kol., 2016)

Členové generace Z se narodili do odlišného konceptu rodiny než předešlé generace. Prvním významným rozdílem je fakt, že děti z generace Z se rodí jak členům generace X a Y, tak generaci Baby boomers. Pro děti narozené starším rodičům, to většinou znamená materiální a finanční jistotu. Dalším výrazným rozdílem je posun věkové hranice prvorodiček téměř k věku 30 let. Rozdíly nacházíme i ve výchově dětí. Členové generace Z jsou vychováváni k individualismu, jsou neustále vedeny k tomu, aby měli realistický pohled na věc a aby si hledali vlastní cesty. (Sladek, 2014)

Kromě toho, že generaci Z již od narození významně ovlivnily moderní technologie iPhony, iPady, tablety, laptopy atd. ji výrazně ovlivnilo množství teroristických útoků, které započali 11. Září 2001 útokem na Newyorská Dvojčata. Tyto události vyvolaly neklid mezi východem a západem a ovlivnily tak generaci Z k větší opatrnosti a nezaujatosti. Dále generaci Z ovlivnil v roce 2004 vstup do Evropské unie a tím i snadnější přístup na evropský pracovní trh. (Sladek, 2014)

Generace Z se narodila do světa kde vše reálné, hmotné má svůj virtuální ekvivalent, což příslušníci této generace vnímají na rozdíl od generací předchozích jako jeden celek. Jsou považovány za technologicky nejgramotnější generaci a neumí si svět

bez nejmodernějších technologií představit. (Sladek, 2014) S tím souvisí výjimečnost této generace. Jsou neobvykle kreativní, to, co potřebují vědět, dokážou během velmi krátkého času najít a zbývajícího času využijí ke kreativnímu řešení dané situace. (Sladek, 2014)

## **2. CÍL PRÁCE A VÝZKUMNÉ OTÁZKY**

### **2.1. Cíl práce:**

Cíl 1: Zmapovat nejmarkantnější rozdíly mezi generacemi Y a X, Z z více pohledů, jakým jsou vnímání budoucnosti, vzdělání, média, technologie a internet, ekologie.

### **2.2. Výzkumné otázky:**

Výzkumná otázka 1: Jsou starší generace lepší či horší než dnešní?

Výzkumná otázka 2: Jsou rozdíly mezi jednotlivými generacemi stále větší?

Výzkumná otázka 3: V čem se nejvíce odlišuje generace Y od generace X a Z?

Výzkumná otázka 4: Co způsobuje stále zvyšující se mezigenerační rozdíly?

## **3. METODIKA**

### **3.1. Metodika práce**

Pro svůj výzkum k mé bakalářské práci jsem zvolila kvantitativní metodu získávání dat. Ke sběru dat bylo využito metody dotazníkového šetření, která umožňuje nenáročný získání informací od velkého počtu lidí v krátkém čase.

Vytvořila jsem dotazník, který obsahoval celkem 23 otázek, které mají jednu možnou správnou odpověď. Byl anonymní a otázky byly zaměřeny na budoucnost, vzdělání, média, technologie, internet a ekologii. Jednalo se pouze o otázky s uzavřenými odpověďmi.

V úvodní části dotazníku jsem respondentům představila svou osobu a Zdravotně sociální fakultu JU v Českých Budějovicích. Dále jsem jim podala informace o účelu mého dotazníku a také o tom, že je součástí mé bakalářské práce. Na závěr jsem projevila vděčnost za jejich ochotu k vyplnění dotazníku.

Dotazníky jsem rozdala v tištěné i elektronické podobě. K rozeslání jsem využila existence sociálních sítí jako je například Facebook. Tuto cestu jsem zvolila, protože mnoho lidí v dnešní době žije ve světě internetu a je pro ně pohodlnější dotazník vyplnit touto verzí.

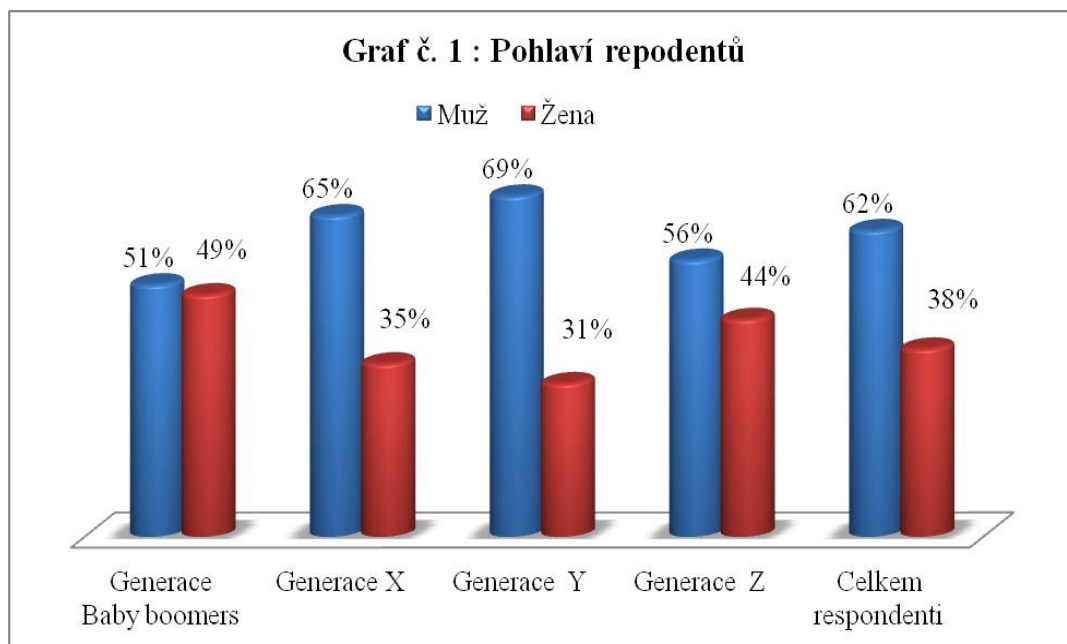
Dotazníky v tištěné formě jsem rozeslala prostřednictvím rodinných příslušníků a přátel, kteří mi pomohli dotazníky distribuovat jak na jejich pracovišti, tak u jejich přátel. Jednalo se o respondenty žijící v Jihočeském kraji. Byly rozdány ve městech České Budějovice, Písek, Strakonice, Prachatice a jejich okolí.

Výsledky jsem poté zpracovala v grafické podobě za pomoci programu Microsoft Office Excel 2007.

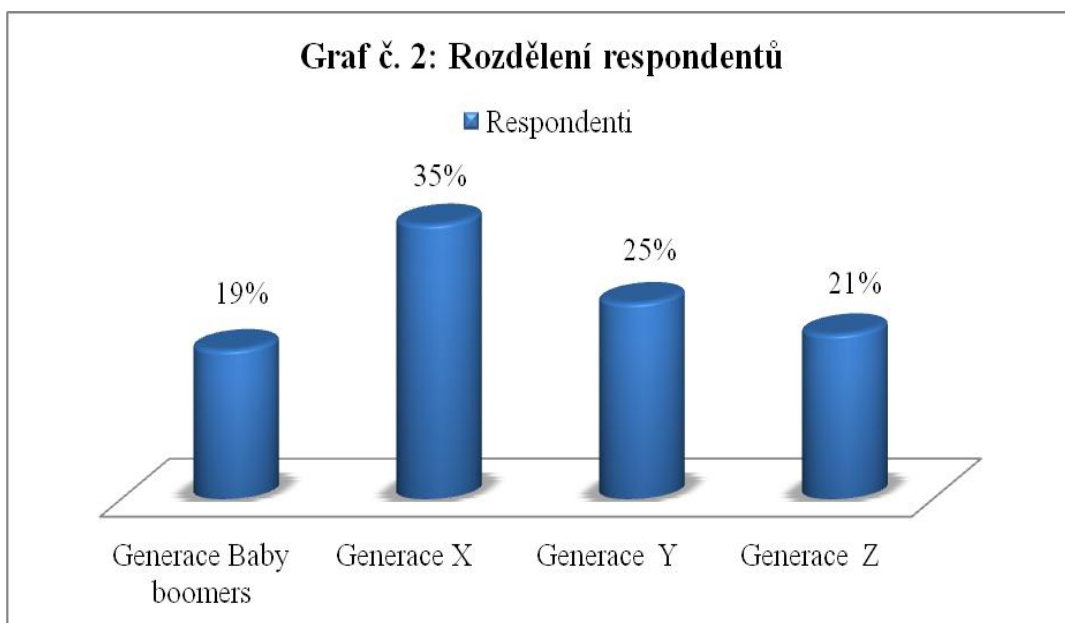
#### **Charakteristika výzkumného souboru**

Rozeslala jsem dohromady 240 dotazníků, z toho se mi 203 vyplněných dotazníků vrátilo. Z tohoto počtu (203) jsem musela bohužel vyřadit 3 dotazníky pro jejich neúplnost. Můj výzkum se tedy skládal z 200 dotazníků, z toho se jednalo 39 respondentů generace Baby boomers, 71 respondentů generace X, 49 respondentů generace Y a 41 respondentů generace Z.

## 4. VÝSLEDKY



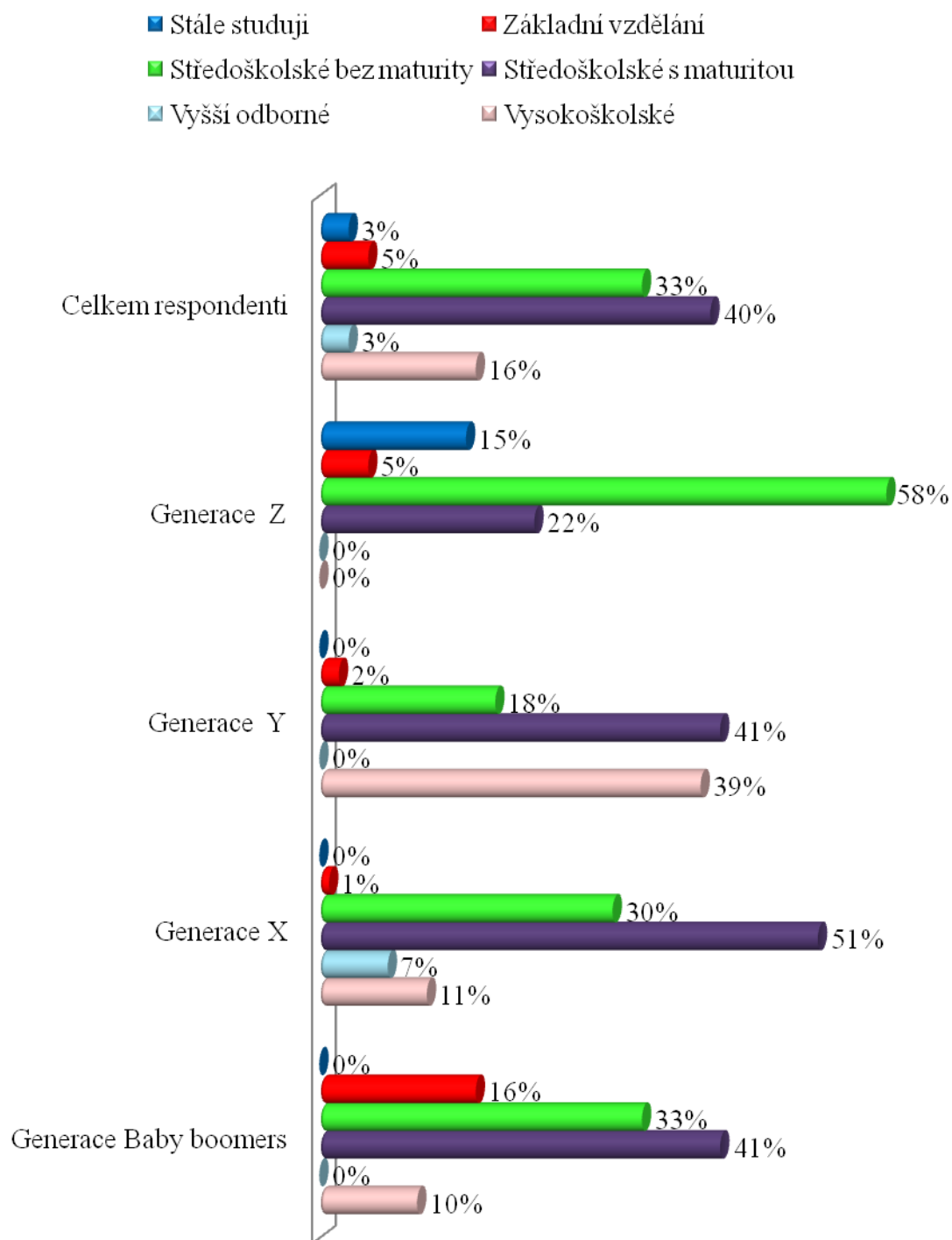
**Graf č. 1** zobrazuje rozdělení pohlaví, jak v celkovém počtu respondentů, tak v jednotlivých generacích. Generace Baby boomers se skládá z 51 % (20) mužů a 49 % (19) žen. Generace X z 65 % (46) mužů a 35 % (25) žen. Generace Y 69 % (34) mužů a 31 % (15) žen. Generace Z 56 % (23) mužů a 44 % (18) žen. Celkem se výzkumu zúčastnilo 62 % (123) mužů a 38 % (77) žen.



**Graf č. 2** znázorňuje procentuální podíl jednotlivých generací. Generace Baby boomers tvoří 19 % (39) respondentů. Generace X 35 % (71) respondentů. Generace Y 25 % (49) respondentů. Generace Z 21 % (41) respondentů.



**Graf č. 3: Nejvyšší dosažené vzdělání respondentů**



**Graf č. 3** znázorňuje procentuální podíl nejvyššího dosaženého vzdělání z celkového zkoumaného souboru a v jednotlivých generacích. Celkem respondenti: Stále studují 3 % (6) respondentů, základní vzdělání 5 % (10) respondentů, středoškolské vzdělání bez maturity 33 % (67) respondentů, středoškolské vzdělání s maturitou 40 % (81), vyšší odborné vzdělání 3 % (5) respondentů, vysokoškolské vzdělání 16 % (31) respondentů.

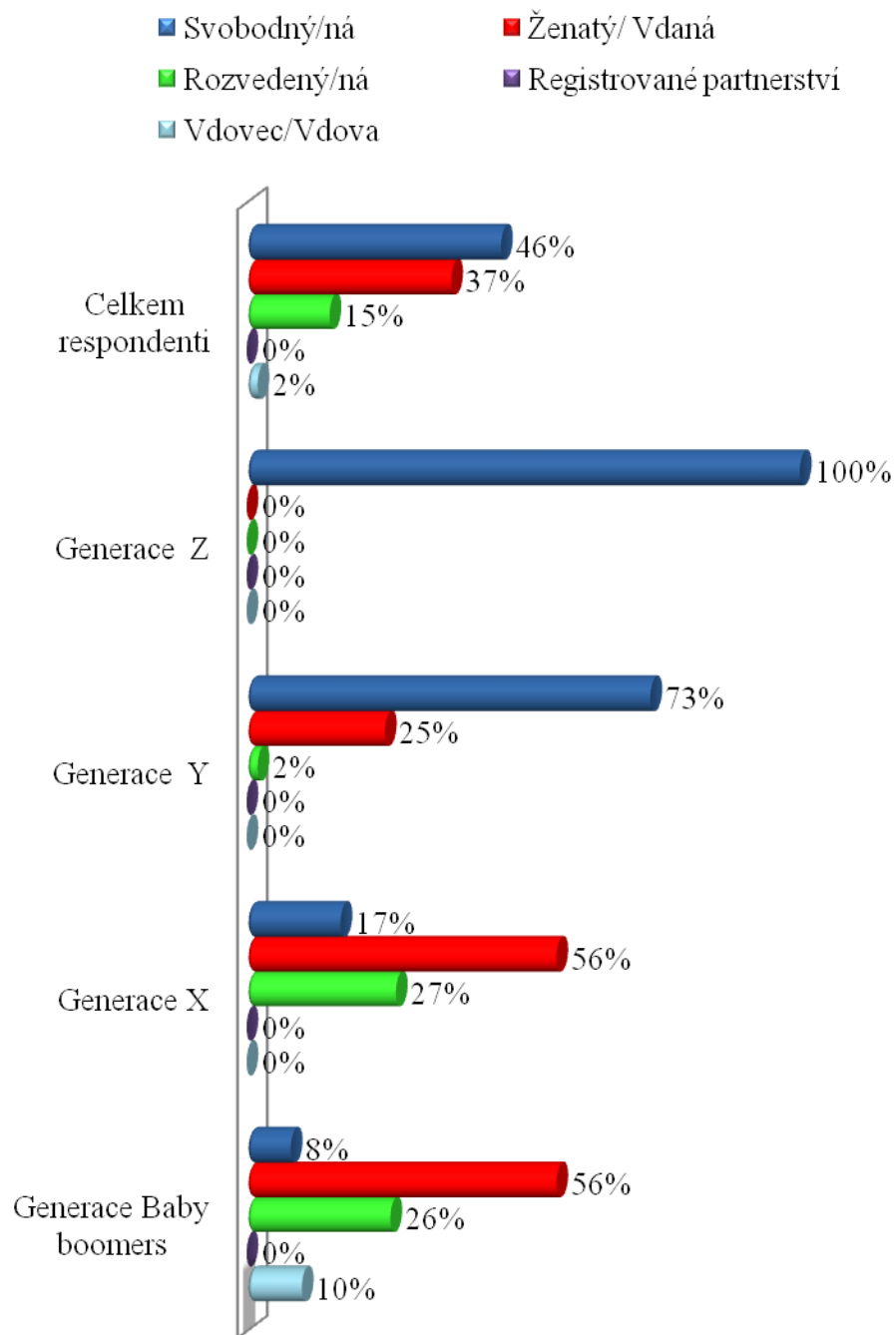
Generace Z: Stále studují 15 % (6) respondentů, základní vzdělání 5 % (2) respondentů, středoškolské vzdělání bez maturity 58 % (24) respondentů, středoškolské vzdělání s maturitou 22 % (9), vyšší odborné vzdělání 0 % (0) respondentů, vysokoškolské vzdělání 0 % (0) respondentů.

Generace Y: Stále studuje 0 % (0) respondentů, základní vzdělání 2 % (1) respondentů, středoškolské vzdělání bez maturity 18 % (9) respondentů, středoškolské vzdělání s maturitou 41 % (20), vyšší odborné vzdělání 0 % (0) respondentů, vysokoškolské vzdělání 39 % (19) respondentů.

Generace X: Stále studuje 0 % (0) respondentů, základní vzdělání 1 % (1) respondentů, středoškolské vzdělání bez maturity 30 % (21) respondentů, středoškolské vzdělání s maturitou 51 % (36), vyšší odborné vzdělání 7 % (5) respondentů, vysokoškolské vzdělání 11 % (8) respondentů.

Generace Baby boomers: Stále studuje 0 % (0) respondentů, základní vzdělání 16 % (6) respondentů, středoškolské vzdělání bez maturity 33 % (13) respondentů, středoškolské vzdělání s maturitou 41 % (16), vyšší odborné vzdělání 0 % (0) respondentů, vysokoškolské vzdělání 10 % (4) respondentů.

**Graf č. 4: Současný rodinný stav respondentů**



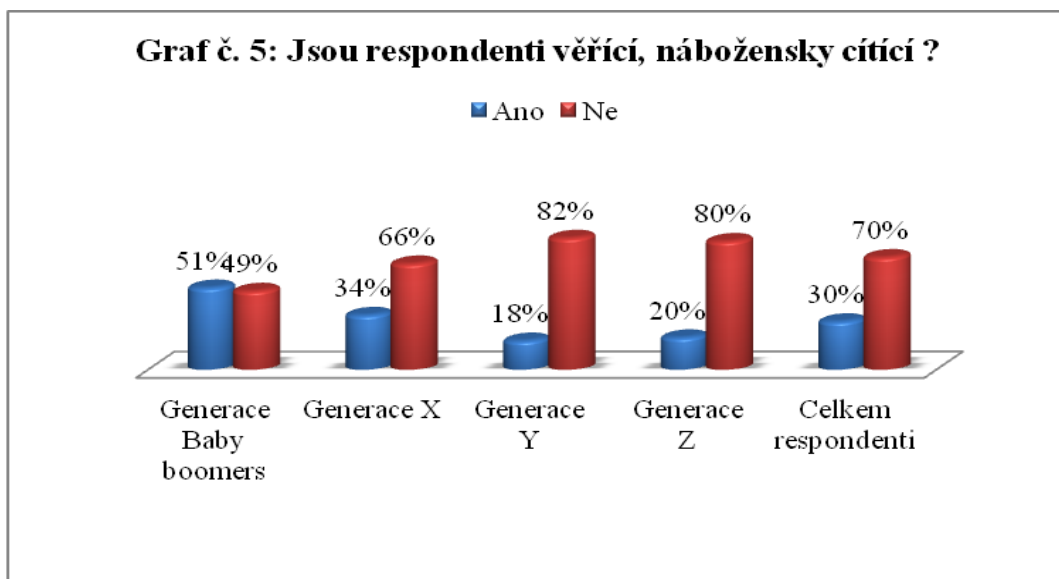
**Graf č. 4** znázorňuje současný rodinný stav respondentů. Z celkového zkoumaného souboru je 46 % (92) svobodných respondentů, 37 % (74) ženatých/ vdaných respondentů, 15 % (30) rozvedených respondentů, 0 % (0) registrovaných partnerů a 2% (4) ovdovělý respondenti.

Generace Z se skládá, ze 100 % (41) svobodných respondentů, 0 % (0) ženatých/ vdaných respondentů, 0 % (0) rozvedených respondentů, 0 % (0) registrovaných partnerů a 0 % (0) ovdovělých respondentů.

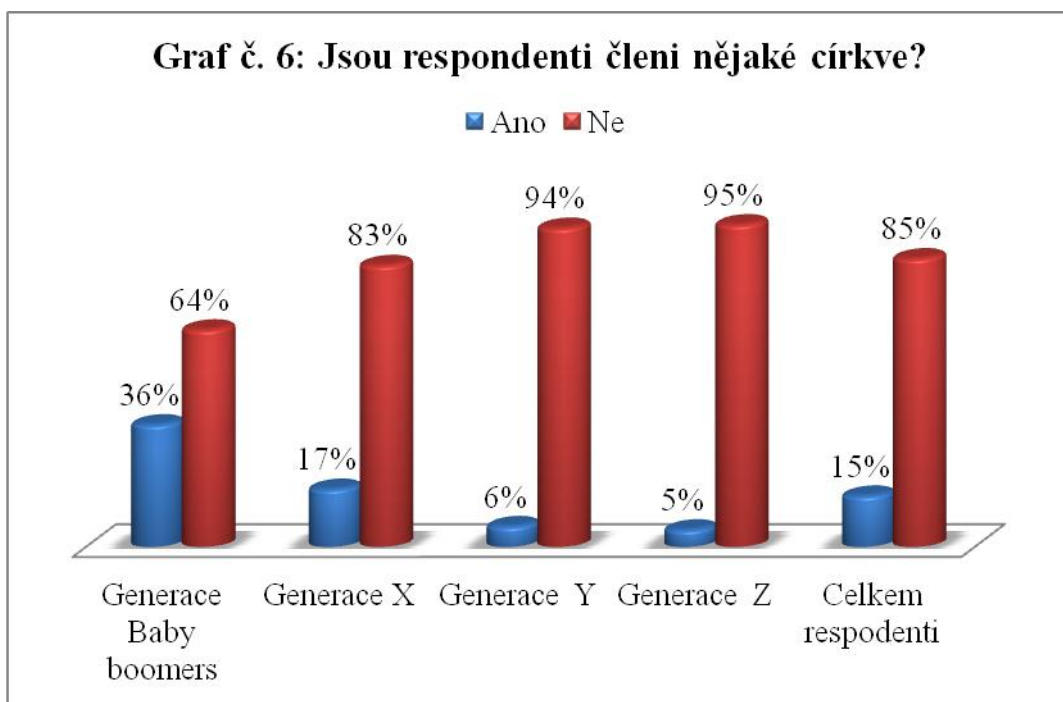
Generace Y se skládá, z 73 % (36) svobodných respondentů, 25 % (12) ženatých/ vdaných respondentů, 2 % (1) rozvedených respondentů, 0 % (0) registrovaných partnerů a 0 % (0) ovdovělých respondentů.

Generace X se skládá, ze 17 % (12) svobodných respondentů, 56 % (40) ženatých/ vdaných respondentů, 27 % (19) rozvedených respondentů, 0 % (0) registrovaných partnerů a 0 % (0) ovdovělých respondentů.

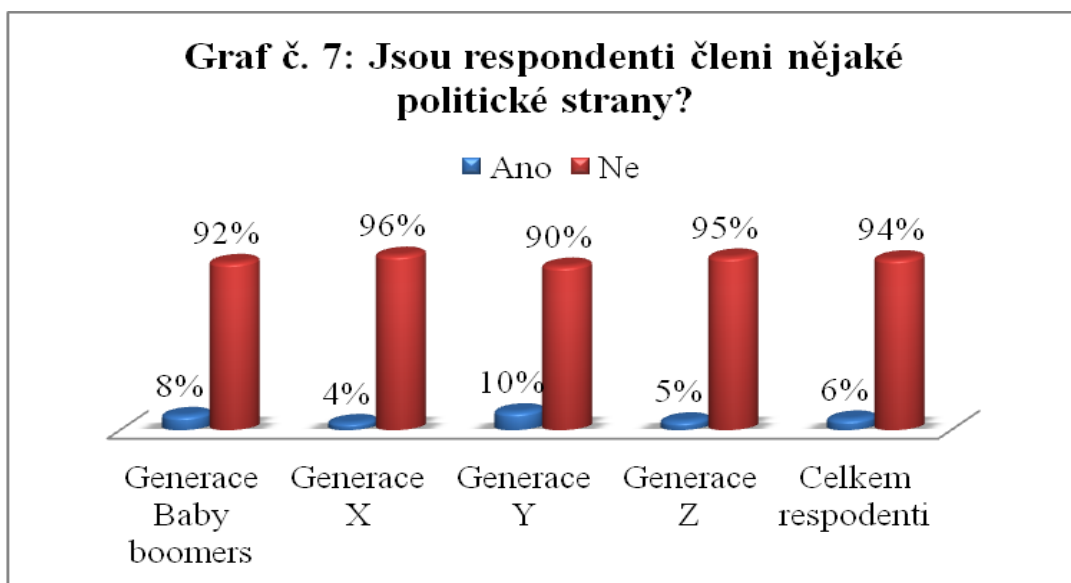
Generace Baby boomers se skládá ze 8 % (3) svobodných respondentů, 56 % (22) ženatých/ vdaných respondentů, 26 % (10) rozvedených respondentů, 0 % (0) registrovaných partnerů a 10 % (4) ovdovělých respondentů.



**Graf č. 5** vypovídá o tom, zda jsou respondenti věřící či nábožensky cítící osoby. Z celkového počtu respondentů je věřících či nábožensky cítících 30 % (61) respondentů 70 % (139) NE. Generace Baby boomers se skládá z 51 % (20) respondentů, kteří odpověděli ANO a 49 % (19) respondentů NE. Generace X se skládá z 34 % (24) respondentů, kteří odpověděli ANO a 66 % (47) respondentů NE. Generace Y se skládá z 18 % (9) respondentů, kteří odpověděli ANO a 82 % (40) respondentů NE. Generace Z se skládá z 20 % (8) respondentů, kteří odpověděli ANO a 80 % (33) respondentů NE.

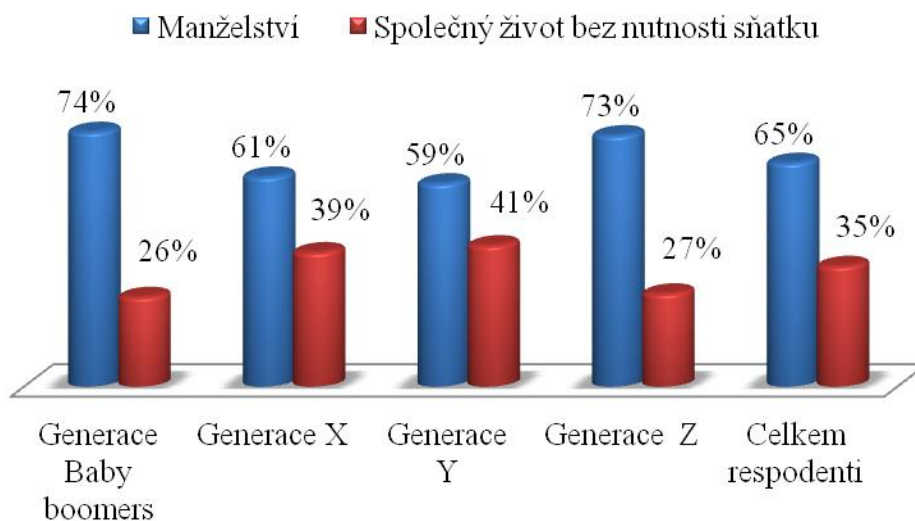


**Graf č. 6** zobrazuje, zda jsou respondenti členi nějaké církve. V generaci Baby boomers je 36 % (14) respondentů členem nějaké církve, a 64 % (25) členem není. V generaci X je 17 % (12) respondentů členem nějaké církve, a 83 % (59) členem není. V generaci Y je 6 % (3) respondentů členem nějaké církve, a 94 % (46) členem není. V generaci Z je 5 % (2) respondentů členem nějaké církve, a 95 % (39) členem není. Z celkového počtu respondentů je členem nějaké církve 15 % (31) respondentů a 85 % (169) členem církve není.



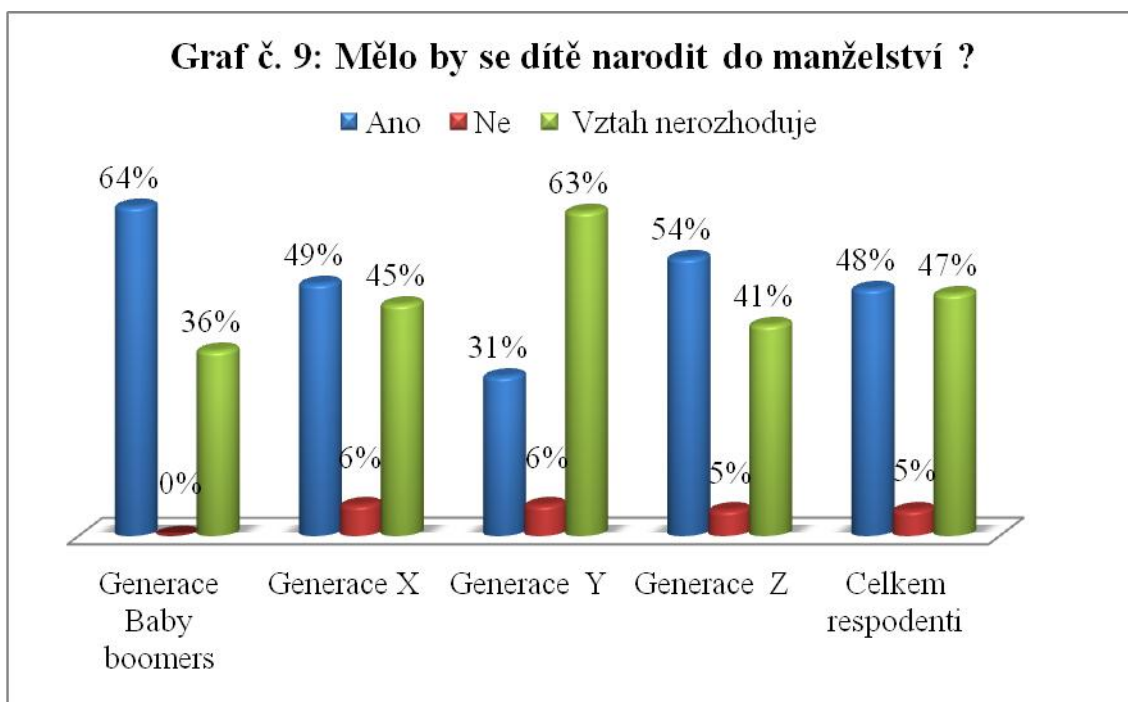
**Graf č. 7** zobrazuje, zda jsou respondenti členi nějaké politické strany. V generaci Baby boomers je 8 % (3) respondentů členem nějaké politické strany, a 92 % (36) členem není. V generaci X jsou 4 % (3) respondentů členem nějaké církve, a 96 % (68) členem není. V generaci Y je 10 % (5) respondentů členem nějaké církve, a 90 % (44) členem není. V generaci Z je 5 % (2) respondentů členem nějaké církve, a 95 % (39) členem není. Z celkového počtu respondentů je členem nějaké politické strany 6 % (13) respondentů a 94 % (187) členem politické strany není.

**Graf č. 8: Jaký partnerský vztah upřednostňují respondenti?**

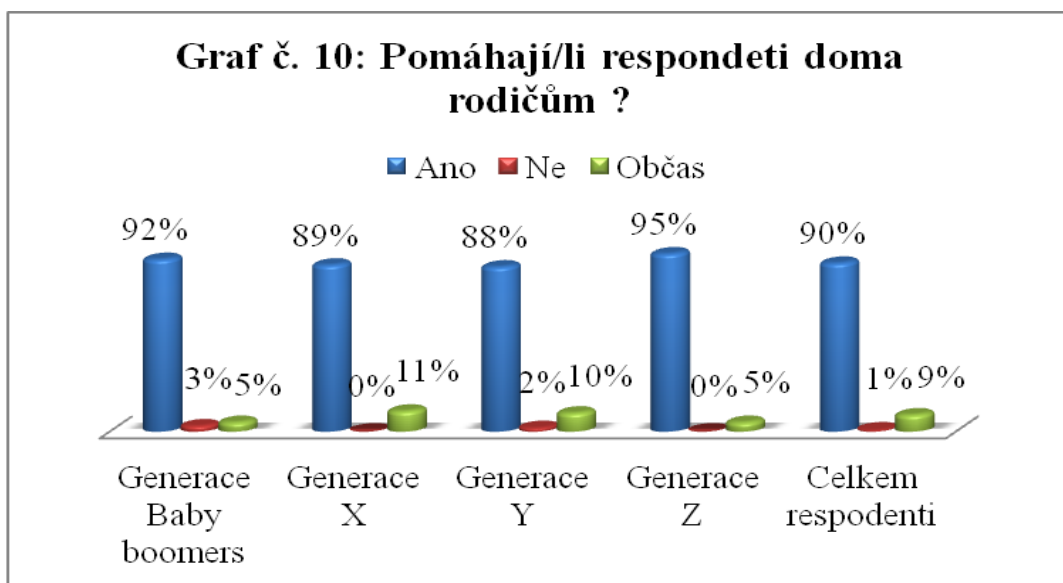


**Graf č. 8** znázorňuje, jaký partnerský vztah respondenti upřednostňují. V generaci Baby boomers: 74 % (29) upřednostňuje manželství a 26 % (10) upřednostňuje společný život bez nutnosti sňatku. V generaci X 61 % (43) upřednostňuje manželství a 39 % (28) upřednostňuje společný život bez nutnosti sňatku. V generaci Y 59 % (29) upřednostňuje manželství a 41 % (20) upřednostňuje společný život bez nutnosti sňatku. V generaci Z 73 % (30) upřednostňuje manželství a 27 % (11) upřednostňuje společný život bez nutnosti sňatku. Z celkového počtu respondentů 65 % (131) upřednostňuje manželství a 35 % (69) upřednostňuje společný život bez nutnosti sňatku.

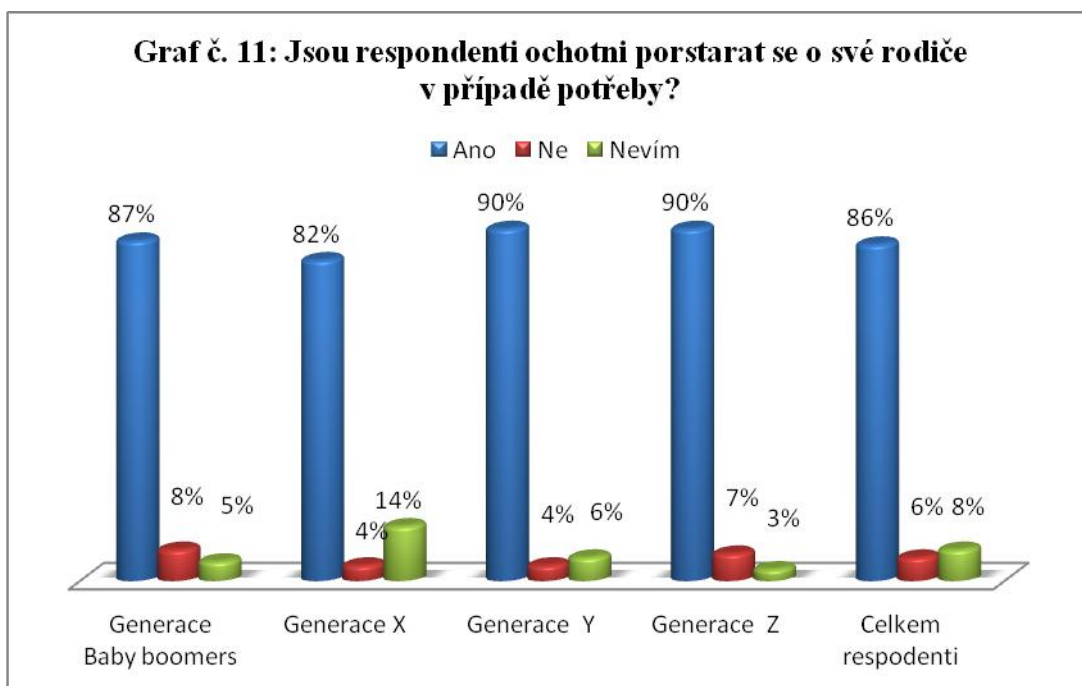




**Graf č. 9** znázorňuje odpovědi respondentů, zda by se mělo dítě narodit do manželství. V generaci Baby boomers si 64 % (25) respondentů myslí, že by se mělo dítě narodit do manželství, 0 % (0) ne a 36 % (14) si myslí, že vztah nerozhoduje. V generaci X si 49 % (35) respondentů myslí, že by se mělo dítě narodit do manželství, 6 % (4) ne a 45 % (32) si myslí, že vztah nerozhoduje. V generaci Y si 31 % (15) respondentů myslí, že by se mělo dítě narodit do manželství, 6 % (3) ne a 63 % (31) si myslí, že vztah nerozhoduje. V generaci Z si 54 % (22) respondentů myslí, že by se mělo dítě narodit do manželství, 5 % (2) ne a 41 % (17) si myslí, že vztah nerozhoduje. Z celkového počtu respondentů si 48 % (97) respondentů myslí, že by se mělo dítě narodit do manželství, 5 % (9) ne a 47 % (94) si myslí, že vztah nerozhoduje.



**Graf č. 10** Pomáhají/li respondeti doma rodičům?. V generaci Baby boomers pomáhá rodičům 92 % (36) respondentů, nepomáhají 3 % (1) respondentů a občas pomáhá 5 % (2) respondentů. V generaci X pomáhá rodičům 89 % (63) respondentů, nepomáhá 0 % (0) respondentů a občas pomáhá 11 % (8) respondentů. V generaci Y pomáhá rodičům 88 % (43) respondentů, nepomáhají 2 % (1) respondentů a občas pomáhá 10 % (5) respondentů. V generaci Z pomáhá rodičům 95 % (39) respondentů, nepomáhá 0 % (0) respondentů a občas pomáhá 5 % (2) respondentů. Z celkového počtu respondentů pomáhá rodičům 90 % (181) respondentů, nepomáhá 1 % (2) respondentů a občas pomáhá 9 % (17) respondentů.



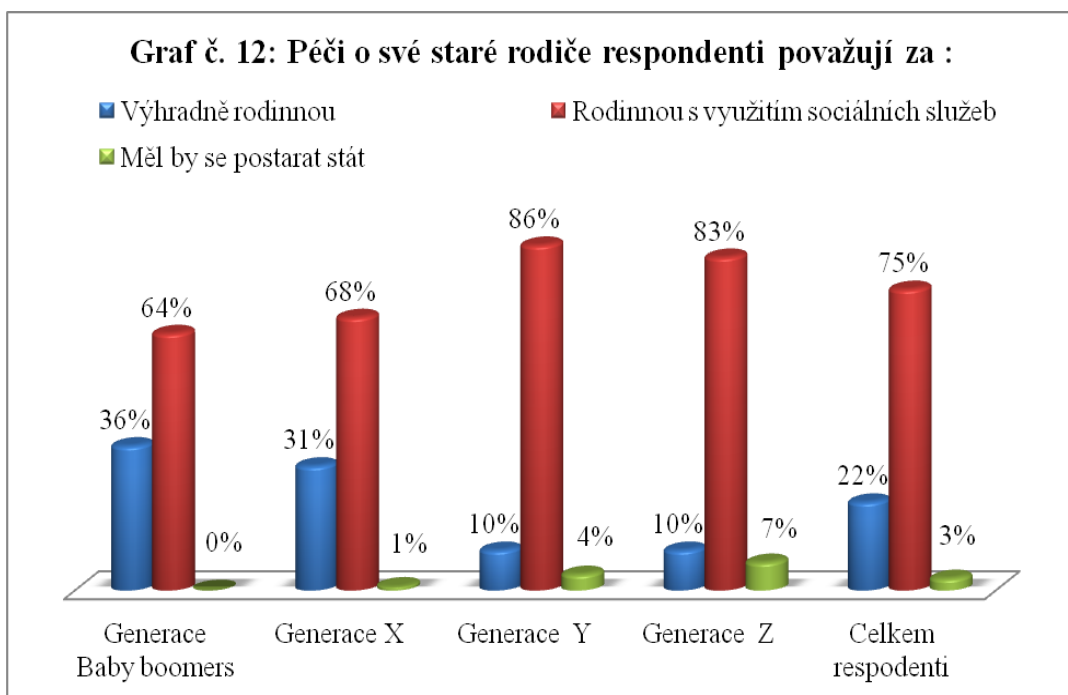
**Graf č. 11** znázorňuje, zda jsou respondenti ochotni postarat se o své rodiče v případě potřeby. V generaci Baby boomers je ochotno postarat se o své rodiče 87 % (34) respondentů, není ochotno se postarat 8 % (3) respondentů a 5 % (2) respondentů neví, zda jsou ochotni se postarat.

V generaci X je ochotno postarat se o své rodiče 82 % (58) respondentů, není ochotno se postarat 4 % (3) respondentů a 14 % (10) respondentů neví, zda jsou ochotni se postarat.

V generaci Y je ochotno postarat se o své rodiče 90 % (44) respondentů, není ochotno se postarat 4 % (2) respondentů a 6 % (3) respondentů neví, zda jsou ochotni se postarat.

V generaci Z je ochotno postarat se o své rodiče 90 % (37) respondentů, není ochotno se postarat 7 % (3) respondentů a 3 % (1) respondentů neví, zda jsou ochotni se postarat.

Z celkového počtu respondentů pomáhá rodičům 86 % (173) respondentů, nepomáhá 6 % (11) respondentů a občas pomáhá 8 % (16) respondentů.



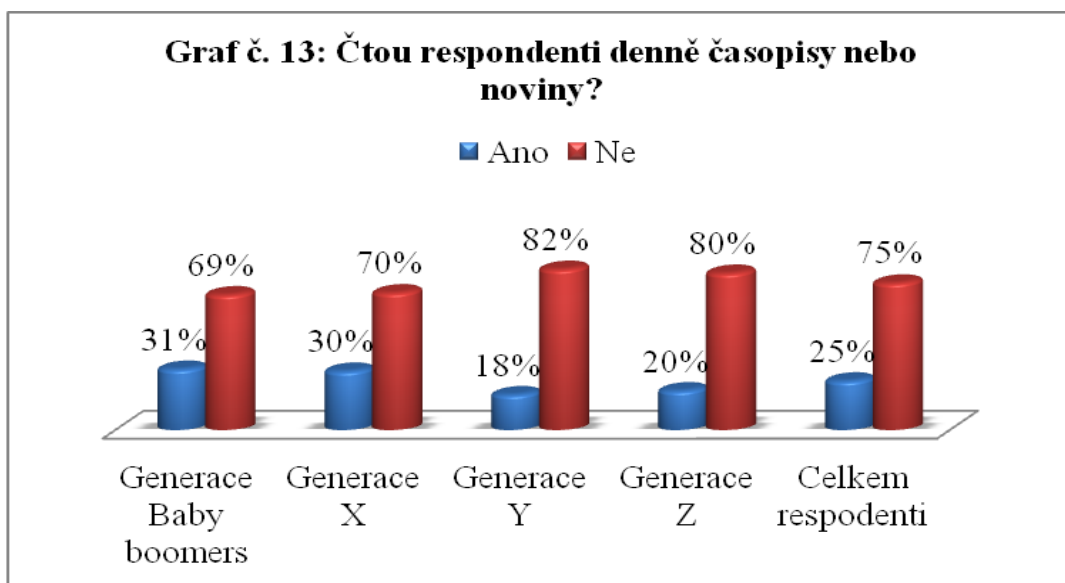
**Graf č. 12** znázorňuje, jak respondenti chápou péči o své staré rodiče. 36 % (14) respondentů z generace Baby boomers považuje péči o své staré rodiče za výhradně rodinnou, 64 % (25) respondentů považuje péči za rodinou s využitím sociálních služeb a 0 % (0) si myslí, že by se měl postarat stát.

V generaci X: 31 % (22) respondentů považuje péči o své staré rodiče za výhradně rodinnou, 68 % (48) respondentů považuje péči za rodinou s využitím sociálních služeb a 1 % (1) si myslí, že by se měl postarat stát.

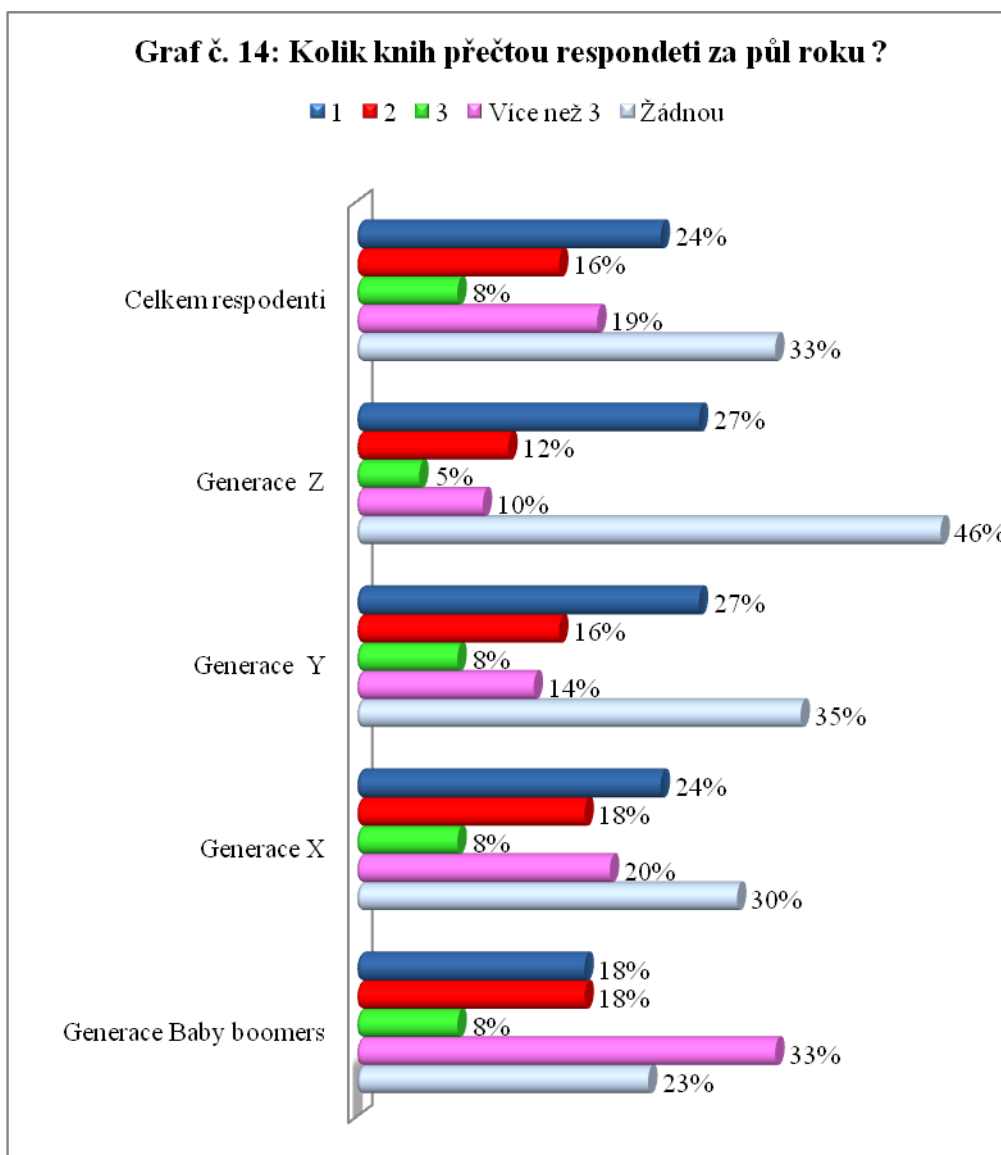
V generaci Y: 10 % (5) respondentů považuje péči o své staré rodiče za výhradně rodinnou, 86 % (42) respondentů považuje péči za rodinou s využitím sociálních služeb a 4 % (2) si myslí, že by se měl postarat stát.

V generaci Z: 10 % (4) respondentů považuje péči o své staré rodiče za výhradně rodinnou, 83 % (3) respondentů považuje péči za rodinou s využitím sociálních služeb a 7 % (3) si myslí, že by se měl postarat stát.

Z celkového souboru považuje 22 % (45) respondentů péči o své staré rodiče za výhradně rodinnou, 75 % (149) respondentů považuje péči za rodinou s využitím sociálních služeb a 3 % (6) si myslí, že by se měl postarat stát.



**Graf č. 13** zobrazuje, zda čtou respondenti denně časopisy nebo noviny. V generaci Baby boomers 31 % (12) respondentů odpovědělo ANO a 69 % (27) respondentů odpovědělo NE. V generaci X 30 % (21) respondentů odpovědělo ANO a 70 % (27) respondentů odpovědělo NE. V generaci Y 18 % (9) respondentů odpovědělo ANO a 82 % (40) respondentů odpovědělo NE. V generaci Z 20 % (8) respondentů odpovědělo ANO a 80 % (33) respondentů odpovědělo NE. Z celkového počtu respondentů 25% (10) respondentů odpovědělo ANO a 75 % (150) respondentů odpovědělo NE.



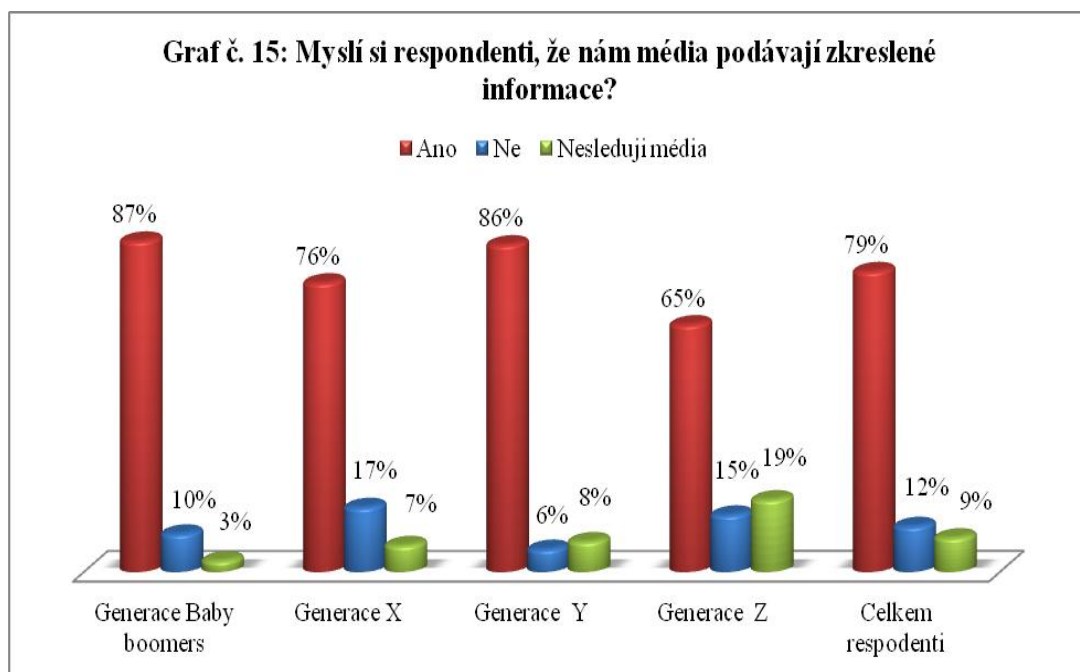
**Graf č. 14** znázorňuje, kolik knih přečtou respondenti za půl roku. Z celkového zkoumaného souboru 24 % (48) respondentů přečte jednu knihu, 16 % (33) respondentů přečte dvě knihy, 8 % (15) respondentů přečte tři knihy, 19 % (38) respondentů přečte více než 3 knihy a 33 % (66) respondentů nepřečte žádnou.

Generace Z: 27 % (11) respondentů přečte jednu knihu, 12 % (5) respondentů přečte dvě knihy, 5 % (2) respondentů přečte tři knihy, 10 % (4) respondentů přečte více než 3 knihy a 46 % (19) respondentů nepřečte žádnou.

Generace Y: 27 % (13) respondentů přečte jednu knihu, 16 % (8) respondentů přečte dvě knihy, 8 % (4) respondentů přečte tři knihy, 14 % (7) respondentů přečte více než 3 knihy a 35 % (17) respondentů nepřečte žádnou.

Generace X: 24 % (17) respondentů přečte jednu knihu, 18 % (13) respondentů přečte dvě knihy, 8 % (6) respondentů přečte tři knihy, 20 % (14) respondentů přečte více než 3 knihy a 30 % (21) respondentů nepřečte žádnou.

Generace Baby boomers: 18 % (7) respondentů přečte jednu knihu, 18 % (7) respondentů přečte dvě knihy, 8 % (3) respondentů přečte tři knihy, 33 % (13) respondentů přečte více než 3 knihy a 23 % (9) respondentů nepřečte žádnou.



**Graf č. 15** vypovídá o tom, zda si respondenti myslí, že nám media podávají zkreslené informace.

V generaci Baby boomers si myslí 87 % (34) respondentů, že nám media podávají zkreslené informace, 10 % (4) respondentů, že nepodávají zkreslené informace a 3 % (1) respondentů nesleduje media.

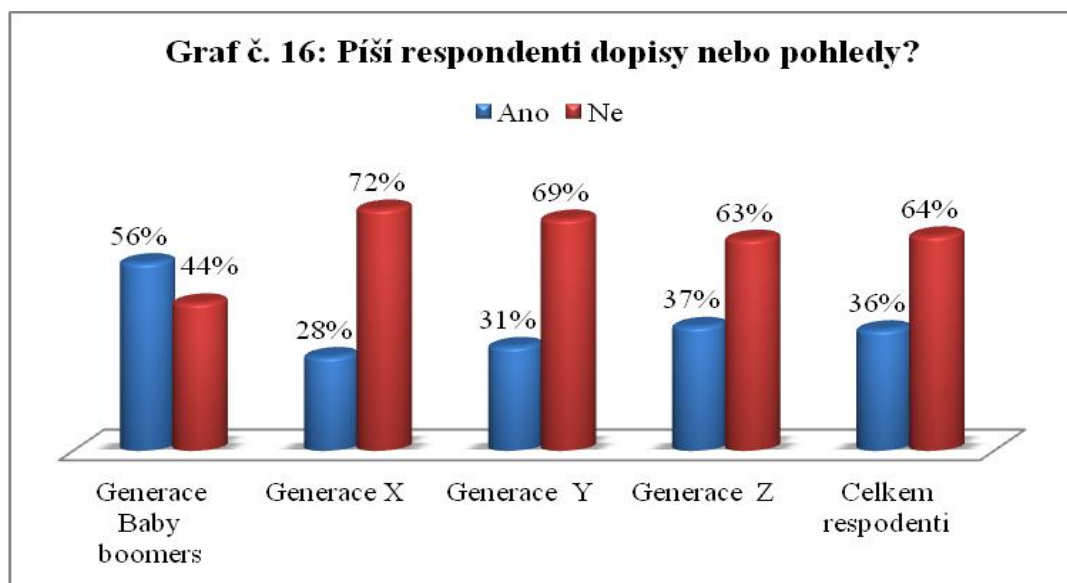
V generaci X si myslí 76 % (54) respondentů, že nám media podávají zkreslené informace, 17 % (12) respondentů, že nepodávají zkreslené informace a 7 % (5) respondentů nesleduje media.

V generaci Y si myslí 86 % (42) respondentů, že nám media podávají zkreslené informace, 6 % (3) respondentů, že nepodávají zkreslené informace a 8 % (4) respondentů nesleduje media.

V generaci Z si myslí 65 % (27) respondentů, že nám media podávají zkreslené informace, 15 % (6) respondentů, že nepodávají zkreslené informace a 19 % (8) respondentů nesledují media.

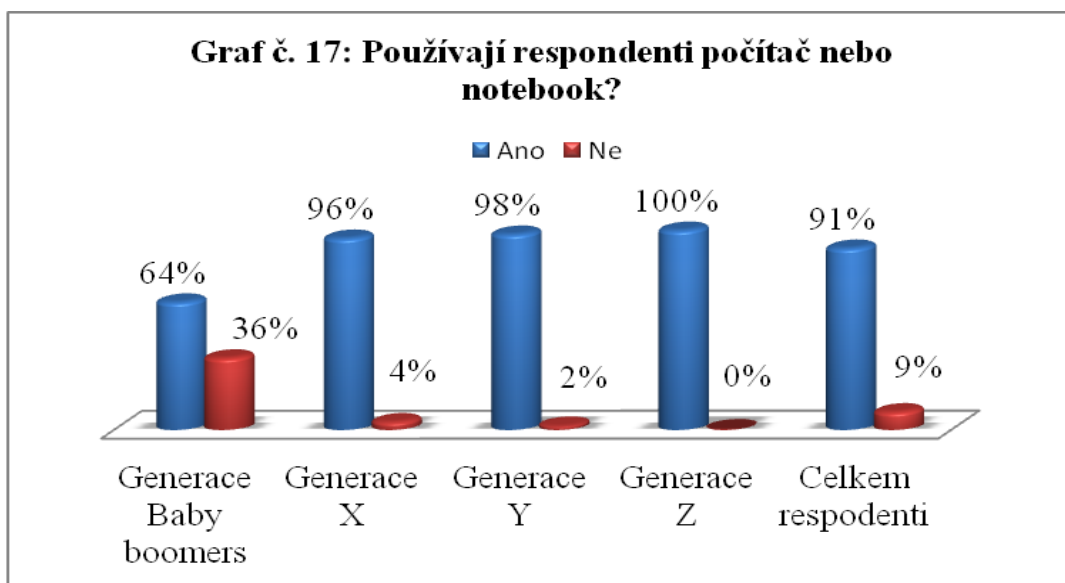
Z celkového zkoumaného souboru si myslí 79 % (157) respondentů, že nám media podávají zkreslené informace, 12 % (25) respondentů, že nepodávají zkreslené informace a 9 % (18) respondentů nesledují media.





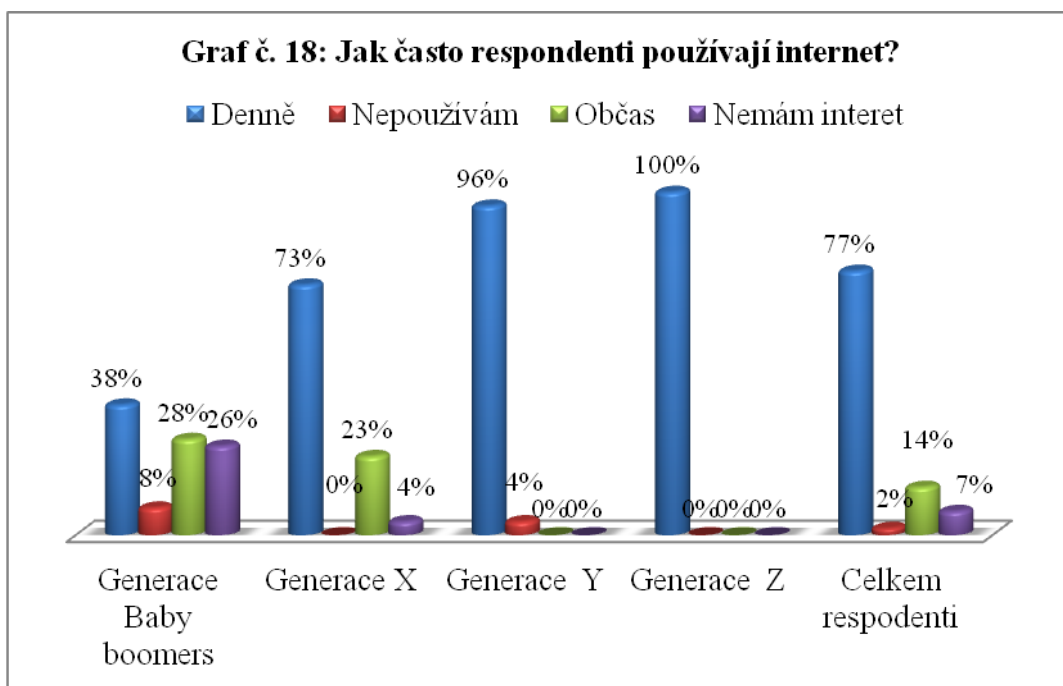
**Graf č. 16** vypovídá o tom, zda respondenti píší dopisy nebo pohledy.

V generaci Baby boomers píše dopisy nebo pohledy 56 % (22), nepíše 44 % (17) respondentů. V generaci X píše dopisy nebo pohledy 28 % (20), nepíše 72 % (51) respondentů. V generaci Y píše dopisy nebo pohledy 31 % (15), nepíše 69 % (34) respondentů. V generaci Z píše dopisy nebo pohledy 37 % (15), nepíše 63 % (26) respondentů. Z celkového zkoumaného souboru píše dopisy nebo pohledy 36 % (72), nepíše 64 % (128) respondentů.



**Graf č. 17** vypovídá o tom, zda respondenti používají notebook nebo počítač.

V generaci Baby boomers používá notebook nebo počítač 64 % (25) respondentů, nepoužívá 36 % (14) respondentů. V generaci X používá notebook nebo počítač 96 % (68) respondentů, nepoužívá 4 % (3) respondentů. V generaci Y používá notebook nebo počítač 98 % (48) respondentů, nepoužívá 2 % (1) respondentů. V generaci Z používá notebook nebo počítač 100 % (41) respondentů, nepoužívá 0 % (0) respondentů. Z celkového zkoumaného souboru používá notebook nebo počítač 91 % (182), nepoužívá 9 % (18) respondentů.



**Graf č. 18** zobrazuje odpovědi respondentů, jak často používají internet.

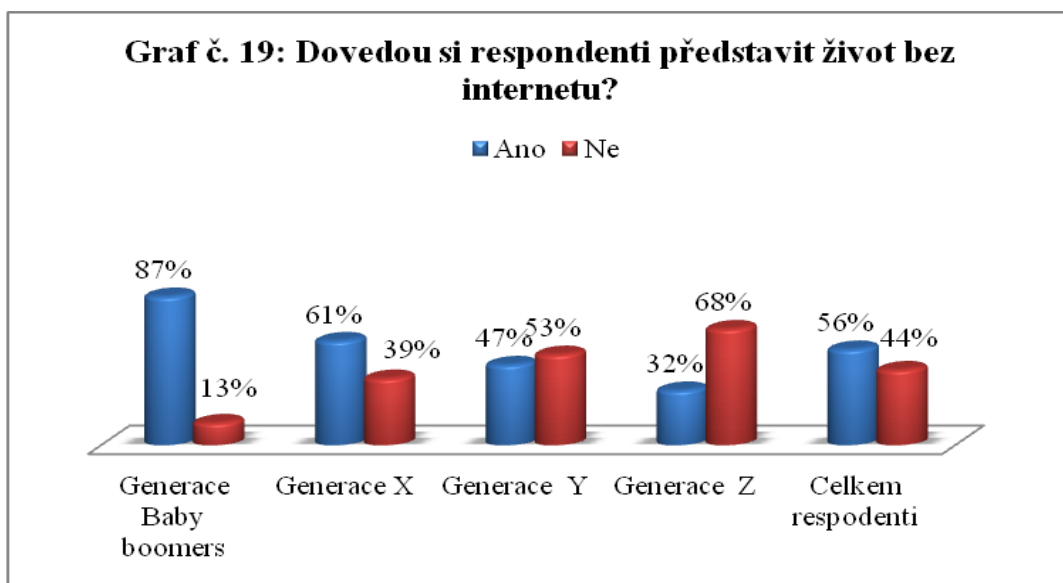
V generaci Baby boomers používá internet 38 % (15) respondentů denně, 8 % (3) respondentů nepoužívá internet, 28 % (11) respondentů používá internet občas a 26 % (10) respondentů internet nemají.

V generaci X používá internet 73 % (52) respondentů denně, 0 % (0) respondentů nepoužívá internet, 23 % (16) respondentů používá internet občas a 4 % (3) respondentů internet nemají.

V generaci Y používá internet 96 % (47) respondentů denně, 4 % (0) respondentů nepoužívá internet, 0 % (0) respondentů používá internet občas a 0 % (0) respondentů internet nemají.

V generaci Z používá internet 100 % (0) respondentů denně, 0 % (0) respondentů nepoužívá internet, 0 % (0) respondentů používá internet občas a 0 % (0) respondentů internet nemají.

Z celkového zkoumaného souboru používá internet 77 % (155) respondentů denně, 2 % (5) respondentů nepoužívá internet, 14 % (27) respondentů používá internet občas a 7 % (13) respondentů internet nemají.



**Graf č. 19** vypovídá o tom, zda si respondenti dovedou představit život bez internetu.

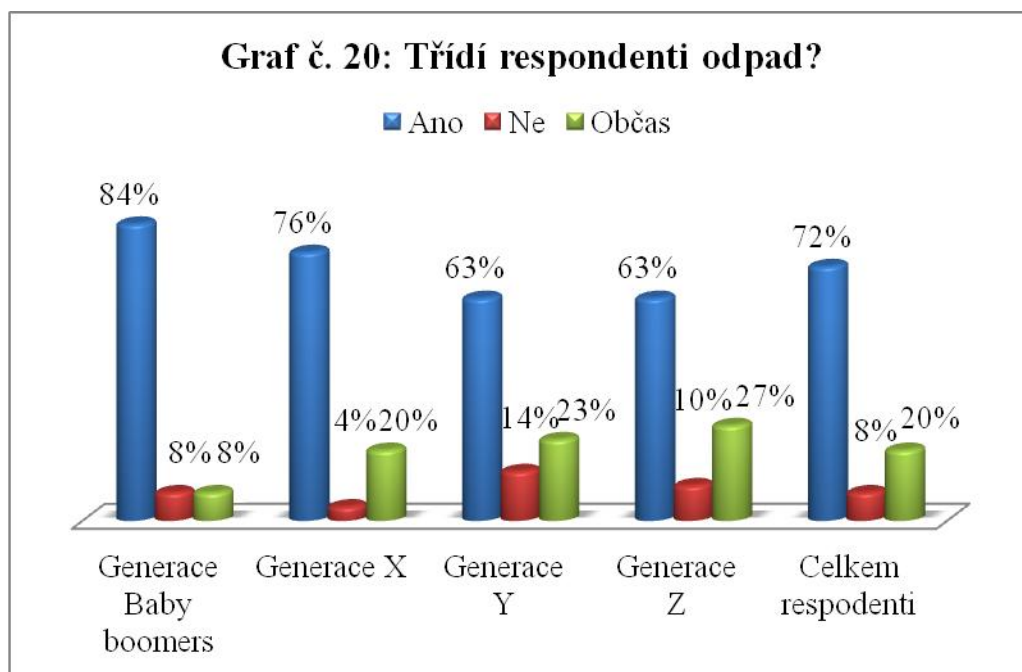
87 % (34) respondentů z generace Baby boomers si dovede představit život bez internetu, 13 % (5) respondentů si život bez internetu představit nedovede.

61 % (43) respondentů z generace X si dovede představit život bez internetu, 39 % (28) respondentů si život bez internetu představit nedovede.

47 % (23) respondentů z generace Y si dovede představit život bez internetu, 53 % (26) respondentů si život bez internetu představit nedovede.

32 % (13) respondentů z generace Z si dovede představit život bez internetu, 68 % (28) respondentů si život bez internetu představit nedovede.

Z celkového zkoumaného souboru 56 % (113) respondentů si dovede představit život bez internetu, 44 % (87) respondentů si život bez internetu představit nedovede.



**Graf č. 20** zobrazuje, zda respondenti třídí odpad.

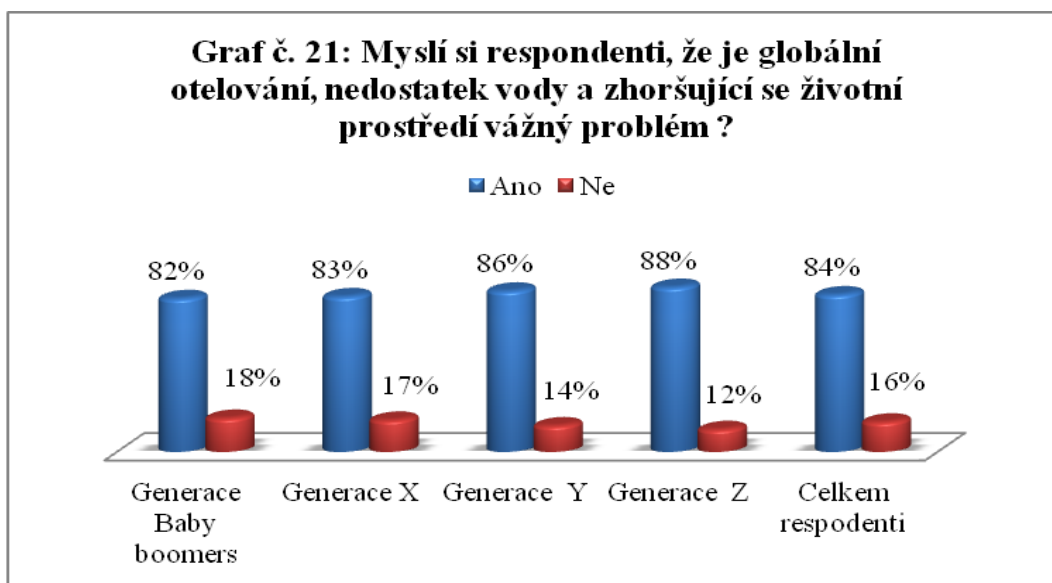
V generaci Baby boomers třídí odpad 84 % (33) respondentů, netřídí odpad 8 % (3) respondentů a občas třídí 8 % (3) respondentů.

V generaci X třídí odpad 76 % (54) respondentů, netřídí odpad 4 % (3) respondentů a občas třídí 20 % (14) respondentů.

V generaci Y třídí odpad 63 % (31) respondentů, netřídí odpad 14 % (7) respondentů a občas třídí 23 % (11) respondentů.

V generaci Z třídí odpad 63 % (26) respondentů, netřídí odpad 10 % (4) respondentů a občas třídí 27 % (11) respondentů.

Z celkového zkoumaného souboru třídí odpad celkem 72 % (144) respondentů, netřídí odpad celkem 8 % (17) respondentů a občas třídí odpad 20 % (39) respondentů.



**Graf č. 21** vypovídá o tom, zda si respondenti myslí, že je globální oteplování, nedostatek vody a zhoršující se životní prostředí vážný problém.

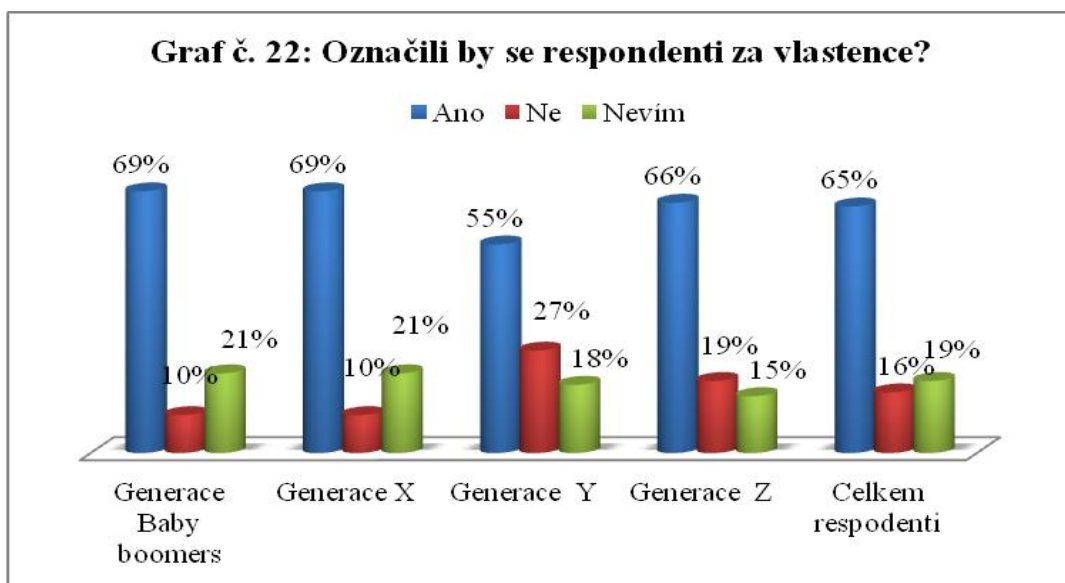
82 % (32) respondentů z generace Baby boomers si myslí, že je globální oteplování, nedostatek vody a zhoršující se životní prostředí vážný problém, 18 % (7) respondentů odpovědělo NE.

83 % (59) respondentů z generace X si myslí, že je globální oteplování, nedostatek vody a zhoršující se životní prostředí vážný problém, 17 % (12) respondentů odpovědělo NE.

86 % (42) respondentů z generace Y si myslí, že je globální oteplování, nedostatek vody a zhoršující se životní prostředí vážný problém, 14 % (7) respondentů odpovědělo NE.

88 % (36) respondentů z generace Z si myslí, že je globální oteplování, nedostatek vody a zhoršující se životní prostředí vážný problém, 12 % (5) respondentů odpovědělo NE.

Z celkového zkoumaného souboru si 84 % (169) respondentů myslí, že je globální oteplování, nedostatek vody a zhoršující se životní prostředí vážný problém, 16 % (31) respondentů odpovědělo NE.



**Graf č. 22** znázorňuje odpovědi respondentů na otázku, zda by se označili za vlastence.

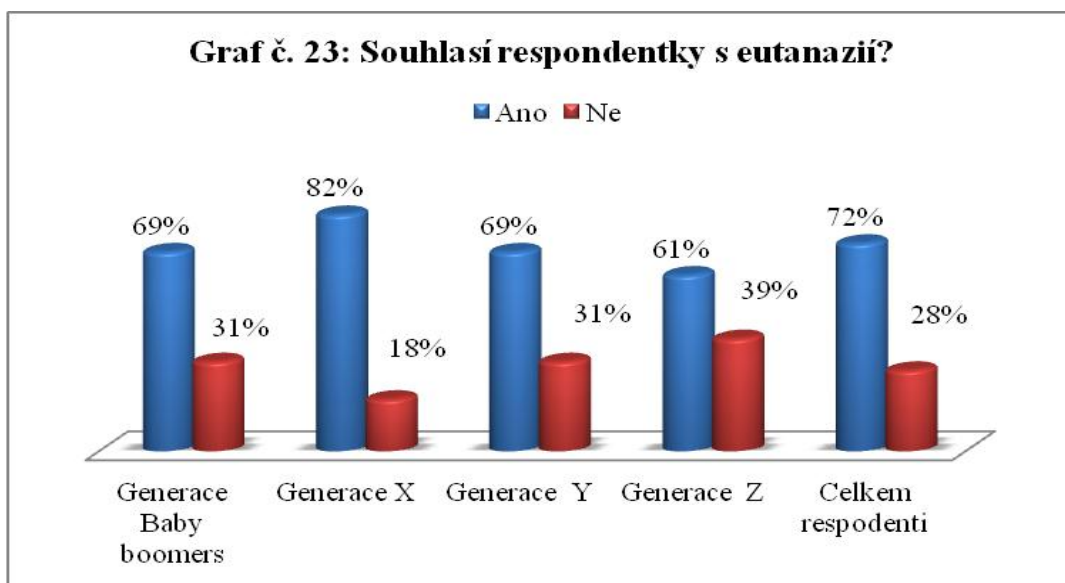
V generaci Baby boomers by se za vlastence označilo 69 % (27) respondentů, neoznačilo 10 % (4) a neví 21 % (8) respondentů.

V generaci X by se za vlastence označilo 69 % (49) respondentů, neoznačilo 10 % (7) a neví 21 % (15) respondentů.

V generaci Y by se za vlastence označilo 55 % (27) respondentů, neoznačilo 27 % (13) a neví 18 % (9) respondentů.

V generaci Z by se za vlastence označilo 66 % (27) respondentů, neoznačilo 19 % (8) a neví 15 % (6) respondentů.

Z celkového zkoumaného souboru by se 65 % (130) respondentů označilo za vlastence, 16 % (32) respondentů by se za vlastence neoznačilo a 19 % (38) respondentů neví.



**Graf č. 23** znázorňuje, zda respondenti souhlasí se zavedením eutanazie.

69 % (27) respondentů z generace Baby boomers souhlasí s eutanazií, 31 % (12) respondentů s eutanazií nesouhlasí.

82 % (58) respondentů z generace X souhlasí s eutanazií, 18 % (13) respondentů s eutanazií nesouhlasí.

69 % (34) respondentů z generace Y souhlasí s eutanazií, 31 % (31) respondentů s eutanazií nesouhlasí.

61 % (25) respondentů z generace Z souhlasí s eutanazií, 39 % (18) respondentů s eutanazií nesouhlasí.

Z celkového zkoumaného souboru souhlasí s eutanazií 72 % (144) respondentů, 28 % (56) respondentů s eutanazií nesouhlasí



## 5. DISKUSE

V praktické části bakalářské práce se pokouším zmapovat nejmarkantnější rozdíly mezi generacemi Baby boomers, X, Y a Z z více pohledů, jakým jsou vnímání budoucnosti, vzdělání, média, technologie, internet, ekologie a odpovědět na čtyři výzkumné otázky. Jsou starší generace lepší či horší než dnešní? Jsou rozdíly mezi jednotlivými generacemi stále větší? V čem se nejvíce odlišuje generace Y od generace X a Z? Co způsobuje stále zvyšující se mezigenerační rozdíly?

Dotazníkového šetření se účastnilo 200 respondentů spadající do čtyř generací. **Graf č. 1** znázorňuje výzkumný vzorek tvořený 62 % mužů a 38 % žen. Vyhodnocení dat na základě pohlaví respondentů nebylo předmětem šetření, slouží tedy jako ilustrace toho, jak vypadal výzkumný vzorek.

Procentuální podíl jednotlivých generací byl tvořen takto: Baby boomers 19 % (39), Generace X 35 %, Generace Y 25 %, Generace Z 21 % respondentů (**graf č. 2**).

Mezi respondenty převažovali lidé se středoškolským vzděláním s maturitou. Jednalo se celkem o 40 %. Středoškolské vzdělání bez maturity 33 %, vysokoškolské vzdělání 16 % respondentů, základní vzdělání 5 % respondentů, stále studují 3 % respondentů, vyšší odborné vzdělání 3 % respondentů.

U generace Z vypadalo uspořádání nejvyššího dosaženého vzdělání takto: středoškolské vzdělání bez maturity 58 % respondentů, středoškolské vzdělání s maturitou 22 %, Stále studuje 15 % respondentů, základní vzdělání 5 % respondentů. Vzhledem k věku některých jedinců co spadali do této kategorie, není toto vzdělání konečné.

Uspořádání u Generace Y bylo následující. Středoškolské vzdělání s maturitou 41 %, vysokoškolské vzdělání 39 % respondentů, středoškolské vzdělání bez maturity 18 % respondentů, základní vzdělání 2 % respondentů. Dle Rezlerové (2009) Generace Y klade důraz na zaměření ve vzdělávání, v práci (možnost získávání zkušeností), osobním životě, investicích apod. V české republice bere za vděk neodpovídajícími pozicemi v jejich kvalifikaci. Podle statistického úřadu čtyři až pět let po ukončení studia pracuje mimo vystudovaný obor každý čtvrtý vysokoškolák. A to jen proto, že ve

svém oboru nemohou najít uplatnění nebo nemají požadovanou praxi. (Horváthová a kol., 2016)

U Generace X vypadá pořadí nejvyššího vzdělání takto: středoškolské vzdělání s maturitou 51 %, středoškolské vzdělání bez maturity 30 % respondentů, vysokoškolské vzdělání 11 % respondentů, vyšší odborné vzdělání 7 % respondentů, základní vzdělání 1 %.

Uspořádání Generace Baby boomers je následující: středoškolské vzdělání s maturitou 41 %, středoškolské vzdělání bez maturity 33 % respondentů, základní vzdělání 16 % respondentů, vysokoškolské vzdělání 10 % respondentů. (**graf č. 3**) Většina z nich má nižší vzdělání ukončené výučním listem nebo maturitou, jsou více konzervativní a moderní technologie nepovažují za důležité. (Johnson a Johnson, 2010)

Rozdíl mezi generacemi ve vzdělání se nejvíce projevil vzdělání u generace Y. Z výsledků můžeme konstatovat, že se generace Y přibližuje evropské strategii nazvané „*Strategie Evropa 2020*“. Která si klade dosažení cílů: *Zlepšení úrovně vzdělání, zejména snahou snížit míru předčasného ukončování školní docházky pod 10 % a zvýšit podíl osob ve věku 30-34 let s dokončeným terciárním nebo srovnatelným vzděláním na nejméně 40 %*; Tato generace dosahovala předčasného ukončení studia ve 2 % a dosaženého vysokoškolského vzdělání v 39 %. (BARROSO, 2010, s. 5)

Většina respondentů v daných generacích dosáhla na prvním místě středoškolského vzdělání s maturitou. Pouze u generace Z bylo na prvním místě středoškolské vzdělání bez maturity, ale jak již výše uvádím toto vzdělání, vzhledem k věku respondentů, nemusí být konečné.

**Graf č. 4** znázorňuje současný rodinný stav respondentů. Z celkového zkoumaného souboru je 46% svobodných respondentů, 37 % ženatých/ vdaných respondentů, 15 % rozvedených respondentů, 0 % registrovaných partnerů a 2 % ovdovělý respondentů.

Generace Z se skládala ze 100 % svobodných respondentů. Vzhledem k věku je tato skutečnost předvídatelná. Generace Y se skládala z 73 % svobodných respondentů, 25 % ženatých/ vdaných respondentů, 2 % rozvedených respondentů. Generace X se skládala z 56 % ženatých/ vdaných respondentů, 27 % rozvedených respondentů, 17 % svobodných respondentů. Dle Hlouška (2009) docházelo u generace X ke zvýšení

rozvodovosti. Generace Baby boomers se skládá z 56 % ženatých/ vdaných respondentů, 26 % rozvedených respondentů, 10 % ovdovělých respondentů a 8 % svobodných respondentů. V rodinném stavu velký rozdíl není. Generace Baby boomers a X jsou převážně ženatý/ vzdaný. Generace Y pomalu přechází do věku, kdy začíná zakládat rodiny a je velmi pravděpodobné, že uzavře sňatek. Generace Z je zatím velmi mladá výsledek byl očekávaný. Rozvodovost je u generací X, Baby boomers je na druhém místě.

Dále jsem zkoumala, zda jsou mezi jednotlivými generacemi rozdíly ve víře. Z celkového počtu respondentů je věřících či nábožensky cítících 30 % respondentů a 70 % bez víry a náboženského cítění. Jako jediná generace Baby boomers převyšovala 51 % věřících respondentů nad 49 % bez víry. V generaci X je 34 % věřících či nábožensky cítících a 66 % bez víry. V generaci Y je 18 % věřících či nábožensky cítících respondentů a 82 % respondentů bez víry. Generace Z se skládá z 20 % věřících či nábožensky cítících respondentů, a 80 % respondentů bez víry (**graf č. 5**). Podle Českého statistického ústavu je v celkové populaci je 20,8 % věřících lidí. (Odbor statistiky obyvatelstva, 2014)

Z celkového počtu respondentů je členem nějaké církve 15% respondentů a 85 % členem církve není (**graf č. 6**). Nejmarkantnější rozdíl se ukázal mezi generací Baby boomers a generacemi Y a Z.

Zajímalo mne, zda jsou respondenti členy nějaké politické strany. Hlavním důvodem zařazení této otázky bylo tvrzení Kubátové a Kukulkové (2013), které tvrdí, že v České republice během druhé poloviny 20. století panovala nadvláda komunistického režimu. Poválečná generace (Baby boomers) u nás vyrůstala během silícího vlivu Komunistické strany Československa, ta se v roce 1948 stala ústřední politickou stranou v Československu a podléhala řízení Sovětského svazu. Odpovědi různých generací se shodovaly. Z celkového počtu respondentů je členem nějaké politické strany 6 % respondentů a 94 % členem politické strany není (**graf č. 7**).

V další otázce jsem se zaměřovala na téma manželství. Z celkového počtu respondentů 65 % upřednostňuje manželství a 35% upřednostňuje společný život bez nutnosti sňatku. Nejvíce staví na první místo manželství generace Baby boomers 74 %,

druhá je generace Z 73 %, třetí je generaci X 61 % a čtvrtá je generace Y 59 %. Společný život bez nutnosti sňatku skončil ve všech případech na druhém místě **(graf č. 8)**.

**Graf č. 9** znázorňuje odpovědi respondentů, zda by se mělo dítě narodit do manželství. Z celkového počtu respondentů si 48 % myslí, že by se mělo dítě narodit do manželství, 5 % ne a 47 % si myslí, že vztah nerozhoduje. V této otázce byla odpověď mnohdy poměrně vyrovnaná. Již z celkového počtu respondentů je patrné, že převažovaly odpovědi tytu: dítě by se mělo narodit do manželství, nebo vztah nerozhoduje. Pouze u generace Y oproti ostatním generacím převažovala odpověď „vztah nerozhoduje“. Rezlerová (2009) tvrdí, že prioritou generace Y je jejich osobní život, rodinné a partnerské vztahy.

Otázka číslo 10 obsahovala dotaz, zda respondenti pomáhají či pomáhali doma rodičům. Z celkového počtu respondentů 90 % odpovědělo, že doma rodičům pomáhají/li, 1 % nepomáhají/li a 9 % jen občas. Odpovědi respondentů se od sebe nijak zvlášť neliší. První místo obsadila generace Z s 95 %, která mimochodem ani jednou nezvolila odpověď „ne“, oproti ostatním generacím uvedeným v mé práci. Na druhém místě byla generace Baby boomem s 92 %, na třetím místě generace X s 89 % a na čtvrtém místě generace Y s 88 %. **(graf č. 10)**

Jsou respondenti ochotni se postarat o své rodiče v případě potřeby? Z celkového počtu respondentů odpovědělo 86 % ano, 6 % ne a 8 % neví. Opět se zde odpovědi respondentů ve velkém poměru neliší. Z výsledků však vyplývá, že nejvíce ochotná je generace Y (90 %) a generace Z (90 %). Přestože generace Y a Z odpovídaly, že jsou v podstatě nejochotnější postarat se o své rodiče, nejsem si jistá, zda si uvědomují, co tato skutečnost obnáší. Následující otázka vypovídá o tom, jak si tuto pomoc představují. Generace Baby boomers je ochotna v počtu 87 % a generace X v počtu 82 % **(graf č. 11)**.

Jak respondenti chápou péči o své staré rodiče? Z celkového počtu respondentů 75 % považuje péči o své staré rodiče za rodinnou s využitím sociálních služeb, 22 % ji považují za výhradně rodinnou a dle 3 % by se o jejich staré rodiče měl postarat sám stát. Všechny generace se v odpovědích převážně shodly, že o péči by se měla postarat

rodina společně se státem. V grafu jsou však viditelné rozdíly mezi generacemi Baby boomers, generací X a generací Y a Z. Jedná se o rozdíl v pohledu na péči výhradně rodinnou. Obě starší generace Baby boomers a X považují oproti mladším generacím péči o seniory za výhradně rodinnou záležitost ve větším procentuálním zastoupení (**graf č. 12**).

**Graf č. 13** zobrazuje, zda čtou respondenti denně časopisy nebo noviny. Z celkového počtu respondentů odpovědělo 75 %, že časopisy či noviny denně nečtou. Zbývající počet respondentů 25 % odpovědělo, že čtou. V grafu je viditelné, že časopisy a noviny nejvíce čte 31 % respondentů z generace Baby boomers. Nejmenší zájem o čtení uvedených tiskopisů má generace Y v počtu 82 %.

**Graf č. 14** znázorňuje odpovědi na otázku, kolik knih přečtou za půl roku. Z celkového počtu respondentů odpovědělo, že 33 % z nich nepřečte žádnou knihu, 19 % více než tři knihy, 8 % tři knihy, 16 % dvě knihy a 24 % jednu knihu. Z grafu je značně viditelný rozdíl u generace Z, která o počtu 46 % nepřečte ani jednu knihu za půl roku. Dle Horváthové (2016) členové generace Z nechtějí číst knihy ani jiné tištěné materiály. Nejvíce přečtených knih uvedla generace Baby boomers o počtu 33 %.

V další otázce mne zajímalo, zda si respondenti myslí, že nám média podávají zkreslené informace. Z celkového počtu respondentů odpovědělo na otázku odpovědi „ano“ v počtu 79 %, 12 % ne a 9 % nesleduje média. Velká většina respondentů dnešním médiím nevěří, myslí si, že jejich informace jsou zkreslené. Generace Z měla u odpovědi, že nesleduje média nejvíce procent a to 19 %. Kubátová a Kukulková (2013) tvrdí, že generace Y je charakteristická možností nepřetržitého přístupu k různým druhům médií a technologiím. Je pro ně charakteristické využívání sociálních sítí (**graf č. 15**)

Píší respondenti pohledy či dopisy? Z celkového počtu respondentů odpovědělo 36 % ano a 64 % ne. Nejvíce se v odpovědích liší odpovědi generace Baby boomers a generace X, Y a Z. U generace Baby boomers 56 % respondentů píše dopisy a pohledy. Generace X, Y a Z dopisy a pohledy píše v malé míře. Osobně jsem tento výsledek předpokládala, vzhledem k tomu, že v je dnešní době možné, jednodušší a levnější poslat SMS, E-mail nebo přes Facebook a další sociální sítě posílat obrázky a přáníčka.

Tento fakt se projevuje i u starší generace X. Sama vím, že moje rodiče, kteří do této generace spadají, této možnosti využívají (**graf č. 16**).

U otázky číslo 17 jsem se zaměřila na to, zda respondenti používají počítač či notebook. U generace X byl významnou změnou počátek masivního rozvoje nových technologií, zejména internetu (Hloušek, 2009). Generace Y je charakteristická možností nepřetržitého přístupu k různým druhům médií a technologiím. Je pro ně charakteristické využívání sociálních sítí (Kubátová a Kukelková, 2013). Z celkového počtu respondentů odpovědělo 91%, že notebook či počítač používají a pouhých 9% z nich ne. U generace Z všichni respondenti odpověděli, že výše uvedenou techniku používají. Nebyl mezi nimi žádný jedinec, který by počítač či notebook nepoužíval. Vzhledem k tomu, že se počítače používají k výuce již na základních školách, není tento jev ničím překvapujícím. Horváthová (2016) tvrdí, že členové generace Z se již narodili do digitálního světa. Velkou část svého času tráví na sociálních sítích a vše i ty nejvšednější věci a události fotografují. Počítače ovládají již v raném věku mnohdy lépe než někteří dospělý a jsou první generací, která nezná život bez mobilního telefonu, internetu, bezdrátového připojení a počítače. Počítač či notebook nejméně používá generace Baby boomers v počtu 64 % respondentů (**graf č. 17**).

Dále jsem zjišťovala odpovědi respondentů, jak často používají internet. Z celkového počtu odpovědělo 77 % respondentů, že internet používají denně, 14 % internet používá občas, 7 % respondentů nemá internet a 2 % internet nepoužívá denně. Opět všichni, tedy 100 % respondentů z generace Z odpověděli, že internet používají denně. Nejmenší procentuální počet v používání internetu denně se projevil u generace Baby boomers 38 %. Dále u této generace 26 % respondentů internet nevlastní, což je značný rozdíl od ostatních generací (**graf č. 18**).

Zajímalo mne, zda si respondenti dovedou představit život bez internetu. Z celkového počtu respondentů odpovědělo 56 % ano a 44 % ne. Není překvapující, že generace Baby boomers si dokáže představit z 87 % život bez internetu. Oproti tomu si generace Z dokáže představit pouze z 32 % život bez internetu. Překvapující výsledek je u generace Y. Právě tato generace v otázce č. 18 uvedla, že 96% používá internet denně,

přesto si 47 % respondentů dovede představit život bez internetu. Tedy téměř polovina dotazovaných. (**graf č. 19**).

**Graf č. 20** znázorňuje odpovědi na otázku, zda respondenti třídí odpad. Z celkového počtu respondentů odpovědělo 72 %, že ano, 20 % třídí odpad občas a 8 % odpad netřídí. Co se týká jednotlivých generací, na prvním místě ve třídění odpadu byla generace Baby boomers, a to v počtu 84%, po ní nastupuje na druhé místo generace X. Vyrovnaný počet získaly generace Y a Z v počtu 63 %. Nejvyšší počet 14 % respondentů generace Y, odpad netřídí vůbec.

**Graf č. 21** vypovídá o tom, zda si respondenti myslí, že je globální oteplování, nedostatek vody a zhoršující se životní prostředí vážný problém.

Z celkového zkoumaného souboru si 84 % respondentů myslí, že je globální oteplování, nedostatek vody a zhoršující se životní prostředí vážný problém, 16 % respondentů si nemyslí, že jde o vážný problém.

V otázce, zda považují respondenti zhoršující se životní prostředí za vážný problém, se jednotlivé generace téměř shodují. Je důležité, že si jednotlivé generace uvědomují význam zdravého životního prostředí pro člověka a tím i jeho zachování pro budoucí generace.

**Graf č. 22** znázorňuje odpovědi respondentů na otázku, zda by se označili za vlastence.

Z celkového počtu respondentů se za vlastence považuje 65 % respondentů a 16 % se za vlastence nepovažuje. 19 % respondentů neví.

V odpovědi na tuto otázku odpověděli respondenti generace Baby boomers a generace X naprosto shodně. Jde o zajímavý výsledek, z hledem k tomu, že respondenti se shodují ve všech odpovědích a to 69 % se za vlastence označuje, 10 % neoznačuje a 21 % neví. Mezi těmito generacemi a generací Z bylo dosaženo téměř shodného výsledku 66 % respondentů z generace Z se považuje za vlastence.

Jak již bylo uvedeno v praktické části generace Baby boomers a X byli vychováni v komunistickém režimu, který měl propracovaný systém výchovy uvědomělého občana, který nalézá uspokojení v práci pro společnost jako celek, prostoupený ideami socialistického vlastenectví a v nadšeném budování komunismu.

Významným podílem na výsledku bylo vítězství nad nacistickým Německem v roce 1945. Tento klíčový bod našich dějin bezpochyby posílil vlasteneckého ducha generace Baby boomers a ta pak spolu s výchovou socialistického vlastenectví ve společnosti ovlivnila následující generaci X.

Největší rozdíl v odpovědi na tuto otázku se pak ukazuje mezi generacemi Baby boomers, X a generací Y, která je vlastně první globální generací. Zde se projevil vliv globalizace, procesu urychlující propojení společností na ekonomické, politické a kulturní úrovni a multikulturalismu, kde je zdůrazňována prospěšnost kulturní rozmanitosti pro společnost a stát.

**Graf č. 23** znázorňuje, jaký postoj respondenti zaujímají k problematice eutanazie, resp. zda respondenti souhlasí za jasně zavedených podmínek zavedením eutanazie.

Z celkového zkoumaného souboru souhlasí s eutanazií 72 % respondentů, 28 % respondentů s eutanazií nesouhlasí.

Nejmarkantnější rozdíl v pohledu na problematiku zavedení eutanazie za jasně definovaných podmínek, se projevil mezi generací X a Z. U generace X by se zavedením eutanazie nesouhlasilo pouhých 18 % respondentů a u generace Z 39 %. Je překvapující, že nejvíce se zavedením eutanazie ze všech generací nesouhlasila právě generace Z. To může být způsobeno právě tím, že mladí lidé, kteří jsou plní života nepřemýšlejí o smrti, tak jak tomu může být u starších generací. Ti si spíše uvědomují svou konečnost života. Zároveň si uvědomují, že ukončení života umírajícího, který trpí nesnesitelnými bolestmi nebo je uměle udržován při životě díky moderním technologiím pouze ve vegetativním stavu, je důstojnější. Jak uvádím v praktické části, mladá generace Z, je bezpochyby nejvíce ze všech generací ovlivněna nejmodernějšími technologiemi a právě tento fakt mohl ovlivnit jejich postoj k problematice eutanazie. Vzhledem ke svému věku si jen stěží dokážou uvědomit, že právě díky vyspělé technice je možné udržovat lidi ve stavu, který by byl dříve příčinou smrti a jenž může způsobovat trápení jejich blízkým, ale i jim samotným. Tento jev je dle mého názoru způsoben přílišnou důvěrou této generace v moderní technologie.

Odpovědi Generací Baby boomers, Y a Z se k této problematice téměř shodují. Nejvíce s eutanazií souhlasila generace X s 82 %. Dle mého názoru je tato generace



více konfrontována s realitou stáří. Ve vysokém stáří, ve kterém se právě nacházejí jejich rodiče.

Z výsledku však jasně vyplývá, že s problematikou eutanazie neboli „zabití na přání, která lidstvo provází již od nepaměti, v každé z generací převládá souhlas s jejím zavedením za jasně definovaných podmínek.

### **Odpověď na výzkumnou otázku č. 1: Jsou starší generace lepší či horší než dnešní?**

Z mého pohledu a výsledku vyplývá, že starší generace nejsou lepší, či horší dnešní. Nemyslím si, že život online a závislost na internetu dělá člověka lepšího, proto nevidím jako problém, že nejsou starší generace tak obratné v používání novodobých technologií jako mladší generace. V ostatních případech jako je péče o rodinu, vzdělání, média a vlastenectví se z velké části shodovali a nebyl mezi nimi nijak zvlášť velký rozdíl. Jediné v čem je mladší generace lepší než starší je schopnost ovládat a chápat nové technologie což jak výše uvádím, nedělá člověka lepším.

### **Odpověď na výzkumnou otázku č. 2: Jsou rozdíly mezi jednotlivými generacemi stále větší?**

Rozdíl mezi generacemi je pouze v ekologii, v používání moderních technologií hlavně internetu a dále v tom zda jsou věřícími či nábožensky cítícími osobami. Starší generace nemá tak velké zkušenosti s novodobými moderními technologiemi jako mladší generace, která v prostředí těchto technologií v podstatě vyrůstala. Na druhou stranu u mladší generace převládá větší nezodpovědnost v otázce třídění odpadu. Starší generace Baby boomers a X jsou výrazně více věřícími a nábožensky cítícími než generace Y a Z a s tím také souvisí vyšší příslušnost k některé z církví obou starších generací.

### **Odpověď na výzkumnou otázku č. 3: V čem se od sebe odlišují generace X, Y a Z?**

Nejvíce se liší v používání moderních technologií a nejvýraznější odlišností je používání internetu. Generace Z a Y používají denně internet více než generace X. Rozdílný pohled se projevil v postoji v otázce péče o staré nemohoucí rodiče. U

generace X stále velká část považuje péči o rodiče za výhradně rodinnou záležitost oproti generacím Y a Z.

#### **Odpověď na otázku č. 4: Co způsobuje stále větší mezigenerační rozdíly?**

Z výzkumu vyplynulo, že dochází k větším rozdílům pouze v určitých směrech. V některých postojích se vzácně shodují, jako například v otázce, zda si respondenti myslí, že nám média podávají zkreslené informace, všechny generace shodně vyslovili médiím svou nedůvěru. Podobně se všechny generace shodovaly v otázce vlastenectví. V pohledu na partnerský vztah se překvapivě shodli dvě věkově nejvzdálenější generace Baby boomers a Z.

Z výsledků můžeme konstatovat, že největší mezigenerační rozdíly způsobuje již několikrát zmiňovaný internet a moderní technologie. Mladší generace vyrůstala a stále vyrůstá ve světě moderních technologií a internetu a proto mají větší schopnost tyto technologie lépe a snadněji ovládat a rozumět jim. To však způsobuje problém starší generaci, která moderní technologie a internet v takové míře, jako mladší generace, nepoužívá, nevyhledává ji, a proto jim také méně rozumí. Jak jsem již uvedla, jsou podstatné rozdíly třídění odpadu a v otázce víry.

## 6. ZÁVĚR

Mezigenerační rozdíly jsou stále žhavým tématem. Každá generace má své specifické vlastnosti, způsoby jakými žijí a přistupují ke společnosti, k práci, k jejich životu, apod. Cílem mé práce bylo zjistit nejmarkantnější rozdíly mezi generací Baby boomers, generací X, generací Y a generací Z. Rozdíly v pohledu a názoru na budoucnost, vzdělání, média, technologii, ekologii a internet.

Výzkumná část nám znázornila, že uvedené generace se nejvíce liší v oblasti víry, ekologie respektive třídění odpadu, technologie a používání internetu. Rozdíl je značně vidět u starší generace oproti mladší. Jelikož mladší generace vyrůstala či vyrůstá ve světě novodobé technologie a používání internetu, podstatná její část si nedokáže představit život bez internetu oproti generaci starší. Většina věcí je hlídána technologií, kterou mladší generace umí lépe a rychleji ovládat. Tím mám na mysli například pracovní programy v továrnách (systémy kritických kontrol, specifické programy určené jednotlivým firmám a podobně). Dnes již snad v každé práci má své místo počítač či jiná technologie. I přesto, že ji umí starší generace ovládat, mladší generace ji stále dokáže ovládat snáze a rychleji. Sama z vlastní zkušenosti vím, že když se jedná o nějaký banální problém, v již několikrát zmiňované technologii, jsem schopnější ho vyřešit rychleji než moji rodiče či prarodiče. Další výrazný rozdíl je v ekologii. Mladší generace je ve větší míře nezodpovědnější ve třídění odpadu než starší.

Problematiku v používání technologie bych řešila zavedením lepších, propracovanějších a důslednějších školení cílené pro starší generace.

Myslím si, že řešením pro daný problém v ekologii u mladších generací je větší důslednost při výchově ze strany rodičů a také škol. Vzdělávací systém v současné době počítá s přípravou studentů pro různé technické profese a služby. Co ve vzdělávacím systému chybí je lépe propracovaná výchova k ekologii. Ekologická výchova by měla být zakomponována do osnov na všech úrovních škol.

## 7. SEZNAM POUŽITÉ A CITOVANÉ LITERATURY

- ARNOLD, J., 2007. *Psychologie práce pro manažery a personalisty*. Praha: Cmputer Press. ISBN 8025115183.
- BABY BOOMERS, 2010. *History* [online]. A&E Television Networks, LLC. [cit. 2017-01-12]. Dostupné z: <http://www.history.com/topics/baby-boomers>
- BABY BOOMERS, 2017. *Investopedia* [online]. A&E Television Networks, LLC. [cit. 2017-01-12]. Dostupné z: [http://www.investopedia.com/terms/b/baby\\_boomer.asp](http://www.investopedia.com/terms/b/baby_boomer.asp)
- BARROSO, J. M., 2010. Sdělení komise: Evropa 2020: *Strategie pro inteligentní a udržitelný růst podporující začlenění* [online]. Brusel: Evropská komise. [cit. 2017-06-3]. Dostupné z: [https://www.vlada.cz/assets/evropske-zalezitosti/evropske-politiky/strategie-evropa-2020/Evropa\\_2020\\_cz\\_Sdeleni\\_EK.pdf](https://www.vlada.cz/assets/evropske-zalezitosti/evropske-politiky/strategie-evropa-2020/Evropa_2020_cz_Sdeleni_EK.pdf)
- BLÁHA, J., ČOPÍKOVÁ, A., HORVÁTHOVÁ, P., 2016. *Řízení lidských zdrojů: Nové trendy*. Praha: Management press. ISBN 9788072 614301.
- BOUCHAL, M., 1993. *Psychologie v lékařství*. Praha: Masarykova univerzita. ISBN 80-210-0641-2.
- ČAČKA, O., 2002. *Psychologie vrstev duševního dění osobnosti a jejich autodiagnostika*. Brno: Doplněk. ISBN 80-7239-107-0.
- ČELEDOVÁ, Libuše a Rostislav ČEVELA. *Výchova ke zdraví*. Praha: GradaPublishing, 2010. ISBN 978-80-247-3213-8.

- DUFKOVÁ, M., 2011. Generace Y. *Třípól – časopis pro studenty* [online]. Tábor: Simopt [cit. 2017-07-24]. ISSN 2464-7888. Dostupné z: <http://www.3pol.cz/cz/rubriky/studenti/1433-generace-y>
- FRANKL, V. E., 2006. *Lékařská péče o duši: základy logoterapie a existenciální analýzy*. Brno: Cesta. ISBN 8072950851.
- FRAŇKOVÁ, S., ODEHNAL, J., PAŘÍZKOVÁ, J., 2000. *Výživa a vývoj osobnosti dítěte*. Praha: HZ Editio. ISBN 80-86009-32-7.
- HARTL, P., HARTLOVÁ, H., 2004. *Psychologický slovník*. Praha: Portál. ISBN 80-7178-303-X.
- HLOUŠEK, K., 2009. Generace X: vystresovaná, idealistická pragmatická [online]. Praha: Economia, a.s. [cit. 2017-06-23]. Dostupné z: <https://trendmarketing.ihned.cz/c1-34643240-generace-x-vystresovana-idealisticcka-pragmaticka>
- HOFBAUER, B., 2004. *Děti, mládež a volný čas*. Praha: Portál. ISBN 8071789275.
- HORÁK, Josef. *Kapitoly z teorie výchovy: Problematika hodnot a hodnotové orientace*. Díl 1. Liberec: Technická univerzita, 1996. ISBN 80-7083-196-0.
- JACOBY, M., 2015. *Tips For Managing Generation Z Employees in the Workplace* [online]. huffingtonpost.com [cit. 2015-07- 08]. Dostupné z: [http://www.huffingtonpost.com/margaret-jacoby/tips-for-managing-generat\\_b\\_6897516.html](http://www.huffingtonpost.com/margaret-jacoby/tips-for-managing-generat_b_6897516.html)

- JANDOUREK, J., 2012. *Slovník sociologických pojmů: 610 hesel*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3679-2.
- JELÍNKOVÁ, J., 2005. Typologie hodnot u vysokoškolských studentek. In: JELÍNKOVÁ, J., TYRLÍK, M. *Sborník prací filozofické fakulty brněnské univerzity* [online]. Brno: Brněnská univerzita [cit. 2017-07-27]. Dostupné z: [https://digilib.phil.muni.cz/bitstream/handle/11222.digilib/114214/P\\_Psychologica\\_09-2005-1\\_8.pdf?sequence=1](https://digilib.phil.muni.cz/bitstream/handle/11222.digilib/114214/P_Psychologica_09-2005-1_8.pdf?sequence=1)
- JOHNSON, M., JOHNSON, L., 2010. *Generations Inc. From Boomers to Linksters - Managing the Friction Between Generations at Work. 1st ed.* Saranac, NY: Amacom Books. ISBN 978-08-144-1573-3.
- KOTLER, P., KELLER, K. L., 2013. *Marketing management*. 14. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4150-5.
- KRAUS, B., POLÁČKOVÁ, V., 2001. *Člověk-prostředí-výchova*. Brno: Paido. ISBN 80-7315-004-2.
- KRÁKORA, P., KOPEČEK, P., 2010. *Dějiny Československa 1918–1992*. Praha: Epoque. ISBN 978-80-7425-080-4.
- KUBÁTOVÁ, H., 2010. *Sociologie životního způsobu*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-2456-0.
- KUBÁTOVÁ, J., KUKELKOVÁ, A., 2014. *Interkulturní rozdíly v pracovní motivaci generace Y: příklad České republiky a Francie*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci. ISBN 978-802-4439-617.

- LINHART, J., PETRUSEK, M., VODÁKOVÁ, A., MAŘÍKOVÁ, H. 1996. *Velký sociologický slovník*. Praha: Karolinum. ISBN 80-7184-310-5.
- MCCRINDLE, M., WOLFINGER, E., 2014. *The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations*. Sydney: UNSW Press. ISBN 9781742230351.
- MEZŘICKÝ, V., 2003. *Globalizace*. Praha: Portál. ISBN 8071787485.
- MOORE, S., 2010. *Léčebná péče o duši: Průvodce procesem uzdravení celé osobnosti*. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-782-4.
- MCQUAIL, D., 2009. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál. ISBN 9788073675745.
- NEVOLOVÁ, M., FOLTOVÁ, K., 2015. *Dotýkání dovoleno: Jak zatočit s nedomazleností a být spokojený*. Praha: Grada Publishing. ISBN 987-80-247-5008-8.
- ODBOR STATISTIKY OBYVATELSTVA, 2014. *Náboženská víra obyvatel podle výzkumu sčítání lidu* [online]. Praha: Český statistický úřad. [cit. 2017-06-20]. Dostupné z:  
<https://www.czso.cz/documents/10180/20551795/17022014.pdf/c533e33c-79c4-4a1b-8494-e45e41c5da18?version=1.0>
- PRUDKÝ, L., 2009. *Inventura hodnot: výsledky sociologických výzkumů hodnot ve společnosti České republiky*. Praha: Academia. ISBN 9788020017512.
- REZLEROVÁ, J., 2009. *Příchod generace Y na trh práce* [online]. Praha: Economia, a.s. [cit. 2017-06-23]. Dostupné z: <http://kariera.ihned.cz/c1-37310860-prichod-generace-y-na-trh-prace%C3%A1ce>

- REEVES, T., 2013. Generation differences and educational technology research. In: SPECTOR, J. M., MERRILL, M. D., ELEN, J., BISHOP, M. J. *Handbook of research on educational communications and technology*. Springer-Verlag New York Inc.. ISBN 978-1-4614-3184-8.
- SAK, P., 2000. *Proměny české mládeže: česká mládež v pohledu sociologických výzkumů*. Praha: Petrklíč. ISBN 8072290428.
- SAK, P., KOLESÁROVÁ, K., 2012. *Sociologie stáří a seniorů*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3850-5.
- SAK, P., SAKOVÁ, K., 2004. *Mládež na křižovatce*. Praha: Svoboda Servis. ISBN 80- 86320-33-2.
- SCHWARTZ, H. S., 2001. *Basic Human Values: Theory, Methods, and Applications* [online]. [cit. 2017-7-9]. Dostupné z: <http://www.yourmorals.org/schwartz.2006.basic%20human%20values.pdf>
- SLADEK, S., 2014. *Gen Z: The first generation of 21st Century has arrived!* [online]. [cit. 2017-4-3]. Dostupné z: <https://www.slideshare.net/AENC/gen-z-final-white-paper>
- STRAŠILOVÁ, G., 2013. „Husákovy“ versus „Havlovy“ děti [online]. 2013 [cit. 2016-04-02]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/52002e2055>
- THE NEW STRATEGIST EDITORS, 2013. *American Generations: Who They Are and How They Live. 8th ed.* Amityville, NY: New Strategist Press. ISBN 978-1-940308-03-6.



- TURECKIOVÁ, M., 2004. *Řízení a rozvoj lidí ve firmách*. Praha: Grada. Psyché (Grada). ISBN 80-247-0405-6.
- VYMĚTAL, J., 2003. *Lékařská psychologie. 3*. Praha: Portál. ISBN 80-7178-740-X.
- VYSEKALOVÁ, J., 2011. *Chování zákazníka: Jak odkrýt tajemství „černé skříňky“*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3528-3.
- ZEMKE, R., RAINES, C., FILIPCZAK, B., 2013. *Generations at Work: Managing the Clash of Veterans, Boomers, Xers, and Nexters in Your Workplace*. Amacom. ISBN 978-08-144-0480-05.

## **8. PŘÍLOHY**

Příloha 1 – Dotazník

## **Příloha 1: Dotazník**

*Dobrý den, jsem studentkou Zdravotně sociální fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích a provádím výzkum, který se zabývá Srovnání životního stylu jednotlivých generací (Baby boomers, X, Y, Z). Tento výzkum je také součástí mé bakalářské práce. Chtěla bych Vás tímto poprosit o spolupráci s vyplněním dotazníku. Dotazník je anonymní a dobrovolný. Přesto bych Vám byla velmi zavázána, pokud na spolupráci přistoupíte.*

*Děkuji Nikola Vavroušková*

[vavrouskova.nikola@seznam.cz](mailto:vavrouskova.nikola@seznam.cz)

### 1. Vaše pohlaví?

|                          |
|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |

Muž

Žena

### 2. V jakém rozmezí jste se narodil/narodila?

|                          |
|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |

1946 -1964

1965-1981

1981-1994

1995-2012

### 3. Vaše nejvyšší dosažené vzdělání je?

|                          |
|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |

Stále studuji základní školu

Základní vzdělání

Středoškolské bez maturity

Středoškolské s maturitou

Vyšší odborné

Vysokoškolské

4. Váš současný rodinný stav?

Svobodný/á

Ženatý/Vdaná

Rozvedený

V registrovaném partnerství

Vdovec/Vdova

5. Jste věřící, nábožensky cítící člověk?

Ano

Ne

6. Jste členem nějaké církve?

Ano

Ne

7. Jste členem nějaké politické strany nebo hnutí?

Ano

Ne

8. Jaký partnerský vztah upřednostňujete?

Manželství

Společný život bez nutnosti sňatku

9. Mělo by se dítě narodit do manželství?

Ano

Ne

Vztah nerozhoduje

10. Pomáháte nebo jste pomáhali doma rodičům?

Ano

Ne

Občas

11. Jste ochoten se v případě potřeby o své rodiče postarat vaší přímou péčí?

Ano

Ne

Nevím

12. Péči o své staré rodiče považujete za:

Výhradně rodinnou

Rodinnou s využitím sítě sociálních služeb

Měl by se postarat stát

13. Čtete denně časopisy nebo noviny?

Ano

Ne

14. Kolik knih přečtete za půl roku ?

|                          |
|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |

1

2

3

Více než 3

Žádnou

15. Myslíte si, že jsou informace, které nám zpravodajská média podávají nezkršená a pravdivá?

|                          |
|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |

Ano

Ne

Nesleduji media

16. Píšete dopisy nebo pohledy?

|                          |
|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |

Ano

Ne

17. Používáte počítač nebo notebook?

|                          |
|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |

Ano

Ne

18. Jak často používáte internet?

|                          |
|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |

Denně

Nepoužívám

Občas

Nemám internet

19. Dovedete si představit, život bez internetu?

Ano

Ne

20. Třídíte odpad?

Ano

Ne

Občas

21. Stále více se mluví o globálním oteplování, zvyšujícím se nedostatku vody a zhoršujícím se stavem životního prostředí. Myslíte si, že jde o vážný problém, který může ohrozit existenci lidstva?

Ano

Ne

22. Označil byste sám/sama sebe za vlastence?

Ano

Ne

Nevím

23. Souhlasíte s uzákoněním eutanazie za jasně definovaných podmínek?

Ano

Ne