

Západočeská univerzita v Plzni
Fakulta filozofická

Bakalářská práce

Vliv náboženství na veřejné dění: Vnímání generace Z

Šárka Vimrová

Plzeň 2023

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Katedra Sociologie a sociální práce

Studijní program sociologie

Bakalářská práce

Vliv náboženství na veřejné dění: Vnímání generace Z

The Influence of Religion on Public Affairs: The Perception of Generation
Z

Šárka Vimrová

Vedoucí práce:

Prof. PhDr. Jan Váně, Ph. D.

Katedra sociologie a sociální práce

Fakulta filozofická Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2023

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci „Vliv náboženství na veřejné dění: vnímání generace Z“ zpracovala samostatně a použila jen uvedených pramenů a literatury.

Plzeň, duben 2023

.....

Poděkování

Ráda bych poděkovala prof. PhDr. Janu Váně, Ph.D. za pomoc, cenné rady a vstřícnost při vedení bakalářské práce. Poděkování patří též mé rodině za jejich podporu.

Obsah

Úvod.....	1
Náboženství	2
Definice a teorie	2
Teorie o proměně náboženství.....	2
Náboženství v historickém kontextu	4
Evropa.....	4
České země.....	4
Ateismus versus alternativní religiozita	5
Současná situace	6
Generace Z.....	11
Generace Z versus ostatní generace	15
Generace Z v kontextu české politické scény	18
Angažovanost.....	21
Metodologie	24
Interpretace výsledků.....	26
Co znamená angažovanost?	26
Co je vede k angažovanosti?	27
Kde se angažují?	28
Politická sféra	29
Role sociálních sítí	29
Vnímané dopady angažovanosti	30
Angažovanost mladých	31
Reakce okolí.....	31
Angažovanost a náboženství	32
Kritická reflexe	36
Závěr	38
Seznam literatury	42
Seznam příloh	46

Úvod

V rámci bakalářské práce hledám odpověď na otázku: *Jak ovlivňuje náboženská víra generace Z veřejné dění?* V teoretické části textu popisuji kontext práce z hlediska náboženství, generace Z a angažovanosti za účelem uvedení do kontextu a vysvětlení pojmů a teorií nutných pro pochopení záměru a významu práce. V této části se nejprve věnuji náboženství jako takovému, dále se věnuji českému náboženskému vývoji, rozebírám rozdíl mezi ateismem a alternativní religiozitou, neboť i v těchto ohledech je česká situace poměrně specifická. Důležitým bodem práce je i popis náboženské situace v Plzeňském kraji, neboť právě zde výzkum realizuji. Dále se podrobně věnuji generaci Z ve světovém a českém kontextu, a popisuji rozdíly mezi ní a předchozími generacemi. Protože mým hlavním cílem je zkoumat vliv náboženství na veřejné dění, popisuji generaci Z i v souvislosti s českým politickým děním, jakožto důležité součásti veřejné sféry. Tímto ukončuji teoretickou část a část praktickou zahajuji popisem zvolené metodologie, dále popisuji výsledky výzkumu, poskytuji kritickou reflexi vlastní práce a na závěr přidávám krátké shrnutí nejdůležitějších bodů textu.

Náboženství

Definice a teorie

Náboženství je předmětem zájmu mnoha disciplín (př. teologie, historie náboženství, antropologie, ...), v rámci sociologie náboženství nás zajímá vliv náboženství na společnost, a naopak vliv společnosti na náboženství. Stejně jako v ostatních disciplínách i v sociologii náboženství panuje debata, jak náboženství vlastně definovat. Lze rozlišit dva typy definic: substantivistické (definují náboženství podle představ a obsahů, odkazují na nadpřirozeno) a funkcionalistické (definují náboženství podle jeho funkce ve společnosti nebo životě jedince). Sama zastávám substantivistickou definici. V rámci sociologie můžeme náboženství definovat jako „vztah člověka k tomu, co ho přesahuje, představa nebo jen pocit, že vedle světa přirozeného existuje nadpřirozený svět a víra, že je člověk na této transcendentní skutečnosti nějakým způsobem závislý“ [Hora 2020]. V rámci náboženství je pak ještě důležité rozeznat následující dimenze individuální religiozity:

- 1) *Dimenze víry*: myšlenky, kterým člověk věří, které považuje za pravdivé
- 2) *Dimenze praktik*: formy rituálů a oddanosti
- 3) *Dimenze (subjektivní) zkušenosti*
- 4) *Dimenze znalostí*: to, co se od věřících lidí očekává, že budou znát
- 5) *Dimenze důsledků*: účinky náboženství na každodenní život [Furseth, Repstadt 2006].

Teorie o proměně náboženství

Sekularizační teorie

Náboženství v současnosti se v mnohém liší od víry a praktikování v minulosti. Náboženství jako takové je historicky podmíněný jev, tzn. proměňuje se v čase a prostoru [Václavík 2010]. Jako vše, i vnímání náboženství a jeho funkce a vlivu prošlo změnou, které se věnují a snaží se vysvětlit následující tři teorie. Sekularizační teorie je z uvedených teorií nejstarší. Koncept sekularizace je pevně spjat se sociologickou vědou a je stále předmětem zkoumání. V poslední době se ale ukazuje, že by myšlenka sekularizace, jako nevyhnutelné součásti modernizace společnosti, mohla být mylná [Davie 2007: 47].

V původním významu (snaha o odstranění světské moci církve, zabavení jejího majetku a zrušení její politické moci) se pojem sekularizace užívá už jen zřídka, častěji se setkáváme s interpretacemi, které ji chápou jako proces přizpůsobování stávajících náboženských skupin současnému modernímu světu, proces odmítání některých prvků náboženství samotnými lidmi (př. pokles účasti na náboženském životě, snížení podpory institucí a další formy.). Sekularizace je tedy proces snižování významu náboženských institucí a symbolů v jednotlivých oblastech společnosti [Václavík 2010]. Jinými slovy se jedná o předpoklad, že moderní společnosti se osvobozují od vlivu náboženských institucionalizovaných pověr tím, že odsouvají náboženství z centra dění [Váně 2014: 4].

Přestože panují jisté rozepře, nelze popřít, že proces sekularizace probíhá¹, a to už po několik staletí, jen není jasné, jakým směrem se bude ubírat [Váně 2014: 4]. Zde musím také zmínit pojem sakralizace („zposvátnění“), který odkazuje na situaci, kdy se do veřejného prostoru navrací náboženské symboly a zvyky. Neznamená to však, že jsou lidé náboženští. Opakem sakralizace je desakralizace, kdy náboženské symboly a zvyky mizí z veřejného prostoru, což může působit sekularizačním dojmem. Sekularizace a desakralizace sice často jdou ruku v ruce, jedná se však o dva odlišné termíny, a je nutné rozlišovat [Hamplová 2022].

Současná euro-americká společnost je založena na odluce státu a církve, lidé jsou tedy od přímé interference na straně náboženství, a mohou si svobodně vybrat ze široké nabídky – lze to však považovat za sekularizaci [Václavík 2010: 30]? Dle posledních výzkumů se ukazuje, že myšlenka sekularizace jako nevyhnutelné součásti modernizace společnosti by mohla být mylná² [Davie 2007: 64].

Teorie individualizace

Další teorie, která vysvětluje proměny náboženství, je teorie individualizace, kterou sama zastávám. S teorií individualizace pracují př. T. Luckmann a G. Davie. V rámci této teorie vládne předpoklad, že přestože dochází k poklesu významu institucionalizované religiozity (nejviditelnějším projevem bývá př. ztráta důvěry v náboženské instituce atd.), osobní, individuální religiozita nadále přetrvává, a můžeme tedy mluvit o jakési víře bez přihlášení [Váně 2014: 8].

Teorie racionální volby

Poslední z trojice teorií proměny náboženství je teorie racionální volby, která se opírá o tři následující předpoklady:

- 1) Jedinci jednájí racionálně, zvažují náklady a přínosy, rozhodují se se záměrem maximalizovat výhody plynoucí z akce.
- 2) Preference užívané k posouzení nákladů a přínosů se příliš neliší.

¹ Teorii sekularizace se věnovalo mnoho autorů, př. B. Wilson vidí sekularizaci jako přirozenou součást přechodu od tradiční k moderní společnosti tzn. role náboženství se mění pro potřeby moderní společnosti, stejně tak dochází i k „vnitřní“ sekularizaci v rámci náboženských organizací, aby reflektovala nové potřeby. Wilson oproti jiným autorů doplňuje pojem sekularizace o pojem sekularismus. Zatímco sekularizace je proces, sekularismus se s ním spojená ideologie, která sekularizaci otevřeně podporuje. P. L. Berger tvrdí, že sekularizace souvisí se změnou role náboženství v sociální realitě – ve vysoce individualizované moderní společnosti, kdy se náboženství stává soukromou záležitostí jedince, dochází ke snížení legitimizačních schopností náboženství (tzn. ztrácí důvěru), na což navazuje právě proces sekularizace a pluralizace (vnikají nové formy a odvětví náboženství, monopoly tradičních náboženství ztrácí jistotu členů). Dochází tedy i k demonopolizaci náboženského života. Bergerovo přístup je podobný Luckmannovu, který tvrdí pro nás dvě zajímavé věci: sekularizace a privatizace náboženství je součástí obecné privatizace života, která je specifická pro moderní společnosti, ale tento „odsun“ náboženství neznamená jeho úpadek ani zánik, zkrátka dochází k nahrazení institucionalizovaného náboženství jeho novou formou [Václavík 2010].

² Aktuální data sekularizační teorii popírají – náboženství si i v moderní společnosti udržuje svou roli, jen v jiné podobě. K nejzásadnějším výtkám vůči sekularizaci patří to, že náboženství je nadále významnou politickou a ekonomickou silou. Chybná vidina sekularizované společnosti vyplývá převážně z jejího spojování s procesem demonopolizace náboženského života, na to navazuje náboženský pluralismus a tedy situace, kdy se náboženství v podstatě stává tržním subjektem. Na konci 70. let je však možné zaznamenat návrat náboženství v podobě institucionalizované religiozity do sociálního a politického dění. V současnosti je patrná větší aktivita náboženských skupin př. v oblasti vzdělávání [Václavík 2010: 30-41].

3) Vztah mezi individuální volbou a akcí je výsledkem sociální rovnováhy.

Z výše uvedených předpokladů je jasné, že tato teorie se snaží náboženství vysvětlit pomocí tržních principů, orientuje se na spotřebitele. Podle ní ve společnosti existuje trvalá poptávka po náboženství [Váně 2014: 8], předpokládá, že lidé (spotřebitelé) jsou přirozeně věřící a své volby v oblasti náboženství provádí tak, aby dosáhli co největšího užítku a co nejmenších ztrát [Davie 2007: 69].

Náboženství v historickém kontextu

Evropa

Nyní, když byly představeny základní teorie a pojmy týkající se náboženství, představím náboženskou situaci v Evropě a českých zemích v historickém kontextu a současnosti. Náboženský život byl po staletí spojen v politickou mocí a jejím vykonáváním – hlava státu se nezdála být legitimní, pokud nebyla podporována církví (př. monarchické období Anglie, Francie či Španělska). Síla i slabost evropského náboženství spočívala v jeho zakořenění v lokalitách. Tato stabilita pak byla narušena průmyslovou revolucí, ale přesto tradiční model leckde vydržel až do poválečného období. Postupem času se objevovaly nové formy náboženského života, nabídka se začala postupně rozvíjet, a začal se projevovat proces sekularizace. Zdánlivá neslučitelnost náboženství a moderního (městského) života je však mylná. Sekularita Evropy je zvláštní a zajímavý případ³ [Davie 2007: 48, 49].

České země

V historickém vývoji České republiky (ČR) můžeme sledovat proměnu náboženské sféry. Role náboženství se formovala souběžně s formováním české národní a kulturní identity [Havlíček 2015: 97]. Kritický vztah Čechů k náboženství, který můžeme vidět př. v nedůvěře k náboženským institucím, tendenci k privatizaci náboženství, stále rostoucí lhostejnosti k náboženství, snaze distancovat se od dominantní katolické církve atd., můžeme zpětně trasovat až do první Československé republiky (1918-1938). To znamená, že i když komunistický režim a jeho protináboženská propaganda prohloubili českou nedůvěru vůči náboženství, nebyli její příčinou, ani jedinou příčinou [Václavík 2016: 151-154]. Tento specifický český postoj souvisí spíše s českým nacionalismem, kdy nacionalistické hnutí odmítalo římskokatolickou církev v souvislosti s jejím spojením s Rakousko-Uherskem, a sekularistickými postoji elit v 19. a 20. století [Hamplová, Nešpor 2009: 594].

Po druhé světové válce (1939-1945) je vztah Čechů k náboženství ovlivněn dvěma faktory: odsunem německé menšiny z pohraničí (odsunem Němců došlo ke ztrátě populace, z níž značná část byla právě věřící) a nastolením komunistického režimu (1948). Tyto dva faktory výše uvedené názory vůči náboženství jen prohloubily, zvláště právě nastolení nového režimu, neboť v této době probíhala celková transformace české

³ Na severu Evropy byly církve začleněny do státu (př. Anglie), na jihu ale naopak byly církve ze státu vyloučeny (př. Francie). Faktory, které v Evropě způsobily úpadek tradičních forem náboženství jsou negativní asociace s mocí na Severu a racionalistická alternativa spojená s Francouzskou republikou. Vyšší religiozita zemí jako je př. Irsko a Polsko se dá vysvětlit silnou vazbou mezi náboženstvím a národní identitou, která pravděpodobně vznikla jako reakce na snahu Anglie a Ruska o jejich podrobení [Davie 2007: 62, 63].

společnosti, což zahrnovalo i pokles účasti na náboženských aktivitách, a tak se nadále prohlubovala lhostejnost a nedůvěra vůči náboženství. Díky této české lhostejnosti v kontextu komunistického režimu byla oslabena role náboženství v každodenním životě, a zároveň bylo kvůli politického režimu náboženství považováno za něco utajeného, jako určitá forma protestu. V 70. a 80. letech se vidina náboženství jako protestu rozšířila, a náboženství se tak stalo symbolem naděje a disidentu, nutno však dodat, že se jednalo o spíše politický protest a vyjádření naděje⁴ [Václavík 2016].

Ateismus versus alternativní religiozita

V této části se budu věnovat přístupu Čechů k náboženství a jeho alternativním formám, abych podala co nejlepší popis české náboženské situace. ČR patří mezi nejsekulárnější evropské země [Hamplová 2008: 14] a je dlouhodobě řazena mezi země s nejnižší úrovní religiozity. Dokonce se uvádí, že její silně sekulární profil je výjimkou i mezi dalšími postkomunistickými zeměmi, a že úroveň nevíry českého obyvatelstva lze přirovnat k východnímu Německu a Estonsku [Václavík, Hamplová, Nešpor 2018: 100]. Autoři Vido, Václavík a Paleček dokonce mluví o ČR jako o „zemi zaslíbené pro ateisty“ [Vido, Václavík, Paleček 2016: 1]. To však není tak úplně pravda, neboť česká religiozita se vyznačuje vysokou mírou privatizace a individualizace a celkovou nedůvěrou v tradiční náboženské instituce. Navíc se ukazuje i to, že Češi nejsou tak lhostejní vůči náboženským a duchovním jevům, jak bychom si mohli myslet. Ukazuje se, že jejich religiozita zřejmě funguje trochu jinak, než jak je měřena⁵, a tedy tvrdit, že drtivá většina Čechů jsou ateisté je zrádné – jde o misinterpretaci skutečnosti [Václavík, Hamplová, Nešpor 2018: 101]. „Ateismus“ totiž označuje postoj, kdy člověk absolutně popírá jakékoli formy nadpřirozena, což už ze své podstaty není postoj jednoduchý k zastávání⁶ [Ebertová 2017].

40-50 % Čechů věří v určitou formu transcendence, což značí proměnu náboženských názorů: Bůh je nyní viděn jako nadpřirozená síla, duch nebo životní energie, a náboženská víra se stává spíše nástrojem k individuálnímu rozvoji. Víra se tedy stává spíše spiritualitou, „deinstitucionalizovanou formu religiozity, která se vyznačuje silnou tendencí k synkretizaci a detradicionalizaci náboženských názorů“; jedná se o něco osobního, specifického každému tak trochu jinak [Václavík, Hamplová, Nešpor 2018: 100-112].

V současnosti sice Češi nemají zájem o institucionalizované církevní náboženství, ale tolik se nebrání víře v necírkevní formy religiozity, víře v existenci různých nadpřirozených a magických jevů [Hamplová 2008: 721]. Češi spíše, než v tradiční formy

⁴ Podíváme-li se na situaci po pádu komunismu, dva roky po Sametové revoluci (1991) se 44 % občanů přihlásilo k náboženskému vyznání, méně než 40 % uvedlo, že žádné nemá, a 16 % se odmítlo k této otázce vyjádřit. Tyto hodnoty jsou však výsledkem výjimečné situace opět se transformující společnosti. Počet věřících se dále snižoval, prohlubovaly se regionální rozdíly (věřící se shlukují v oblasti Čech, Moravy a podél pohraničí) [Václavík, Hamplová, Nešpor 2018: 103, 104].

⁵ K měření náboženské víry v ČR se používají různé proměnné, jako příslušnost k náboženské víře, nebo frekvence návštěvy bohoslužeb atd. [Váně, Hásová 2014: 4-11]. Tyto proměnné však nemusí pravdivě reflektovat skutečný stav víry v tradiční formy náboženství. Zároveň ve statistikách měří hlavně tradiční formy religiozity, alternativní formy jsou v tomto ohledu opomíjené.

⁶ Většina lidí se totiž odvolává alespoň př. na karmu, vesmír, nebo na jiné formy, které přesahují lidské vnímání. Skutečným ateistou je tedy jen málokdo. Většina Čechů si „ponechává dostatek prostoru pro pohlčení, aby se posunul do transcendence“ [Hamplová, Nešpor 2009: 593].

religiozity tedy věří v různé typy alternativní religiozity⁷. Podle Hamplové a Nešpora je pro tuto alternativní religiozitu důležitá náboženská socializace⁸ v dětství – tvrdí, že pokud má dítě kontakt s církví, ale ne tak silný, aby se stalo věřícím v tradičním slova smyslu, pak získává představu o existenci nadpřirozena, kterou si s sebou nese, a která se pak přetváří v různé formy alternativní religiozity, kam může spadat i již výše uvedený pohled, kdy je Bůh vnímán spíše jako energie, nadpřirozená síla. Ač se tedy ČR jeví jako silně ateistická, tato detradicionalizovaná alternativní religiozita je zde na druhou stranu běžná [Hamplová, Nešpor 2009: 592-594].

Současná situace

V roce 2022 z celorepublikového sčítání (2021) vyplývá, že oproti roku 2011 klesl počet věřících hlásících se k církvi, náboženské společnosti nebo směru o významných 89, 3 tisíc osob, ještě více (254, 8 tisíc) osob pak přibylo jako věřících nehlásících se k církvi, náboženské společnosti nebo směru. Nejvíce občanů evidujících se jako věřící s příslušností k církvi, náboženské společnosti nebo směru se hlásí k římskokatolické církvi, a nejvíce se jich vyskytuje v Jihomoravském a Moravskoslezském kraji [Český statistický úřad 2021b].

Charakteristiky současné situace náboženství v ČR znázorňuje Tabulka 1, která ukazuje přesné počty příslušníků nejvíce zastoupených církví v jednotlivých krajích, a Tabulka 2, ukazující počet (ne)věřících v jednotlivých krajích, dohromady tyto tabulky ukazují českou věřící populaci. Pro účely práce je zásadní situace v Plzeňském kraji (zvýrazněn). Osoby hlásící se k církvi, náboženské společnosti nebo směru se podle dostupných dat koncentrují do nejstarších věkových skupin. Religiozita roste směrem ze severozápadu na jihovýchod republiky, lidé bez náboženské víry jsou tedy koncentrováni spíše na severozápad, tedy do Ústeckého, Libereckého a Karlovarského kraje, což jsou oblasti odkud se po roce 1945 odsouvalo německé obyvatelstvo. Nejvyšší počty věřících pak mají moravské kraje [Český statistický úřad 2014].

Křesťanství je (z historického i současného hlediska) dominantní forma náboženství v České republice. Zajímavé potom je, že většina Čechů si s náboženstvím obecně ztotožňuje konkrétně Římskokatolickou církev – postoj k ní tedy většinou zrcadlí postoj k náboženství jako takovému [Václavík, Hamplová, Nešpor 2018: 594]. Tento postoj české společnosti však může limitovat možnosti působení samotné katolické církve – mnohé její konkrétní aktivity jsou zastíněny Čechy vytvořeným konstruktem problematické instituce [Václavík 2016: 153].

⁷ Různé formy alternativní religiozity jsou v současnosti rozšířené po celé Evropě, avšak největší oblibě se těší v postkomunistických zemích [Hamplová 2013: 16].

⁸ Náboženská socializace má nejen klíčovou roli v predikci úrovně a typu religiozity [Hamplová, Nešpor 2009: 595], ale zároveň se i jeví jako celkově nejdůležitější faktor související s náboženskými představami jedince. Zatímco dětství prožité v katolické církvi nebo v menších protestantských církvích udržuje víru v tradiční náboženské představy, které se udržují převážně díky časté a pravidelné účasti na bohoslužbách, dětství prožité v Československé církvi husitské naopak zvyšuje zájem právě o alternativní religiozitu. Oproti tomu ukazatele jako věk, pohlaví nebo vzdělání ovlivňují sklon k tradiční vs alternativní religiozitě jen mírně [Hamplová 2008: 712-714].

Tabulka 1: Obyvatelstvo ČR podle náboženské víry a krajů 1 (2021)

Území	Obyvatelstvo celkem	V tom podle náboženské víry			
		Věřící, hlásící se k církvi, náboženské společnosti nebo směru	Z toho		
			Církev římskokatolická	Církev československá husitská	Českobratrská církev evangelická
Česká republika	10 524 167	1 374 285	741 019	23 610	32 577
Hlavní město Praha	1 301 432	150 695	54 863	3 949	5 507
Středočeský kraj	1 415 463	115 570	48 858	3 093	3 459
Jihočeský kraj	631 803	75 579	44 371	1 189	902
Plzeňský kraj	581 436	47 467	22 810	618	924
Karlovarský kraj	279 103	19 088	6 464	325	648
Ústecký kraj	789 098	39 557	13 206	935	1 000
Liberecký kraj	435 220	28 648	10 444	1 479	924
Královéhradecký kraj	538 303	49 754	22 987	2 757	1 373
Pardubický kraj	510 037	61 583	31 184	1 242	2 897
Kraj Vysočina	497 661	103 776	67 695	620	2 867
Jihomoravský kraj	1 197 651	230 654	148 598	3 045	4 206
Olomoucký kraj	619 788	89 593	58 156	1 731	1 254
Zlínský kraj	564 331	155 475	102 833	739	4 350
Moravskoslezský kraj	1 162 841	206 846	108 550	1 888	2 266

Zdroj: Český statistický úřad, 2021a. Obyvatelstvo ČR podle náboženské víry a krajů [online] [cit.: 17. 8. 2022]. Dostupné z: <<https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=SLD210092-KR&z=T&f=TABULKA&skupId=4294&katalog=33525&pvo=SLD210092-KR#w=>>>.

Tabulka 2: Obyvatelstvo ČR podle náboženské víry a krajů 2 (2021)

Území	z toho podle náboženské víry		
	Věřící, nehlásící se k církvi, náboženské společnosti nebo směru	Bez náboženské víry	Neuvedeno
Česká republika	960 201	5 027 141	3 162 540
Hlavní město Praha	136 397	645 956	368 384
Středočeský kraj	107 081	767 306	425 506
Jihočeský kraj	62 275	282 437	211 512
Plzeňský kraj	45 159	301 315	187 495
Karlovarský kraj	20 082	151 389	88 544
Ústecký kraj	47 189	462 065	240 287
Liberecký kraj	30 136	244 171	132 265
Královéhradecký kraj	42 249	279 746	166 554
Pardubický kraj	41 788	248 712	157 954
Kraj Vysočina	49 016	189 326	155 543
Jihomoravský kraj	134 443	495 772	336 782
Olomoucký kraj	63 065	281 458	185 672
Zlínský kraj	64 469	182 575	161 812
Moravskoslezský kraj	116 852	494 913	344 230

Zdroj: Český statistický úřad. 2021a. Obyvatelstvo ČR podle náboženské víry a krajů [online] [cit.: 17. 8. 2022]. Dostupné z: <https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jspx?_afPfm=VYSTUP-objekt&pvo=SLD210092-KR&z=T&f=TABULKA&skupId=4294&katalog=33525&pvo=SLD210092-KR#w=>>.

Vysoký podíl osob, které při sčítání lidu neuvádí, zda jsou náboženského vyznání, je významný fenomén, jehož příčinou může být to, že část těchto občanů jsou nevěřící lhostejní k náboženství (tzv. apatheisté), a část naopak věřící skrývající své náboženské přesvědčení. Nutno dodat, že zda na otázku víry odpoví, nemá prokazatelný vztah k náboženské příslušnosti. V ČR je nižší pravděpodobnost, že osoby se středoškolským nebo vysokoškolským vzděláním, osoby ve věku 20-39 let a osoby žijící ve větším městě, nevyplní otázku studující náboženskou víru, a zároveň, pokud respondent ve sčítání neuvede své vzdělání, národnost, stav nebo ekonomickou aktivitu, výrazně se zvyšuje pravděpodobnost, že neuvede ani náboženské vyznání [Fialová, Nešpor 2018: 227-229].

Věk je v oblasti náboženství důležitým faktorem: ovlivňuje míru religiozity a její formu. Tradiční religiozita (organizované církevní náboženství charakterizované tradiční náboženskou praxí – pod tradiční náboženskou praxí si můžeme př. spojit s konkrétní církevní institucí nebo častější/pravidelnou účastí na bohoslužbách atd.) patří spíše starším generacím. Přesto však souvislost věku a tradiční víry není lineární. Tradiční formy religiozity jsou častější i u generace Husákových dětí a Mileniálů, protože tyto

generace si náboženské preference vytvářely během a po revoluci (1989), tedy bez vlivu protináboženské kampaně socialistického státu. Alternativní formy religiozity, které zahrnují různé náboženské a pseudonáboženské ideje (ideje, postoje a činnosti, které nejsou součástí žádné z oficiálních doktrín tradičních církví) jsou mezi generacemi poměrně rovnoměrně rozloženy, výrazněji se jimi nevyznačují ani mladší, ani starší generace [Váně, Lužný, Štípková 2013: 194-200].

Rozdíly mezi vírou v tradiční formy náboženství mezi jednotlivými generacemi mohou vysvětlit tři procesy ovlivňující tento jev: a) proces stárnutí (předpokládá, že lidé do určité míry do náboženství „stárnou“ – lidé v druhé polovině svého života bilancují, snaží se dát smysl svým životním příběhům a snaží se vyrovnat s myšlenkou vlastní smrti), b) generační změna (tzn. starší generace byly socializovány k alespoň částečné účasti na církevním životě a svátcích, oproti tomu současná vyrůstá bez jakékoli znalosti náboženských tradic) a c) proměny religiózních forem. Z hlediska vyznání a návštěvnosti bohoslužeb jsou Češi značně sekularizovaní. Stále platí, že Češi nemají příliš pozitivní vztah k církvím, náboženským organizacím a vlastně ani k organizovanému náboženství jako takovému. Obdobně nízkou důvěru nalezneme mimo jiné př. v Belgii nebo ve Francii, nejvyšší důvěru k církvím pak vyjadřují Američané, Rusové, Ukrajinci a Portugalci. Alternativní religiozita je v ČR poměrně populární [Hamplová 2013: 49-84].

Vzhledem k tomu, že výzkum situuji do Plzeňského kraje, je důležité znát místní náboženskou situaci. Stejně jako ve zbytku republiky je i v Plzeňském kraji nejrozšířenější církev římskokatolická, ke které se v roce 2021 přihlásilo nadpolovičních 53,9 %, věřících hlásících se k církvi, náboženské společnosti nebo směru, což je v kontrastu se zbytkem republiky pouhých 3,1 % ze stoupenců dané církve. 7,8 % osob se považuje za věřící bez příslušnosti k církvi, náboženské společnosti nebo směru. 51,8 % se považuje za bez náboženského vyznání, a na dotaz náboženské víry odmítlo odpovědět 32,2 % obyvatel Plzeňského kraje. Zajímavé je i to, že 2,2 % (1 030 osob, což není málo) se hlásí k fiktivní náboženské organizaci Jedi (Star Wars) [Český statistický úřad 2021b], náboženská situace v Plzeňském kraji s porovnáním vůči celé ČR je znázorněna v Tabulkách 3 a 4.

Tabulka 3: Obyvatelstvo Plzeňského kraje podle náboženské víry 1 (2021)

Území	Obyvatelstvo celkem	V tom podle náboženské víry			
		Věřící, hlásící se k církvi, náboženské společnosti nebo směru	Z toho		
			Církev římsko-katolická	Církev česko-slovenská husitská	Česko-bratrská církev evangelická
Česká republika	10 524 167	1 374 285	741 019	23 610	32 577
Plzeňský kraj	581 436	47 467	22 810	618	924

Zdroj: Český statistický úřad. 2021a. Obyvatelstvo ČR podle náboženské víry a krajů [online] [cit.: 17. 8. 2022]. Dostupné z: <<https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=SLD210092-KR&z=T&f=TABULKA&skupId=4294&katalog=33525&pvo=SLD210092-KR#w=>>>.

Tabulka 4: Obyvatelstvo Plzeňského kraje podle náboženské víry 2 (2021)

Území	z toho podle náboženské víry		
	Věřící, nehlásící se k církvi, náboženské společnosti nebo směru	Bez náboženské víry	Neuvedeno
Česká republika	960 201	5 027 141	3 162 540
Plzeňský kraj	45 159	301 315	187 495

Zdroj: Český statistický úřad. 2021a. Obyvatelstvo ČR podle náboženské víry a krajů [online] [cit.: 17. 8. 2022]. Dostupné z: <<https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=SLD210092-KR&z=T&f=TABULKA&skupId=4294&katalog=33525&pvo=SLD210092-KR#w=>>>.

Generace Z

Vzhledem k tomu, že výzkum je vystavěn kolem generace Z, je nutné ji definovat a popsat jak ji, tak čím se liší od přechozích, a čím se vyznačuje na českém území. Zařazení do generací je snaha definovat a zobecnit charakteristiky skupiny lidí. V případě generací se jedná o „sociálně diferencovanou skupinu osob, které jsou spojené dobově podmíněným stylem myšlení a jednání a prožívají podstatná období své socializace ve shodných historických a kulturních podmínkách“. Podle Karla Mannheima vzniká v rámci každé generace na základě sdílených názorů a postojů, které jsou vázané na sociální prostředí, tzn. „generační vědomí“. Jestliže existují vhodné podmínky pro rozvoj tohoto vědomí, pak v rámci dané generace vzniká její specifický životní styl. V návaznosti na to je nutné upřesnit, že „žádná nastupující generace není automaticky více progresivní či konzervativní“ než předešlé generace – podle Mannheima totiž největší potenciál a význam každé generace spočívá právě v tom, že je schopna potenciálně jakéhokoli (nového) startu [Kabátek 2020].

Lidé v rámci generace tedy sdílí charakteristiky jako př. rok narození a významné události v kritických vývojových fázích, které následně formují jejich životní styl, hodnoty, chování, myšlení atd. [Dolot 2018: 44]. Členové generace by si také měli být vědomi svých odlišností od ostatních a identifikovat se v termínech a charakteristikách specifických pro generaci [Stoker 2014], tedy nejen identifikovat sebe jako součást generace, ale i identifikovat generaci jako odlišnou od předchozích a nadcházejících. Všeobecné datové vymezení jakékoli generace vlastně není možné, liší se podle autorů a podle země, o které mluvíme. Podíváme-li se na vymezení dle Sladek a Grabinger (2022), americká generace Z zahrnuje jedince narozené 1996-2009. Tabulka 5 popisuje rozdělení amerických generací podle Sladek a Grabinger, zpětně jde až do roku 1946, kdy počítají začátek generace „Boomers“. Tabulka obsahuje podrobný popis jednotlivých generací, a tedy rozdílů mezi nimi. Dále pak př. J. E. White vymezuje generaci jako narozenou mezi lety 1995-2010, tedy mladší 27 let [White 2017].

Tabulka 5: Vymezení amerických generací dle Sladek a Grabinger

	Boomers	Gen X	Gen Y	Gen Z
Narození	1946-1964	1965-1981	1982-1995	1996-2009
Počet	78 mil.	48 mil.	80 mil.	57 mil.
Přezdívky	Me Generation, Love Generation, The Gray Ceiling	Slackers, MTV Generation	Milennials, Echo Boomers, Trophy Generation	The iGeneration, Genneration C (connected), Digital Natives
Charakteristiky	Pracovití, loajální, sebevědomí, cynický, soutěživý	Anti-autorita, vysoce individualističtí, odkázaní na sebe, zaměření na rodinu	Sebevědomí, digitální myslitelé, povýšení, potřební	Realističtí, kreativní, hyper-spojeni
Proč jsou takoví	Nejbohatší, nejzdravější a největší generace své doby. Vychování k dosažení amerického snu.	Děti workoholiků a rozvodu, příchod kabelové televize a počítačů. Vychování tak, aby byli soběstační.	"Micro-managed" rodiči, technologie, vždy odměnění za participaci. Vychování k úspěchu.	Vyrostli v kultuře strachu, mobilních technologií, "helicopter parents", sociálních sítí.
Styl komunikace	Preferují podrobný rozhovor osobně nebo telefonicky. Oceňují setkání. Věří, že "no news is good news".	Preferují blízkou, stručnou komunikaci – ne příliš vysvětlování, klišé nebo firemní žargon. Preferují e-mail.	Upřednostňují častou zpětnou vazbu a řešení problémů pomocí technologie místo telefonátů nebo schůzek.	Upřednostňují vizuální komunikaci prostřednictvím technologií před osobními schůzkami. Očekávají, že budou moci komunikovat kdykoli a kdekoli chtějí.
Problémy, kterým čelí	Tenčící se penzijní fondy, dislokace pracovních míst, rostoucí náklady na zdravotní péči nebo nedostatečné pokrytí zdravotní péče.	Dluhy, péče o malé děti a stárnoucí rodiče, balancování soukromého života a kariéry, zaseknutí v "middle management".	Dluhy, nezaměstnanost, potíže s přechodem z vysoké školy, negativní stereotypy, nejsou bráni vážně.	Hledání identity, nedostatek pracovních příležitostí, rozpad amerického snu, nejsou bráni vážně.
Nedostatky	Mají "been there, done that" přístup, nejsou vždy otevření novým nápadům.	Mají potíže se zavázat, mají "wait-and-see" přístup.	Mají krátké rozpětí pozornosti a vysoké nároky, ptají se "what's in it for me?".	Potřeba struktury, přílišná důvěra ve své znalosti, nedostatek mezilidských dovedností, očekávají rychlé výsledky.

Zdroj: Sladek, Sarah. Alyx Grabinger. 2022. „Gen Z. The first generation of the 21st Century has arrived!.“ *XYZ University* [online] [cit. 15. 7. 2022]. Dostupné z: <https://www.xyzuniversity.com/wp-content/uploads/2018/08/GenZ_Final-d11.pdf>.

Proti tomu česká situace je díky historickému vývoji jiná. Pro porovnání uvádím Tabulku 6 vytvořenou na základě výzkumu Mileniálové (2020). Tabulka popisuje rozdíly

mezi jednotlivými generacemi specifickými pro ČR, rozdíly mezi nimi poukazují právě na historický vývoj a politický režim dané doby. Ani na našem území není vymezení generace jednoznačné, jiné vymezení lze najít př. na stránkách projektu Česko v datech, kde je generace Z ohraničena roky 1995-2014 [Česko v datech 2018]. Porovnáním Tabulek 5 a 6 jsou jasně vidět rozdíly definování a charakteristik amerických a českých generací, př. definici a charakteristiky české generace „Husákových dětí“ bez debaty nelze aplikovat na americké generace ze stejného období, neboť jejich charakteristiky a kontext doby je zásadně odlišují.

Tabulka 6: České generace

	Válečná generace	Baby Boomers	Husákovy děti	Mileniálové	Generace Z
Kdy?	do r. 1945	1946-1967	1968-1982	1983-1997	po r. 1998
Jací jsou?	Zažili nacisty, komunisty, pražské jaro, normalizaci i sametovou revoluci. Budovatelská generace, dnes často rozčarovaná.	Celé to odnesli. Normalizace. Chybí jim uznání a jistoty. Starají se o rodiče i vnoučata.	Jsou na vrcholu. Zažili socialismus i divoké devadesátky. Přestali se ženit a vdávat.	První globalizovaná generace. Jsou online. Volný pohyb přes hranice a svobodu berou jako samozřejmost	Online generace – dnešní teenageři, nezažili dobu bez internetu nebo smartphonů.
Za co utrácejí peníze?	Neutrácejí a spoří.	Utrácejí za rodinu, pomáhají svým dětem i rodičům.	Před nákupem týdny hledají informace, mají rádi věrnostní karty.	Vydělávají, aby si mohli užívat.	Utrácejí za to, co je v kurzu. Běžné nákupy zatím obstarávají rodiče.
Životní hodnoty	Mír, zdraví, rodina.	Klid, izolace a život sám pro sebe. Za všechno může systém.	Finanční zabezpečení a klidný život, mít vlastní bydlení.	Být šťastný a spokojený, užívat si života a mít na to dost peněz.	Mít opravdové přátele a hodně toho zažít.
Jak pracují?	Většinou už nepracují, jsou v penzi. Přibývá pracujících důchodců.	Před revolucí pracovat museli. Po revoluci zkoušejí podnikat.	Nejdřív práce, potom zábava. Nevadí jim ráno vstávat ani pracovat přesčas.	I práce může být zábava. Nechtějí jí ale obětovat všechno.	Pracovat teprve budou.
Dominantní technologie	Rádio, noviny, gramofonové desky, telegram.	Televize, knihy, časopisy, telefony, magnetáky.	Mobil, počítač, walkman, video, dial up. Poslední, kdo si vyvolávali fotky.	MP3, chytrý telefon, připojení k internetu. Notebook už od střední.	Svět vnímají skrze dotykové displeje.

Jak udržují vztahy?	Záleží jim na osobním setkání. Telefonují, někdo zvládne i skypeování v noučatům. Cení si svého soukromí.	Mailují si, esemeskují. Mají účet na Spolužáci.cz, fotky nahrávají na Rajče.cz a mail mají na Seznamu.	Mají Facebook, raději volají, než píšou – je to rychlejší. Vzpomínají na ICQ a korespondenční lístky.	Netelefonují. Mají tisíce aplikací, různé typy pro různé druhy komunikace s různými lidmi.	Natáčejí videa na YouTube, na sítích mají mezi přáteli rodiče, se kterými mají dobré vztahy.
Jak se zdraví? (slovník)	Plantážníci, zdar.	Ahóóóóóóóóó !	Vole, čau.	Pusa na tvář.	Whatsapp.
Co jedí?	Neexperimentují. Dokážou vyjít s málem. Nechtějí utrácet v restauracích, nejlepší jídlo si uvaří sami.	Oběd platí stravenkami. Zažili stovky trendů, co je a co není zdravé, takže jedí jen to, co jim chutná. Rádi pijí.	Jsou rozmazlení a vybíraví. Začali vařit západně a kupovat si časopisy o jídle. Střídají období detoxu a nezřízeného pití.	Jídlo je životní styl. Vaří lokálně a zajímají se o původ potravin. Pili hlavně na střední, teď už jsou víc v klidu.	Jsou zvyklí jíst dobře a zdravě, vařit se učí od malička. Pijí Bubbletea.
Hudba jejich mládí	Škoda lásky, Tino Muff.	Píseň práce, Zpěv svobody, Partyzánská.	Holky z naší školky, Michal David, Elán, Kroky Františka Janečka.	Kelly Family, Dáda Patrasová, Šmoulové.	Justin Bieber, Mimoni.
Proč studovali/studují?	Poctiví studenti, kteří byli vděční, že vůbec mohou studovat.	První generace, pro kterou je VŠ režimní "odměnou". Více než schopnosti rozhoduje třídní původ.	Celý život se učí rusky, ale nikdo rusky neumí. Na VŠ chodili, protože to bylo lepší než jít na vojnu nebo se vdát.	Generace Erasmus. Čím dál víc je zajímavá, CO přesně se studují.	Generace, která se učí online, na dálku, přes YouTube.
S čím si hráli	Kuličky a káča. Hračky na klíček.	Merkur a angličáky.	Céčka. Autodráhy. Mončičáci. Igrácci.	Lego. Game Boy. Barbie.	Minecraft. Xbox. Twitch.
Jak cestují?	Cestování je velký svátek, na který se dlouho připravují. Dlouho nikam nesměli, v 90. letech to doháněli, ale už jezdí jen za příbuznými.	Míří do celého světa, ale nikdy se nesetkávají s místními. Žijí v hotelu a půjčují si auta. Rádi jezdí s rodinou na	Po revoluci vyrazili objevovat svět. Teď už mají rodiny a jezdí s cestovkou, ale sní o dobrodružné exotice. Na	V zahraničí chtějí být lokální. Cestu si plánují sami a pomáhají jim doporučovací algoritmy a Airbnb.	Jezdí s rodiči. Už byli na prodlouženém víkendu v Paříži nebo Římě. Chtějí zdrhnout.

stále stejná
místa. cesty si berou
Lonely Planet.

Sex	Sex je tabu.	Rádi o něm dělají vtipy.	Je to jejich hlavní téma.	Je běžný, není třeba o něm mluvit.	Na sex se těší.
Symbol doby	Oldřich Nový, Adina Mandlová, swing, Pragovka, Rychlé šípy.	Kult osobnosti, kolchoz, Semafor, československá nová vlna.	Disko, panelák, večerníček, Porta, spartakiáda, Mladý svět.	Bravo, Nova, Leoš Mareš, Superstar, Instagram.	Selfie, Youtubeři, Filmy v originálním znění

Zdroj: Word press. 2020. Tabulka Generací. *Forbes speciál* [online] [cit. 15. 7. 2022] Dostupné z: <<http://generace.forbes.cz/tabulka/>>.

Rozdělení do českých generací se od ostatních liší hlavně kvůli historickému vývoji země, je nutné toto rozlišení specifikovat. Mluvíme-li o generaci X, mluvíme o tzv. „Husákových dětech“, narozených v období sedmdesátých a osmdesátých let minulého století [Word Press 2020], které vyrůstaly v období normalizace. Po Sametové revoluci se jim po mnoha letech omezeného cestování otevřel svět, na což navazují rozšířené možnosti studia atd. Generaci Y (Mileniálové) pak patří „období optimismu“ zapříčiněné pádem komunismu Generace Z tvoří cca 20 % populace ČR, což je přibližně stejné zastoupení jako mají generace X (Husákovy děti) a Y (Mileniálové), nad nimiž převládají tzv. Baby boomers (cca 26 %). Specifické je pro ni období nejistoty spojené s 11. zářím 2001 a se světovou finanční krizí (2008). Ostře je však od předchozích generací odlišuje jejich přístup k moderním technologiím a internetu [Česko v datech 2018]. Pro lepší pochopení rozdílů mezi českými generacemi viz Tabulka 6.

Generace Z versus ostatní generace

Pojmenování „Z“ je pro druhou nejmladší generaci zřejmě velmi příhodné⁹, protože dospívají ve stínu toho, co mnozí nazývají jako nejrušivější desetiletí minulého století. Z tohoto důvodu by její příchod mohl znamenat konec jasně definovaných rolí, tradic a zkušeností – oproti generaci X se př. změnil koncept rodiny, sexuality, i pohlaví [White 2017]. Nejvýznamnější následky finanční, ekonomické a ekologické krize budou dopadat právě na tuto a mladší generace. Zároveň je první generací s neomezeným přístupem do digitálního světa, který už vnímají jako součást toho reálného. Od předchozích generací je odlišuje i příslib výrazně prodloužené životnosti [Sladek, Grabinger 2022: 1].

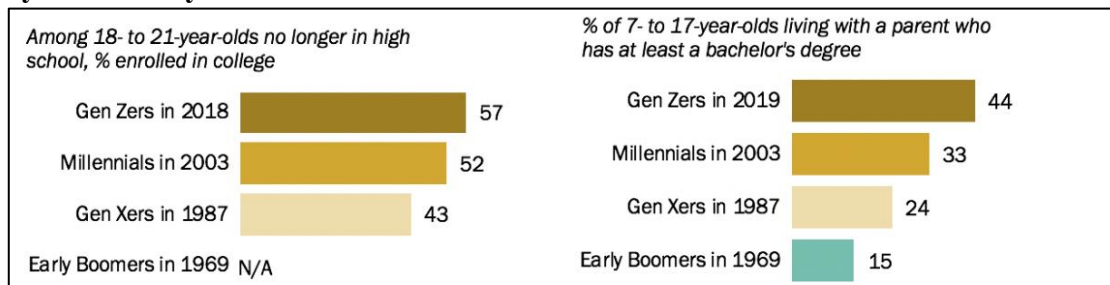
Povahově se generace Z zdá být více realistická než předchozí generace X, neboť na vlastní oči viděla dopady událostí jako je 11. září 2001, násilí na školách, ekonomická

⁹ Zajímavé je také to, že někteří autoři zastávají názor, že generace Z je jedna z posledních generací, o kterých se bude mluvit – připisují to rychlosti kultury a náhlým každodenním změnám všeho druhu, díky nimž může být jakákoli generace, a dokonce i samotné rozdělování do generací označeno za zastaralé. V budoucnosti totiž zásadní změny a události ovlivňující životní styl budou nastávat tak rychle za sebou, že už nebude vhodné mluvit o nich jako o „generacích“ [White 2017].

krize atd. [Anotale 2013]. Dále ji autoři Sladek a Grabinger charakterizují jako kreativní, což se odráží ve schopnosti multitaskingu a víceúčelového zaměření. Americká psychologická asociace upozorňuje na to, že schopnost zvládat stres se postupně snižuje, což dělá z generace Z nejvíce vystresovanou generaci. Významnou příčinou stresu je vysoká konkurence se svými globálními vrstevníky¹⁰, s čímž okrajově souvisí i další specifikum generace: hledání identity. Zatímco předešlé generace se identifikovaly podle pohlaví, rasy atd., v současné době už tato kritéria nejsou považována za vhodná (politicky nekorektní) pro definici osoby, což vede ke zmatení a dlouhému hledání vlastní identity [Sladek, Grabinger 2022: 5-9]. Nutno dodat, že svou identitu jistě hledaly i předchozí generace, v současnosti však dochází k rozšíření spektra, v rámci kterého se generace Z identifikuje. Spadají sem př. genderové identity jako „bigender“, „agender“, „non-binary gender“ atd. [Abrams 2020].

Průzkum Pew Research Center (2020) tento aspekt také reflektuje. V současnosti se představy o genderové identitě rychle mění, podle průzkumu je velmi pravděpodobné, že generace Z zná osobně někoho, kdo používá neutrální zájmena (oproti předešlým generacím). Podle tohoto výzkumu je generace Z také „na dobré cestě stát se dosud nejlépe vzdělanou generací“, protože je u ní méně pravděpodobné, že předčasně opustí střední školu, a zároveň velmi pravděpodobné, že se pokusí ve studiu pokračovat na vysoké škole. Vliv na tento jev však mají i předchozí generace, neboť pro generaci Z (oproti předchozím generacím) je také více pravděpodobné, že mají vysokoškolsky vzdělané rodiče, což můžeme vidět na Grafu 1 [Pew Research Center 2020].

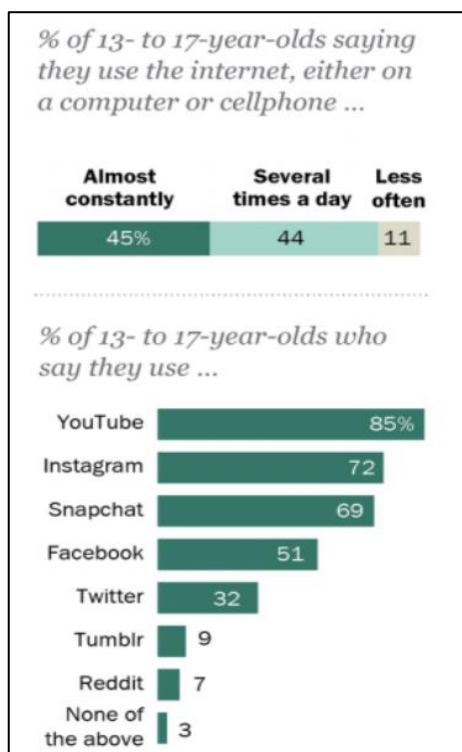
Graf 1: Generace Z pravděpodobně nastoupí na vysokou školu a budou mít vysokoškolsky vzdělané rodiče



Zdroj: Pew Research Centre. 2020. „On the Cusp of Adulthood and Facing an Uncertain Future: What We Know About Gen Z So Far“. Pew Research Centre [online] [cit. 1. 3. 2022]. Dostupné z: <https://www.pewresearch.org/social-trends/wp-content/uploads/sites/3/2020/05/PSDT_05.07.20_genz-2.png?resize=789,405>.

¹⁰ Nyní se podle Edmunse a Turnera formuje již druhá globální generace, která sdílí informace za hranice, a mají tak až globální dopad. První globální generace spadá do období 60. let 20. století, ale její globální dosah byl omezenější. Pro globální generace jsou zásadní dva faktory spojené s moderní dobou: a) růst elektronických forem globálních komunikačních teorií a za b) nárůst mobility, cestovního ruchu, vzdělání a globálních trhů práce [Edmunds, Turner 2005: 573].

Graf 2: Trávení času online generace Z



Zdroj: Zdroj: Pew Research Centre. 2020. „On the Cusp of Adulthood and Facing an Uncertain Future: What We Know About Gen Z So Far“. Pew Research Centre [online] [cit. 1. 3. 2022]. Dostupné z: <https://www.pewresearch.org/social-trends/wp-content/uploads/sites/3/2020/05/PSDT_05.07.20_genz-8.png?resize=260,887>.

Generace Z je dále více globální, k tomu přispívá hlavně neomezený přístup k internetu, informacím a sociálním sítím, které nejen že umožňují celosvětovou komunikaci, ale také snazší sdílení kultury a mnoho dalšího. Na Grafu 2 vidíme výsledky průzkumu Pew Research Center (2020) o generaci Z a času, který tráví online. Nejpopulárnější platformou generace je YouTube, v závěsu za ním je sociální síť Instagram, která se také soustředí na vizuální stránku, a po ní následují komunikační sociální sítě jako Snapchat, Facebook atd.¹¹ [Pew Research Center 2020].

Generace Z dokáže současně aktivně fungovat v reálném i virtuálním světě, neboť je vnímá a využívá jako vzájemně se doplňující. Zpětnou vazbu dávají a očekávají, komunikační proces vnímají jako oboustranný. Oproti předešlým generacím jsou v oblasti internetu tak zběhlí, že ho už jen nevyužívají, ale spíše ovládají a podílí se na vytváření jeho obsahu¹². Významným specifíkem pro generaci Z je rychlost, která však

¹¹ Za důsledek digitalizace a přístupu k internetu lze považovat tendenci generace učit se spíše vizuálně (př. pomocí videí – viz umístění YouTube v Grafu 2), a také to, že většinu věcí se nemusí učit nazpaměť, neboť mají potřebné informace vždy po ruce. Jako negativní charakteristiku generace Z pak můžeme uvést nedostatek pracovních zkušeností. Jednou z příčin tohoto problému je současná automatizace práce [Sladek, Grabinger 2022: 4, 5].

¹² V případě nejmladší generace tedy mluvíme o nové úrovni využívání moderních technologií, mlutitaskingu v reálném i virtuálním prostředí a schopnosti nejen získávat, ale i utvářet veřejně sdílené

není očekávána jen ve světě virtuálním, ale i v reálném, což se nejvíce odráží na představě rychlého a snadného dosažení profesionální kariéry¹³. Generace Z je oproti generacím předešlým jen hrubě prozkoumána, její charakteristiky, názory a hodnoty jsou však po celém světě sledovány s pozorností a zájmem [Dolot 2018: 44, 45].

Generace Z v kontextu české politické scény

Co je to generace Z už víme, nyní ji musíme zasadit do českého politického kontextu, kterému se věnuji proto, že generaci Z zkoumám z hlediska jejich vlivu na veřejné dění, jehož nedílnou součástí je i politika. Vzhledem k tomu, že ČR je postkomunistickou zemí, byl zde stejně jako v dalších zemích, identifikován nedostatek důvěry v politické instituce a interpersonální důvěry, což podkopává demokratickou vládu. Dochází zde k efektu „zklamání z demokracie“, neboť nebyla splněna vysoká očekávání od poměrně nového demokratického uspořádání, ba naopak se demokracie začala spojovat spíše s ekonomickými problémy, korupcí a nejistotou. Na tento pokles důvěry a demokratické podpory brzy navázal růst politické nespokojenosti [Linek et al. 2017: 12-21].

V případě ČR byla veřejná zkušenost a výchozí situace v 90. letech odlišná od západních zemí: před přechodem k demokracii byly sociální a veřejné služby zdarma poskytovány státem. Při přechodu do nového demokratického režimu došlo k omezení role státu v ekonomice a poskytování služeb, tzn. že sociální služby byly do určité míry privatizovány, a život se v tomto ohledu tak trochu zkomplikoval. V 90. letech většina české veřejnosti preferovala sociálně tržní ekonomiku, tzn. požadovala, aby měl stát klíčovou roli v oblastech jako poskytování sociální péče. Tyto postoje české společnosti jsou velmi stabilní v čase, jen zanedbatelně souvisí se socioekonomickým statutem občana, a i když se v podstatě jedná o kladný postoj k vidině sociálního státu, nejsou vázány s volbou levicových stran¹⁴ [Linek, Petrušek, Bašná 2020: 244-248].

Obecně v ČR od konce 90. let klesá podíl nejmladší skupiny voličů, a naopak roste podíl voličů starších 50 let [Linek 2013: 4]. Klesající zájem o volby nemusí nutně znamenat problém pro českou demokracii, pokud je zároveň vyvažován jinými formami politického vyjadřování, jako jsou petice, demonstrace, internetový aktivismus atd. Tyto alternativní formy politického vyjadřování jsou specifické právě pro mladší generace – je možné, že tyto generace v návaznosti na jejich negativní hodnocení politiky jako takové politických představitelů a politických institucí ztrácejí zájem o staré způsoby participace

informace. Jsou zvyklí využívat technologie v každodenním životě, a virtuální prostředí je pro ně přirozené [Sladek, Grabinger 2022: 10-12].

¹³ Vidina postupného zdlouhavého profesního rozvoje je pro generaci Z velmi neatraktivní, jsou si však vědomi, že rychlý kariérní postup je spíše mýtus. Oproti ostatním generacím zároveň nepřikládají nijak velkou důležitost pracovní stabilitě, naopak běžně mění pracoviště a zaměření [Dolot 2018: 45].

¹⁴ V návaznosti na to podpora vidiny sociálního státu (vidina toho, co by měl stát obstarávat v souvislosti s předešlým režimem může odrážet hodnoty jednotlivce) bývá o něco silnější u starších generací (žily v komunistickém režimu a často projevují důvěru v jeho cíle, není to však podmínkou). Při ekonomické krizi pravděpodobně dojde k nárůstu podpory institucí sociálního státu, v období ekonomického růstu bude jeho podpora naopak nižší, a to proto, že ekonomický kontext silně ovlivňuje představy lidí o riziku ztráty zaměstnání a příjmu [Linek, Petrušek, Bašná 2020: 244-248], a tedy životní jistoty.

(účast na volbách), a tedy hledají nové způsoby, jak dění ovlivnit [Linek et al. 2017: 8-12].

V ČR existuje poměrně významná skupina voličů, kteří dlouhodobě podporují stejnou politickou stranu – tuto dlouhodobou tendenci označujeme jako „stranickou identifikaci“. Linek a Lyons uvádí, že každý druhý český občan nemá žádnou vazbu ke konkrétní politické straně, což znamená, že tito občané mohou být při volbách přesvědčeni o podpoře strany „na základě krátkodobých vlivů spojených s volební kampaní“ [Linek, Lyons 2007: 5, 6].

Na politickém dění častěji participují vzdělaní lidé. I v ČR platí: čím vyšší vzdělání, tím vyšší účast; lidé s nejvyšším vzděláním se častěji účastní i nevolební politické participace [Linek, Petrúšek 2018: 524]. Významný rozdíl mezi mladšími a staršími generacemi je pak v případě členství v politických stranách: tam výrazně převažují příslušníci starších generací, a zároveň je mezi nimi značné množství komunistů a křesťanských demokratů. Proti tomu mladší generace více participují na alternativních formách politického vyjadřování (př. petice, demonstrace) [Linek et al. 2017: 11].

To, že tato generace postupně vstupuje na pracovní trh znamená také to, že je i nejmladší generací, která má vliv na další důležitý aspekt života, a to na politické dění. V rámci této práce jsem pro vymezení generace Z zvolila vymezení dle výzkumu Mileniálové (2020), který generaci Z definuje jako narozenou po roce 1998. To znamená, že nejstarším zástupcům generace je 25 let, nejmladším s právem volit pak 18 (narození v roce 2005). Podle studie organizace PAQ Research (listopad 2021) se volební účast u české generace Z v posledních volbách do Poslanecké sněmovny¹⁵ zvýšila o poměrně výrazných 11 % (z 52 na 62 %) [Prokop, Komárek, Fabšíková 2021: 7].

Vzhledem k tomu, že tuto stopu vyšší volební účasti často způsobuje právě stabilizace formujících se politických názorů v „impressionable years“¹⁶ [Stoker 2014], můžeme usuzovat, že v poslední době pravděpodobně došlo k impulsu k vytvoření si návyku volit. Pokud se bude celková volební účast i nadále zvyšovat, můžeme soudit, že ve společnosti dochází k důležitým změnám, neboť právě ty jsou častou příčinou významné změny volební účasti. Na volební účast má významný vliv i to, jak se v očích voličů proměňují očekávané užítky z participace¹⁷ [Linek 2011: 20].

¹⁵ Volby do Poslanecké sněmovny jsou obecně považovány za nejdůležitější v zemi, neboť mají přímý vliv na složení vlády [Linek 2011: 1]. Přesto se jich však účastní poměrně nízké procento obyvatelstva, účast na nich pravidelně osciluje kolem 60 %. Generace Z se k volbám dostává poprvé v roce 2013, kdy byla druhá nejnižší volební účast pro volby do Poslanecké sněmovny, dosáhla pouhých 59, 5 % [Linek 2015: 77].

¹⁶ Období formování politické identity, přesvědčení a postojů se nazývá „impressionable years“. Zahrnuje období dospívání po ranou dospělost. V tomto období se politické identity a postoje postupně stabilizují, a budují se návyky, které bývají následovány i v pozdějším životě [Stoker 2014].

¹⁷ Tzn. čím vyšší jsou očekávané užítky pro jedince, tím vyšší pak bývá volební účast, neboť cílem voliče je maximalizace užitků. Na pokles a nárůst volební účasti má tedy vliv to, jak voliči vnímají rozdíly mezi stranami a jejich cíli: pokud si budou strany v očích voličů až příliš podobné, volební účast pravděpodobně nevrstne, voliči totiž necítí potřebu se vybírat kvůli vidině stejného nebo velmi podobného výsledku ať už se rozhodnou pro možnost a) nebo b) [Linek 2011: 5].

Rozhodujícím faktorem volební účasti mladých, kam řadíme i generaci Z, je vzdělání¹⁸ [Prokop, Komárek, Fabšíková 2021: 6, 7]. Určitá část generace Z ještě nedosáhla dospělého věku (narození 2005 a později), a tedy nevolí, i tak ale máme data o názorech týkajících se politického dění části z nich: studentů středních škol. Vzdělávací program JNS, který spadá pod organizaci Člověk v tísni na toto téma pravidelně pořádá celorepublikové šetření, kde zjišťují hodnoty a postoje studentů různých typů středních škol. Ze šetření z roku 2020 vyplývá, že za největší problém v této oblasti považují studenti politickou reprezentaci (69 %). Zároveň došlo k proměně voličské sympatie a stranické preference studentů. Nadále roste důvěra v EU – (spíše) kladně ji hodnotí 74 % studentů. Mezi další reflektované problémy, kterým studenti přikládali důležitost, jsou klimatické změny, války a konflikty a pandemie COVID 19. Dále také vzrostl zájem volit, ochota je oproti předešlým šetřením vyšší zejména u studentů gymnázií. I tak ale 28 % studentů uvedlo, že neví, koho by volilo [JSNS 2020: 23, 30, 93].

Pro zvýšení volební účasti je nutné mladé voliče přesvědčit o smysluplnosti voleb, neboť většina dlouhodobých změn se děje právě pomocí generační výměny [Linek 2013: 19]. Jako nejčastější příčiny nízké osobní angažovanosti mladých lidí vidí znechucení politikou a společenským děním, malou informovanost o způsobech zapojení a strach z posměchu, nicméně podporu ochoty podílet se na řešení společenských problémů cítí 28 % studentů. 41 % je ochotných být veřejně aktivní. Pro studenty je atraktivnější role politika než politické stranictví. Více než polovina studentů věří, že má dostatek informací a aktuálních společenských a politických tématech [JSNS 2020: 34, 62].

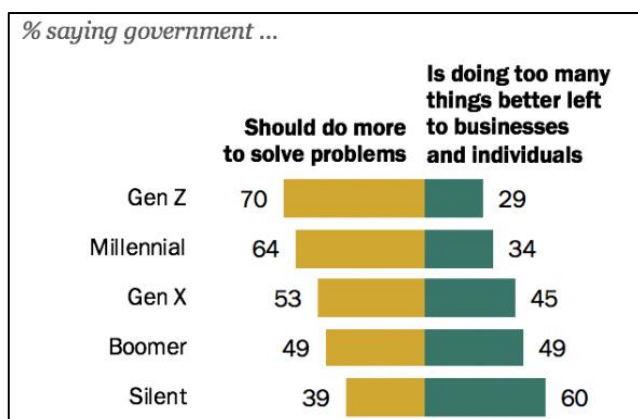
¹⁸ Ve věkovém rozmezí 18-34 let mělo 70 % voličů, kteří se v roce účastnili voleb do Poslanecké sněmovny, maturitu nebo vysokoškolské vzdělání. V souladu s tím je i celkově vysoká volební účast studentů, která se oproti volbám v roce 2017 zvýšila o 18 %, v čimž kontrastuje poměrně nízká účast nestudujících do 27 let (tedy generace Z). Zajímavým jevem je rozdělení mladších voličů na dva opoziční tábory: 34 % volilo koalici SPOLU, 40 % pak opoziční PirSTAN [Prokop, Komárek, Fabšíková 2021: 13].

Angažovanost

Slovo „angažovanost“ znamená účastnost, zájem se prosadit [Slovník cizích slov 2023]. V rámci práce hodlám využít angažovanosti jako posuzovacího faktoru, na kterém budu zkoumat jaký vliv mají (ne)věřící na veřejné dění. Občanská angažovanost je důležitá pro fungování a budoucnost demokracie, ale také pro osobní rozvoj jedince. Z textu Flanagana a Levinea odvozují, že angažovat se v současnosti lze př. v rámci komunitní dobrovolnické práce, v různých projektech organizování mládeže a aktivismu, v rámci nabídek zprostředkovaných školou, v aktivních zálohách a v mnoha dalších oblastech. Je důležité konstatovat, že příležitosti k občanské angažovanosti nejsou rovnoměrně rozprostřeny napříč společností, což je poměrně nešťastné nejen proto, že se tento fakt promítá do politické participace, ale i proto, že je občanská angažovanost klíčovou součástí přechodu mezi adolescencí a zralou dospělostí. Mezi důvody angažovanosti patří př. pocit ztotožnění s komunitami (chtějí do nich přispět a podílet se na veřejném dění), touha přinášet nové pohledy a způsoby řešení problémů, chtějí někam patřit („někam“ patřit dodává jejich životu smysl, který nesouvisí s osobním ziskem). Zároveň spolupráce s někým za účelem dosažení veřejně prospěšného cíle jim pomáhá vytvářet si sociální síť a získávat různé vzdělávací a pracovní příležitosti [Flanagan, Levine 2010: 159-170].

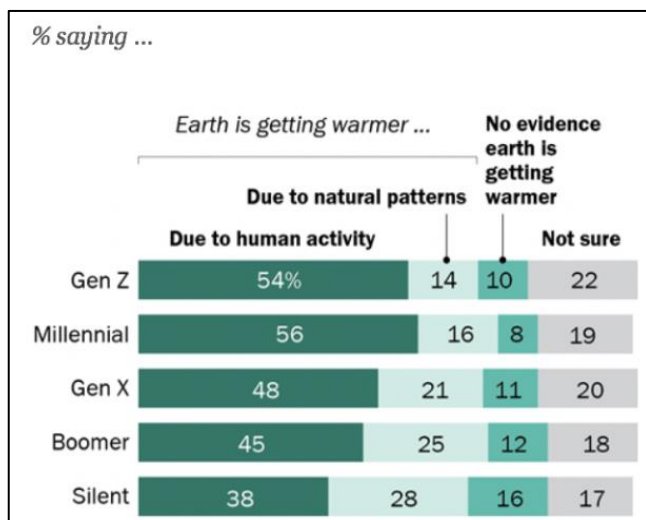
Výzkum Pew Research Centre (2020) zjišťuje, že konkrétně u generace Z je více pravděpodobné, že se při řešení problémů obrátí na vládu než u předchozích generací, které se obracely na podniky a jednotlivce – většina generace Z zastává názor, že by se vláda měla více angažovat při řešení problémů (viz Graf 3). Zároveň jsou mladší generace „hlasitější“ v boji proti globálnímu oteplování, a snad i více vědomi jeho dopadů a příčin (viz Graf 4) [Pew Research Centre 2020], což může vést k větší angažovanosti v boji za životní prostředí.

Graf 3: Generace Z chce aktivní vládu



Zdroj: Zdroj: Pew Research Centre. 2020. „On the Cusp of Adulthood and Facing an Uncertain Future: What We Know About Gen Z So Far“. Pew Research Centre [online] [cit. 1. 3. 2022]. Dostupné z: <https://www.pewresearch.org/social-trends/wp-content/uploads/sites/3/2020/05/PSDT_05.07.20_genz-3.png>.

Graf 4: Generace Z a Mileniálové s největší pravděpodobností říkají, že změna klimatu je způsobena lidskou činností



Zdroj: Zdroj: Pew Research Centre. 2020. „On the Cusp of Adulthood and Facing an Uncertain Future: What We Know About Gen Z So Far“. Pew Research Centre [online] [cit. 1. 3. 2022]. Dostupné z: <https://www.pewresearch.org/social-trends/wp-content/uploads/sites/3/2020/05/PSDT_05.07.20_genz-4.png>.

S angažovaností úzce souvisí také aktivismus. V poslední době můžeme slyšet heslo „aktivismus je synonymem kultury mládeže“. Generace Z se, stejně jako předchozí generace, participuje na veřejném dění prostřednictvím aktivismu, ale v tomto ohledu se od předchozích generací liší tím, jak vzájemně komunikují, mobilizují se a shromažďují podporu. Podstatná část aktivismu dnešních mladých lidí je poháněna frustrací¹⁹ [Carnegie 2022].

Už výše jsem o generaci Z mluvila jako o generaci, která je obklopena technologiemi, a většinu času tráví ve virtuálním světě, a tak jistě není překvapivé, že právě do digitálního prostoru přenáší i svůj aktivismus²⁰. Ohlédneme-li se do nedávné situace pandemie Covid-19, výzkum London School of Economics and Political Science upozorňuje, že jedinci, kteří v dospělém věku zažijí pandemii (Covid-19, virus Zika, Ebola, a další) pravděpodobně mají negativní postoje vůči vládě, a to i dlouho po překonání dané pandemie. To může vést k frustraci, které pak vede právě k větším tendencím k aktivismu, zvláště pak právě u mladších generací (oproti starším), které se

¹⁹ Generace Z zažívá jedinečnou sadu překážek, kam můžeme řadit Velkou recesi (2008), ale i nedávnou pandemii Covid-19, která ještě zvýraznila globální nerovnosti, a v popředí je i diskuze o klimatických změnách a globálním oteplováním, protože ohrožují planetu, na které má generace Z ještě nějakou dobu žít. Neustálý tlak a zprávy o ponuré realitě současnosti vede mladší generace k tomu, aby se aktivně podíleli na diskuzi a řešení těchto problémů. To vede k tomu, že se generace Z (a mladší generace alfa) zapojuje a angažuje obecně dříve, než předchozí generace. Příkladem může být známá aktivistka soustředící se na životní prostředí, Greta Thunberg, která vedla svůj první protest v pouhých patnácti letech [Carnegie 2022].

²⁰ Různé platformy v digitálním světě umožňují se projevat jinak než př. ve školách, univerzitách, nebo na pracovištích. Neustálý přísun zpráv, kterému je generace Z díky svému neustálému připojení k internetu, nejen podněcuje jejich aktivismus, ale jeho negativní stránkou je vyvolávání úzkosti – zprávám o současném stavu světa, ať už se bavíme o globálním oteplování, válce na Ukrajině, nebo zakázání potratů ve Spojených státech, zkrátka nelze uniknout [Carnegie 2022].

obecně vyznačují větším pohoršením ohledně vlády a jiných forem politické participace. Dokonce, podle výzkumu Cambridge University, spokojenost s demokracií nejprudčeji klesá právě u nejmladších generací, stejně prudce klesá i jejich důvěra v instituce [Carnegie, 2022]. Angažovanost a aktivismus jsou tedy důležitou součástí života mladších generací, konkrétně generace Z, Mileniálů, ale i budoucích generací.

Metodologie

Pro vypracování práce jsem se rozhodla pracovat s definicí generace Z z již zmíněného výzkumu Mileniálové (2020), který ji definuje jako narozenou po roce 1998. Pro tuto definici jsem se rozhodla, protože je specifická českému kontextu, a výzkum poskytuje jasný přehled rozdílů mezi generacemi (viz Tabulka 6). Protože se sama do generace spadá, posoudila jsem vymezení z výzkumu Mileniálové z vlastní perspektivy, a popis mi přišel adekvátní. Zároveň se jedná o nedávnou analýzu, tedy je stále aktuální. Protože výzkum nestanovuje horní hranici řazení do generace, stanovila jsem ji pro potřeby výzkumu na rok 2002, jedincům narozeným v roce 2002 je v době konání výzkumu (2023) mezi 20 a 21 lety. Tento milník jsem zvolila, protože tak zvyšuji pravděpodobnost, že se respondenti angažují dlouhodobě, a tedy budou pravděpodobně schopnější reflektovat vliv angažovanosti na ně a na okolí. Jako porovnávací aspekt mezi věřícími a nevěřícími a jejich vlivu na veřejné dění jsem zvolila angažovanost. Respondenty jsem tedy hledala mezi angažovanými lidmi mezi 20-25 lety.

Výzkum situuji do Plzeňského kraje, a to především kvůli dostupnosti respondentů a nedostatečným prostředkům se soustředit na širší okolí. Podmínkou účasti na výzkumu tedy je, aby se respondent angažoval právě na území kraje. Respondenti byli získáni přes osobní známosti a oslovení respondentů probíhalo přes soukromé zprávy na sociálních sítích Instagram a Messenger, popřípadě zprávy SMS.

V rámci práce porovnávám dvě skupiny, skupinu angažovaných věřících a skupinu angažovaných nevěřících²¹. Pro respondenty z obou skupin platí, že se musí angažovat v minimálně jedné oblasti, kde jejich aktivita ovlivňuje veřejné dění. Aby mohli být respondenti zařazeni do skupiny angažovaných věřících, pak se sami musí jako věřící identifikovat ve smyslu příslušnosti ke konkrétnímu vyznání, př. jeden z respondentů byl vychován ve věřící rodině, avšak sám uvedl, že se jako věřící necítí, a tedy byl zařazen do skupiny angažovaných nevěřících.

Výzkumu se zúčastnili tři angažovaní věřící a tři angažovaní nevěřící. Oblasti, ve kterých se respondenti angažovali se lišily, ale pokrývaly širokou škálu možností: někteří se angažovali v oblasti politické sféry, jiní v rámci charity a neziskových organizací, skautů, projektů spadající pod farnosti či náboženské organizace atd. Podarilo se mi oblasti angažovanosti věřících a nevěřících zrcadlit: věřící i nevěřící respondenti se angažovali v politické sféře, v neziskových a podobných organizacích, ale také mimo oficiální organizace, které reflektovaly jejich osobní zájmy a měly dopad na veřejné dění.

Rozhovory probíhaly na místech vybranými respondenty, abych zajistila co nejpříjemnější prostředí a hladký průběh rozhovorů. Pokud neměli preferované místo, navrhla jsem některou z kaváren v okolí centra Plzně. Průměrná délka rozhovoru je 32, 5 minuty. Strukturu rozhovoru (viz Tabulka 7 v Seznamu příloh na straně 43) jsem sestavila tak, aby co nejlépe odrážela respondentův vztah a postoj k angažovanosti v různých oblastech. Jednalo se o polostrukturované rozhovory²². Kvůli zachování anonymity respondentů nebudu uvádět všechny oblasti jejich angažovanosti, neboť konkrétní kombinace by je mohla prozradit. Zároveň bylo každému z nich přiřazeno nové jméno.

²¹ Nevěřící ve smyslu, že se nehlásí se k oficiální církvi, a neidentifikoval se jako věřící.

²² Každému rozhovoru předcházelo rychlé seznámení, poté vysvětlení záměru výzkumu, a následně rozhovor proběhl. Po rozhovoru jsem každému z respondentů poděkovala, a strávila s nimi krátkou chvíli, kdy jsem buď odpovídala na jejich doplňující otázky k výzkumu a mé práci.

Při přiřazování jmen jsem hleděla na přání respondentů, pokud si jméno vybrali sami, jsou vedeni právě pod ním, pokud ne, bylo jim náhodně přiřazeno mnou. Pro přehled respondentů viz Tabulka 7. Rozhovory jsem následně přepsala, a v rámci analýzy jsem provedla jejich kódování, jehož příklady budou popsány níže.

Tabulka 8: Přehled respondentů

Přezdívka	Zařazení
Tomáš	Angažovaný nevěřící
Roman	Angažovaný nevěřící
Tereza	Angažovaná nevěřící
David	Angažovaný věřící
Anna	Angažovaná věřící
Theofil	Angažovaný věřící

Zdroj: Pro potřeby práce vytvořila Šárka Vimrová

Při výzkumu jsem si vedla terénní deník, kam jsem po každém rozhovoru zapsala jeho průběh, poznámky k výpovědi a hodnocení rozhovoru, tedy zda probíhal hladce, u kterých otázek respondenti váhali s odpovědí, zda došlo k přerušení apod. Deník mi byl pomůckou při rozhovorech a oporou pro kritickou reflexi práce.

Interpretace výsledků

V následující části představím výsledky analýzy rozhovorů, kterou jsem rozdělila do několika částí, které postupně pokrývají kde a jak se respondenti angažují, jak angažovanost vnímají, jaké jsou motivace, které je vedou k angažovanosti v různých oblastech, jak jejich blízké okolí vnímá jejich angažovanost, jaké vnímají dopady své angažovanosti apod. Vzhledem k tomu, že mezi sebou porovnávám dvě skupiny respondentů, snažím se hledat podobnosti a rozdíly mezi věřícími a nevěřícími. Více se však věnuji skupině věřících respondentů a možným provázání jejich angažovanosti s vírou, a poté se blíže věnuji analýze angažovanosti v rámci politické sféry, neboť se jedná o specifický typ vstupování do veřejného prostoru. V neposlední řadě pak popíšu témata vlivu sociálních sítí na angažovanost a reflexi vnímání angažovanosti českou společností, jimž se v rámci rozhovorů samovolně věnovali někteří respondenti.

Co znamená angažovanost?

Než jsme se vůbec mohli pustit do rozhovoru o angažovanosti, bylo důležité zjistit, co přesně si pod tímto pojmem respondenti představují a co pro ně znamená. Připomenu, samotný význam slova jako takového je „účastnost, zájem se prosadit“ [Slovník cizích slov 2023]. Všichni respondenti definovali angažovanost přes „zapojení se“, a zároveň toto zapojení vztáhli na určitou oblast, v čemž se jejich představy trochu lišily. Roman říká:

„Představoval jsem si pod tím nějaký aktivní zapojení do nějakýho projektu, nebo nějaký sféry.“

Stejně jako Roman, další dva respondenti použili ve své definici slovo „aktivní“, nebo „aktivita“, a v podstatě všichni nějakým způsobem aktivitu reflektovali v průběhu rozhovoru, z čehož je jasné, že pokud se jedinec angažuje v rámci mnoha oblastí, organizací, aktivit, pak v jistém momentě musí začít prioritizovat, kde se bude angažovat více a kde méně aktivně. Svou roli v tomto hraje čas, neboť generace Z teď vstupuje na pracovní trh, (a) nebo studuje na vysokých školách, obojí je časově náročné. Při rozhovorech se ukázalo, že většina respondentů byla angažována ve více oblastech, a tak mnozí z nich ve svých výpovědích reflektovali i to, že v rámci některých aktivit jsou spíše pasivními než aktivními účastníky. Jako hlavní důvod byl uváděn právě nedostatek času kvůli aktivní angažovanosti v jiných oblastech. Tomáš se k tomuto vyjadřuje následovně:

„Feministický kroužek teďka trošku flákám poslední dobou, protože už na to nemám čas.“

Odvozují tedy, že v rámci vlastního uvažování zahrnují do pojmu angažovanost i pasivní účast na zvoleném projektu, avšak jsou si vědomi a rozeznávají rozdíl mezi aktivitou a pasivitou. Tři z respondentů pak v rámci vlastní definice angažovanosti pak upřesňují její zaměření na dění kolem sebe:

„Angažovanost je prostě nějaký jako zapojení se do nějakýho formování prostě, jako prostředí kolem sebe? Nebo takhle si to představuju já.“ – Tomáš

„(...) že se mladí lidé, (...) pohybují ve veřejné sféře a ve třetím sektoru, to znamená politika, nějaký aktivismus, a tak dále.“ – Theofil

Centrem definice angažovanosti je tedy „zapojení se“, respondenti rozuměli významu jako takovému, a ten pak vztahovali na sebe a na svoji angažovanost. Pokud bych se měla pokus definice skloubit dohromady, řekla bych, že generace Z vnímá angažovanost jako (aktivní) zapojení do dění kolem sebe s dopadem na veřejnou sféru, „být angažovaný“ znamená být součástí kroužků, spolků, organizací apod., kde se mohou zapojovat do činností, které mají dopad na okolní dění a prostor. Definice věřících a nevěřících se nijak výrazně nelišily. V rámci analýzy jsem výše zmíněné definice a dodatky k nim označila jako primární kód „význam angažovanosti“.

Co je vede k angažovanosti?

Při otázce na počátky angažovanosti vyvstávala jak u věřících, tak nevěřících jedna spojitost: skaut. Jen dva z respondentů neměli na skauta žádné vazby, nebo se o nich nezmínili, tedy pro ně nebyly zásadní v rámci angažovanosti. Zajímavé je, že jen jeden ze čtyř respondentů s vazbou na skauta již není členem, skautem si pouze prošel. Ostatní tři respondenti se ve skautu nadále angažují. Podle toho, jakým způsobem o své angažovanosti ve skautu respondenti mluvili, mohu usuzovat, že hraje důležitou roli pro budoucí angažovanost svých členů. Zřejmě vzbuzuje zájem o dění kolem sebe jako takové, takže i když by se jedinec neangažoval v jako vedoucí ve skautu, přesto si najde cestu k angažovanosti v oblasti, která ho zajímá. Theofil říká:

„No, angažovanost jako taková, tak samozřejmě, jako každý dítě, (...) jsem měl kroužky (...). Samozřejmě taky skauta. No, a postupně prostě nějakým způsobem taky, doma jsme, taky to trochu řešili. No, a postupně teda jsem se dostal k politice.“

Na druhou stranu i Roman, který už skautem není, popisuje jeho prostředí jako příznivé a podněcující angažovanost:

„Myslím si, že je to dost daný tím prostředím. Že je prostředí, který je pro to angažování mladších lidí užpůsobený. Ted'ka už je to zase ten skaut, ...“

Dalším faktorem je samozřejmě rodina, konkrétně rodiče často vedou svoje děti k angažovanosti v různých oblastech, ale mimo rodiče stačí, aby se blízká osoba pohybovala v nějaké organizaci, kde se mladí lidé mohou zapojit. Nejlépe tuto zkušenost popisuje David při vyprávění o tom, jak se dostal k angažovanosti v rámci neziskové organizace:

„To mi dala právě přes to aikido jedna, jedna paní vlastně kontakt, jestli nechci nikdy přijít pomoc. Tak jsem jednou přišel a už jsem tam zůstal.“

V návaznosti na to, jedním z nejuvlivnějších faktorů, který motivuje k angažovanosti je komunita angažovaných. Ano, blízká osoba může „otevřít dveře“ ke konkrétní oblasti angažovanosti, ale komunita lidí, se kterými se angažují, je naprosto zásadní pro to, aby je aktivity spojené s angažovaností bavily, a částečně i proto, aby v rámci dané skupiny zůstali. Roman popisuje důvod odchodu ze skauta:

„Já se přiznám, že já jsem nějakou dobu byl ve skautu, ale tam se ten, prostě rozpadl, nebo přestali se tam angažovat ty lidi, se kterými mě to tam bavilo. A od té doby jsem tam k tomu nějak ztratil cestu, takže vlastně se to nějak vytratilo.“

Zároveň pak všichni respondenti zmiňují komunitu jako určitým způsobem něco, díky čemu je angažovanost baví, a co je obohacuje. Různé oblasti angažovanosti jsou propojené právě přes své členy, kteří se angažují v různých organizacích, a tvoří si tak sociální síť. Mnoho z nich se začali angažovat díky příležitostem od jejich střední školy, ať už to byl Erasmus, nebo charitativní akce. Významnou roli hrají i osobní zájmy, které ovlivňují konkrétní oblasti angažovanosti. Další motivací jsou pak vnitřní pohnutky, jako touha pomoci a být prospěšný a touha být součástí dění kolem sebe. Osobní motivace, ať už je to touha být součástí dění, touha pomoci, nebo cokoli jiného jsem označila jako axiální kód, př.:

„Já mám dojem, že mi to totiž dává smysl. Že já tomu dávám dost času i třeba téma připravama, a tak.“ – Anna

Motivace zjištěné při rozhovorech odpovídají motivacím, které popisují Flanagan a Levine²³ (2010), respondenti se navíc ve svých výpovědích věnovali prostředí a konkrétním komunitám, kde se angažují. Z rozhovorů dále vyplývá, že konkrétně skaut a blízké osoby (lze vztáhnout k socializaci, čemuž se budu více věnovat níže) mají silný vliv na angažovanost. Popis jednotlivých motivací jsem v analýze rozhovorů označila jako selektivní kód.

Kde se angažují?

Podarilo se mi oslovit respondenty angažující se ve více oblastech, jen jeden respondent soustředil svou angažovanost „pouze“ do politické sféry. Ostatní respondenti se angažovali v následujících oblastech: spolky, kroužky a komunity spadající pod ZČU (př. Feministický univerzitní kroužek), skaut, politické sféra (členství v politické straně a její mládežnické organizaci), neziskové organizace a charity, vnější organizace s vlivem na veřejné dění, v organizacích spadajících pod náboženství (př. spolča, Česká maltézská mládež) a v organizacích a akcích závislých na konkrétní události (př. KACPU, benefiční akce). Míra jejich zapojení spadá do axiálního kódování. Oblasti angažovanosti byly různě rozprostřené mezi respondenty, jediné, co měli všichni společné byla angažovanost v politické sféře v podobě pravidelné účasti na volbách. Kvůli zachování anonymity respondentů nebudu uvádět kde přesně se který z nich angažoval. Oblasti angažovanosti jednotlivých respondentů odrážejí jejich osobní zájmy. Ve většině případů se jedná o angažovanost minimálně jednou do měsíce (většinou však častěji), kdy se respondenti připravují a chodí na schůze, vypracovávají různé úkoly (př. pro děti) a projekty (př. pro blog).

Pouze v některých případech můžeme vidět reflexi konkrétní situace do forem a náplně angažovanosti. Jeden z respondentů se v návaznosti na situaci ohledně války na Ukrajině stal angažovaným v rámci KACPU (Krajské asistenční centrum pomoci Ukrajině). Theofil, v rámci své angažovanosti v politické straně zmínil stranicky

²³ Mezi důvody angažovanosti patří př. pocit ztotožnění s komunitami (chtějí do nich přispět a podílet se na veřejném dění), touha přinášet nové pohledy a způsoby řešení problémů, chtějí někam patřit („někam“ patřit dodává jejich životu smysl, který nesouvisí s osobním ziskem). Zároveň spolupráce s někým za účel dosažení veřejně prospěšného cíle jim pomáhá vytvářet si sociální síť a získávat různé vzdělávací a pracovní příležitosti [Flanagan, Levine 2010: 159-170].

organizované šití roušek a pomoc seniorům při pandemii Covid-19. V návaznosti na Covid-19 jsem zjišťovala, jak právě tato událost respondenty ovlivnila. Nejčastější odpovědí byla úprava organizace a setkávání v online prostorech, což bylo většinou hodnoceno jako nepříjemné, ale zvládnutelné – nikdo nezaznamenal př. ztráty členů, nejnegativněji byl hodnocen přístup některých členů k online setkávání (snížila se účast, nikoho to tolik nebavilo). Jinak ale Covid angažovanost příliš neovlivnil. Jako výjimku bych uvedla motivaci k angažovanost Tomáše, tedy:

„Možná, že část toho byla prostě jako z tý nudy doma. Kolem Covidu, že prostě jsem začal jako hledat co by se jakoby, tak jako dalo, dalo dělat.“

Politická sféra

Angažovanost generace Z v politické sféře mě v rámci rozhovorů velmi zaujala, neboť už výše v teoretické části popisuji, že mladší generace mají tendenci k nižší volební účasti, avšak mě se podařilo oslovit respondenty, z nichž ani jeden od dosažení osmnácti let neprošvihl jediné volby. Zajímavé je, že dva ze tří respondentů samovolně zdůraznili důležitost oddělovat angažovanost v politické sféře od jakékoli jiné oblasti:

„(...) důležité je oddělit politickou angažovanost od ostatních forem – přiznat se k tomu, že jsem jakoby člen nějaký jako konkurenční strany, nebo aktivista by vlastně jako totálně zhoršilo tu vyjednávací pozici, takže tam jsem byl prostě občan.“ – Tomáš

„Ale zase vím, že na druhou stranu spousta těch organizací se pak jako bojí, že by byli jako nějak zpolitizovaný, že by pak byly jako, já nevím. Že třeba někdo z nějaký politický strany se o nich zmíní, a ty lidi by si to tak jako hloupě spojili s tím, že jako "Jé, tak to je, to je někdo" já nevím, "od toho a toho z tý strany", jo.“ – David

Zároveň je angažovanost v politice respondenty hodnocená jako sice velmi důležitá, ale jako velmi nízká. Roman si nízkou míru spojuje s nezájmem mladých. Také ji ale váže na média a jejich (nedostatečné) pokrytí regionální politiky:

„Ale, tak tam si myslím, že je to trochu horší, myslím si, že je to vlastně do určitý míry nezajímá. A ne, že by je nezajímala, ty mladý politika, že to obecně prostě krajská regionální politika, komunál, že to ty lidi spíš nudí. (...) „Protože jinak si myslím, že to vlastně odráží i, i regionální média (...) Je to z velký části kvůli tomu, že jednak se ty regionální a místní média staly inzercí... (...) Já si myslím, že, že to je docela zablokovaný, a vlastně asi ani do budoucna není moc jako vidina toho, že y se ten zájem v těch médiích, o ty regionální... V těch regionálních médiích, že by se zvýšil, že jako... Zájem o regionální politiku.“

Jednotlivé typy angažovanosti v politické sféře (účast na volbách, zasedání v komisích, členství v politické straně apod.) jsem označila jako primární kódy, které jsem pak spojila do axiální kategorie „míra angažovanosti v politické sféře“.

Role sociálních sítí

Oblast sociálních sítí nebyla přímo zahrnuta ve struktuře rozhovoru, nicméně na základě výpovědi jedné z respondentek bych se jí ráda alespoň ve stručnosti věnovala. Sociální sítě jsou jistě nedílnou součástí života generace Z, konkrétně Tereza je uvádí jako jeden z důvodů její angažovanosti:

„No, takže tam začalo to, že jsem třeba začala být jako aktivní? Na Instagramu, začala jsem hodně pře-sdílet příspěvky, a tak.“

„(...) sledovala jednu aktivistku slovenskou, Natálii Pažickou, na Instagramu, a říkala jsem si (...) "Ty bláho", a teďka jako co budeme jako dělat, jsme v řiti“. No, a, ... říkala jsem si, jakmile tyhle informace máme, tak přece nejde, abysme nic nedělali.“

Sociální média pro ni byla zdrojem důležitých informací, které ji nadále podněcovaly v touze se zapojit do dění kolem, zároveň byly její prostředkem sdílení informací – v rámci vlastní sítě se snažila informace poslat dál. Zároveň se právě přes sociální sítě od jiné angažované dozvěděla o příležitosti získání pozice, které posléze získala, a působí na něm doteď. Zároveň v rámci angažovanosti jinde, v univerzitním spolku, má na starosti řízení sociálních sítí pro spolek, takže nejen že ji podnítily k angažovanosti, zároveň jsou prostředkem její angažovanosti. Přesto, používání sociálních sítí je individuální záležitost, v kontrastu k vlivu sítí na Terezu, David žádné sociální sítě aktivně nepoužívá. Jedná se však o zajímavé téma k bližšímu prozkoumání.

Vnímané dopady angažovanosti

Už jsem popsala motivace, které respondenty vedly k angažovanosti, nyní bych ráda popsala to, jak sami vnímají výsledky a dopady své práce. To samozřejmě záleží na jednotlivých oblastech, přesto však bylo zmíněno několik společných jmenovatelů. Jedním z nich je komunita. Všichni respondenti dříve nebo později komunitu nejen jako motivaci, ale i jako přínos, což shrnuje Tomáš:

„(...) je pro mě hrozně jakoby důležitý, že se fakt jako scházíme my, jako ten tým prostě jako těch aktivních lidí, kteří si můžou prostě jako někde jako realizovat, vzájemně se podporovat, a potom, a dělat jako něco pro ty ostatní.“

V rámci angažovanosti získávají přátele s podobnými zájmy. Dalším opakovaným dopadem je vzdělání a osvěta:

„A, ... třeba u toho Pridu mi přijde jako nejdůležitější teda jakoby ta část s tou osvětou, a s tou jakoby podporou jakoby vzájemně v té komunitě.“ – Tomáš

Roman vzhledem ke svému zaměření na politickou sféru zdůrazňuje dopad zvyšování zájmu o politiku u mladých lidí:

„(...) u té mládežnické organizace je to, ať už třeba zvýšení zájmu mladých lidí o ... politiku, i v tom regionu, ale i celostátní, a zároveň, aby případně ty lidi, který to zajímá, mají podobný smýšlení, jako ta organizace, se k nám připojili.“

Angažovanost může dále mít pozitivní dopad na budoucí kariéru, s čímž souvisí i obecné získávání zkušeností v různých oblastech, jako je třeba řešení problémů, komunikace a práce s lidmi, a další „soft skills“. Zároveň je součástí angažovanosti i potěšení z odvedení práce a pomoci ostatním:

„Ale ve výsledku, když pak vidím ty reakce těch dětí na ty programy, co já udělám, nebo i třeba to, že ty děti se někam posunou, za tu dobu, co s nima trávím čas. Tak prostě mi to přijde jako výborná zpětná vazba, že fakt ta moje činnost, to moje úsilí nějakým způsobem...Pomáhá, a dává, jako, víš co.“ – Anna

Negativních dopadů nebylo zmiňováno mnoho, pouze jeden z respondentů upozorňuje na možný negativní dopad přílišné angažovanosti na osobní život, druhý mluví o nebezpečí vytvoření uzavřené komunity, která může danou oblast angažovanosti znepřístupnit nově příchozím. Přílišná angažovanost se však může podepsat i na angažovaném samém, kdy „ztratí sílu“ se nadále aktivně angažovat:

„Jakože možná mi to jakoby, narušilo i pár vztahů. (...) Může to mít i jako negativní takhle dopady, dopady na vztahy. Ale snažím se teda vždycky jakoby ty vztahy nadřazovat, protože prostě jakože... Ale je to složitější, no.“ – Tomáš

„(...) problém je, když ty akce fungují, a jakoby ta organizace funguje, žije, a ten člověk na ně není třeba ani zvaný. To, to vnímám jako problém.“ – Roman

„(...) já jsem jakoby, došla k nějakému jednodennímu vyhoření, kde jsem prostě tam byla úplně rozložená, a říkala jsem si "Ok, tohle nechci úplně", (...)" – Tereza

Angažovanost mladých

Respondenti vnímali úroveň angažovanosti jako nízkou, ale důležitou nejen pro mladé lidi, ti, kteří se pohybují v politické sféře pak hodnotí angažovanost v politice jako velmi nízkou. Zajímavé je, že vnímají angažovanost mladých ve dvou extrémech – buď se mladí neangažují vůbec, nebo naopak hodně a ve více oblastech, což nejlépe shrnuje Anna:

„Celkově mi přijde, že spíš málo. Ale je pravda, mě přijde, že existují takové dva extrémy. Buďto to lidi nemají tendenci se angažovat vůbec, a proto to nedělají, anebo naopak jsou lidi, kteří si toho vezmou prostě strašlivě moc, a angažují se v pěti různých spolcích, (...)"

Reakce okolí

Z pravidla platí, že angažovaní pocítují podporu od rodiny i přátel. Vliv rodiny byl patrný ve všech odpovědích, respondenti buď byli nějakým způsobem vedeni/podporováni od rodiny, nebo se dokonce angažují společně:

„Co se týká té maltézské mládeže, tak já mám bráchu a ségru, a ty jsou taky dobrovolníky, takže to děláme společně. Rodiče to jako maximálně podporují.“ – Theofil

Socializace se tedy zdá být zásadní při vzbuzení zájmu o angažovanost, osobní kontakty pak „otevírají dveře“ konkrétním oblastem. Někteří respondenti se k angažovanosti dostali právě přes rodinné příslušníky a blízké, kteří se v dané oblasti angažovali. Zajímavé je i to, že někteří z respondentů mluví o tom, že docházelo k nepochopení jejich angažovanosti od některých členů rodiny, nebo že pro ně jejich angažovanost nebyla prioritou. O tomto aspektu mluví Tereza a Theofil:

„Doma, tak babi mi třeba řekne "No, jestli ale neuděláš bakaláře, tak já umřu". Jo, nebo něco takovýho.“ – Tereza

„No, tak, tak co se týká rodičů, tak tam je to někdy částečně jako nepochopení tý politiky od určitých členů rodiny. Nebo nepochopení jako principu politiky.“ – Theofil

Jen ve dvou případech bylo zmíněno, že angažovanost nemusí být pochopena, a nemusí být přijímána úplně pozitivně, př. ze strany spolužáků, protože angažovaný člověk může působit jako kariérista nebo aktivista – zajímavé je, že dva z respondentů se v rámci

této oblasti věnovali i pohledu české společnosti celkově na angažovanost mladých, a tyto pasáže mě osobně velmi zaujaly, protože oba hodnotili přístup jako negativní. Tomáš říká:

„(...) protože osobně vnímám v Česku, že aktivismus je prostě jako sprosté slovo, který jakože: "Hmm, tak aktivista, jo". Jo, že vlastně jakoby má takovou jako hořkou příchut' v tý český společnosti. Že vlastně na aktivismus se nahlíží jako na něco negativního.“

V návaznosti na to Roman popisuje podobnou zkušenost, ale konkrétně se zaměřuje na vnímání angažovanosti v politice, což je jeho hlavní zájem, mluví z vlastní zkušenosti, když:

„(...) si to okolí to vnímá jinak, než když se to týká politiky, myslím si, že je to hodně toho prostředí, ve kterým se člověk angažuje, to jako obarvuje ten pohled těch lidí.“

Popis reakce okolí na angažovanost jakožto reference vnějšího světa je příkladem axiálního kódu. Všichni respondenti popisovali podporu angažovanosti od rodiny, konkrétně od rodičů, kdy značná část je nejen podporovala, ale i nějakým způsobem přímo vedla (např. v případě Davida, kdy se rodiče snažili, aby se i jeho sourozenci angažovali spolu s ním). Do určité míry má na angažovanost tedy vliv socializace a výchova, jejichž vliv byl patrný z výpovědí obou skupin respondentů. Na druhou stranu se však zdá, že angažovaní lidé pocítují jistou nevoli ze strany širší veřejnosti. Proč tomu tak je, tomu se nikdo z nich blíže nevěnoval, a sama nedovedu tento postoj vysvětlit. Proč se česká společnost staví k angažovanosti negativně?

Angažovanost a náboženství

Ve výše popsané analýze dat popisují zkušenosti obou skupin respondentů. Nyní se blíže zaměřím na skupinu angažovaných věřících a na to, co je v této oblasti spojuje, a čím se liší od skupiny angažovaných nevěřících. Jako první zde samozřejmě musím zmínit oblasti angažovanosti, kdy jsou věřící součástí skupin, spolků a organizací, které spadají pod křesťanské organizace²⁴ a jednotlivé farnosti, tedy př. spolča, nebo jako v konkrétním případě Davida, v České maltéžské mládeži. Angažovanost nějakým způsobem zaštitěná křesťanskými organizacemi je věřícím snadněji přístupná ve smyslu povědomí o ní a posléze podání nabídky. David vypráví, jak se dostal k angažovanosti v rámci České maltéžské mládeže:

„A k maltéžský mládeži, to jsem se dostal jako přes, přes farnost. (...) tak to nám nabídl, jestli se nechceme zapojit, takže k tomu jsem se dostal přes, přes farníka, řekněme.“

Věřící komunity se tedy zdají být dobrým způsobem šíření angažovanosti, podobně se k práci jako pomocné vedoucí na akcích pro děti pořádané farností dostala Anna:

²⁴ Označení „křesťanské organizace“ používám, protože církve vycházející z křesťanství jsou za a) nejvíce zastoupené v celé ČR, b) jsou nejvíce zastoupené na území Plzeňského kraje, a za c) všichni respondenti pod křesťanskou církev spadali.

„Protože oni za mnou vlastně přišli tak nějak sami, že prostě jim odešel vedoucí, a že ví, že jsem skautka, tak jestli bych nechtěla. (...) Pak mě to teda začalo bavit a tak, a dává mi to smysl, takže tam chodím ráda.“

Při akcích, kterých se David i Anna účastní hraje víra jistou roli. V případě maltézské mládeže sice nejsou všichni angažovaní z věřících rodin, ale vzhledem k tomu, že spadají pod katolickou církev a jsou založeni na křesťanských hodnotách, na všech akcích je přítomen kněz. David v tomto ohledu vnímá víru a fakt, že jsou angažovaní jeho vrstevníci jako pojítka jejich komunity, popisuje:

„Většina těch lidí jsou vrstevníci, tak proto, že měli, i ta věc, že byli z věřících rodin, tak byla vlastně jako asi, asi důležitá, nebo co si myslím, že je taky to pojítka velký.“

To samé v případě Anny, kdy jsou akce pro děti sice zábavné, ale obsahují i náboženskou stránku, kdy se zaměřují na jejich vzdělání v této oblasti. Trochu jiným případem jsou ale spolča, která jsou vnímána hlavně jako příležitost setkávání s přáteli, kteří vyznávají stejné hodnoty a vyrůstali ve stejném prostředí, takže v této oblasti je hlavním pojítkem křesťanská komunita, Anna popisuje:

„Takže to jsou většinou lidi, kteří se tam potkávají na těch mších každou neděli, ještě ty rodiny jsou tam neskutečně provázaný, takže to prostě všichni znají všechny.“

Přestože se však scházejí na půdě fary, podle Anny není náboženství hlavní náplní setkávání. Jde spíše o to se sejit s přáteli. Popisuje, že ona i její přátelé si jsou vědomi, že by spolčo mělo fungovat trochu jinak, ale i tak jim není příjemné, když se kněží snaží ovlivňovat jejich aktivitu.

„Ono mě je jasný, že spolčo jako takový by mělo fungovat úplně jinak. Ale ti kněží se nám do toho snaží, tak trošku do toho tak jako šťourat. Prostě "Jako jo, je super, že se tady scházíte, ale je to na půdě fary, nechtěli byste třeba dělat i něco duchovního?" (...) Takže od nich máme občas takový impulsy, jestli bychom nechtěli to trošku zkoncipovat jinak. Každopádně stejně ta náplň je prostě taková, že tam hrajeme fotbal, (...) To je tak prostě všechno, pak se tak jednou jdeš pomodlit, a to je všechno.“

Víra má na angažovanost mladých tedy značný vliv z hlediska věřící komunity, kdy za a) v jistém smyslu otevírá dveře angažovanosti pomocí různých nabídek participace na vlastních akcích a za b) je důležitým faktorem angažovanosti samotné, protože právě komunita kamarádů je častým důvodem i u nevěřících, proč se do skupin a spolků rádi vrací, v případě věřících je víra v podstatě přidaná hodnota, něco navíc, co je spojuje. Víra však může být i přímou a silnou motivací k angažovanosti – zde hrají hlavní roli právě křesťanské hodnoty, k čemuž mluví hned několik respondentů:

„(...) Nebo si myslím asi i pro ostatní, že součástí té dobrovolnický činnosti není jenom ta pomoc, ale i vlastně ta otázka, nebo ten záběr na tu víru.“ – David

Stejně, jako je důležité popisovat křesťanské hodnoty jako motivaci, je důležité popsat i to, že se do ní i promítají, ať už v podobě oblasti, kde jedinec působí, nebo do toho, jak k angažovanosti přistupuje. O tom, jak se křesťanské hodnoty promítají do přístupu a organizace politické strany mluví Theofil:

„(...) ta naše strana je hodně založená na křesťanských hodnotách a prostě jsme jedna taková rodina, koneckonců se oslovujeme bratři a sestry, tak, takže spolu nějakým způsobem žijeme, a neděláme jenom politiku. (...) Některý lidi to mají tak, že politika je pro ně droga. Jo, to si myslím teda, že u nás neplatí. U nás je to prostě touha u toho být, protože prostě ten člověk chce přispět tomu společnému dobru. (...) ...) myslím si, že u nás, u nás ve straně i díky prostě nějakým hodnotovým základům v křesťanství tak vnímáme zapojení do politiky, byť prostě jsi třeba osmdesátiletý dědeček, tak prostě v tý straně jsi, protože prostě být členem politické strany je normální.“

Již výše jsem uvedla že jedna z respondentů, Tereza, byla vychována ve věřící rodině, nicméně se za věřící už nepovažuje. Ve svém terénním deníku jsem si poznamenala, že před rozhovorem se Tereza zmínila, že pokud se na vyznání někdo zeptá²⁵, pak má tendence se jako věřící přihlásit, aby to „nevypadalo, že věřící tady vůbec nejsou“. Je tedy patrné, že i když se k víře sama nehlásí (ani ke konkrétní církvi), je pro ni stále v určitém smyslu důležitá. Z tohoto důvodu jsem toto vyjádření ve svých poznámkách vztáhla k teorii individualizace²⁶, stejně jako následující citáty z jiných rozhovorů:

Na druhou stranu je pravda, že u těch Saleziánů, tak já sice jsem z věřící rodiny, ale takové... Taťka tomu říká, že jsme takoví „light Křesťani“. – Anna

(...) jak jsem říkal možná, že my jako fakt máme v podstatě všechno, že jo. (...) Ale v obecnosti má asi každý všeho dostatek, tak jako obětovat trochu, něco navíc, trošku času, nebo. Někdy třeba i finanční, finanční té částky, tak není až tak jako tragický oproti prostě tomu, že pak to na té druhé straně, myslím si, že udělá velkou radost, nebo třeba to někomu pomůže jako úplně v nepoměru toho, co do toho ten člověk vložil, jo, že. – David

Anna popisovala, že se ona a její rodina za věřící považují a stále se hlásí k církvi, ale mají svůj vlastní způsob, jak k víře přistupují a jak na ni nahlíží. U Davida pak bylo vidět, že mu záleží na tom, co dělá. Angažuje se hlavně v organizacích pomáhajících lidem, kteří to potřebují, což mě přimělo přemýšlet o tom, do jaké míry se křesťanské hodnoty promítají do oblastí jeho angažovanosti. Během rozhovoru často používal fráze jako "když se máme dobře, tak bychom měli pomáhat těm, kdo se dobře nemají", hodně mluvil o vnitřní touze pomáhat, což by se zřejmě dalo vztáhnout k jeho víře a křesťanským hodnotám. Věřící generace Z vždy následují očekávání, která jsou s vírou spojována.

Z tohoto stručného popisu zjištění z rozhovorů si dovolím odvodit několik závěrů o tom, jakou roli hraje víra v angažovanosti generace Z. Zdá se, že v rámci věřících komunit je běžné a úspěšné šíření angažovanosti – v rámci komunity se šíří nabídky, kterých se mladí mohou stát součástí, a kde se mohou angažovat. Přesto však z rozhovorů vyplývá, že víra není hlavní nebo jedinou motivací k angažovanosti, nicméně do přístupu k ní se viditelně promítají křesťanské hodnoty. Žádný z respondentů doslovně nepopsal angažovanost jako křesťanskou povinnost, to částečně vyznělo jen z podtextu při

²⁵ Př. ve škole, nebo jinde, kde je větší skupina lidí.

²⁶ V rámci této teorie vládne předpoklad, že přestože dochází k poklesu významu institucionalizované religiozity (nejviditelnějším projevem bývá př. ztráta důvěry v náboženské instituce atd.), osobní, individuální religiozita nadále přetrvává, a můžeme tedy mluvit o jakési víře bez přihlášení [Váně 2014: 8].

používání frází jako „měli bychom se zajímat“ a „měli bychom být součástí“ – opět, tento aspekt žádný z nich doslovně nepřipsal své víře.

Na čem záleží nejvíce jsou osobní zájmy a motivace k angažovanosti v dané oblasti, př. pokud je zájmem respondenta politika a veřejné dění, angažuje se v rámci politické strany, kde křesťanské hodnoty mají svůj význam. Oproti tomu př. David se v rámci náboženství věnuje dobročinné činnosti, odkud čerpá dobrý pocit z odvedené práce, a zároveň je stálou součástí tamní věřící komunity. Anna pak svou angažovanost soustředí do oblasti práce s dětmi. Víra se tedy zdá být hlavně pojátkem a zprostředkovatelem příležitostí, a faktorem přístupu k angažovanosti. Kde mohou mít křesťanské hodnoty nejznatelnější vliv na veřejné dění se zdá být angažovanost v politické sféře v rámci strany, která na těchto hodnotách stojí, a je tedy pro mladé věřící angažované atraktivní.

Kritická reflexe

Nyní bych se ráda ohlédla na průběh výzkumu a pokusím se ho kriticky zhodnotit. Při výzkumu jsem si vedla terénní deník, který mi slouží jako opora pro reflexi. Co se ukázalo jako přínosné je ustanovení přátelského vztahu s respondenty. Sama spadám do generace Z, tedy mými respondenty byli moji vrstevníci. Každému z nich, ještě než jsem zahájila samotný rozhovor, jsem věnovala čas nejen k podrobnějšímu vysvětlení práce a průběhu rozhovoru, ale řeč směřovala i na téma jako škola, zájmy atd., čímž došlo k „prolomení ledů“. Tato přátelská atmosféra respondentům, a i mě samotné, pomohla odbourat prvotní nervozitu, a rozhovory pak probíhaly hladce, a respondenti více rozváděli své odpovědi, což prokazuje poznámka k rozhovoru s Annou:

„Na Anně bylo už na začátku vidět, že je trochu nervózní, a že si není jistá, jestli si se mnou bude mít o čem povídat. (...) bylo přesně vidět, kdy z ní opadla nervozita, a vzápětí se více rozpovídala a byla více ochotná se mi svěřit.“

Rozhovory probíhaly bez větších problémů, pouze ve dvou případech došlo ke krátkému přerušení, které však nemělo na průběh větší vliv:

„V jednom okamžiku byl rozhovor přerušen kvůli zaměstnankyni, která uklízela okolní stoly, Davida to ale nerozhodilo. Zbytek rozhovoru probíhal stejně hladce, jako jeho začátek.“

Díky terénním poznámkám jsem také byla schopná spojit výše popsané výpovědi s teorií individualizace. Jako největší přínos výzkumu vidím to, že se věnuje poměrně mladé generaci, o které je stále málo dostupných dat, a zároveň zkoumá v tomto kontextu méně analyzovanou oblast. Vzhledem k tomu, že se jedná o kvalitativní výzkum s relativně malým počtem respondentů, výsledky nelze zobecnit na celou českou populaci, nabízí však zajímavý pohled do světa angažovaných mladých v Plzeňském kraji. Co mě zaujalo byla skromnost a zdrženlivost některých respondentů – při prvotním oslovení někteří z nich vyjádřili obavu, zda budou přínosem. Z úvodní konverzace (z krátkého představení a dialogu k uvolnění situace) před provedením rozhovoru si dovolím usuzovat, že spíše než touha podělit se o svůj příběh vedla respondenty k účasti na výzkumu spíše touha pomoci mě jakožto vrstevnici a „známé známého“, ale i jako studentce vysoké školy. Tereza se mě dokonce snažila podpořit, při zahájení rozhovoru, kdy jsem ji požádala o svolení nahrávat, pronesla:

„Takže, já jsem si právě vyslechla skvělý plán tvojí práce, a bude mi potěšením se stát její součástí.“

I tento přístup a ochota pomoci by se dali vztáhnout zpět k jejich angažovanosti. Vzdělání jako takové je vlivná proměnná v mnoha oblastech, a vzhledem k tomu, že většina respondentů bude mít během několika let ukončené vysokoškolské vzdělání na úrovni bakaláře, můžeme spekulovat, do jaké míry má vzdělání na angažovanost vliv. Tento aspekt nebyl ve výzkumu zahrnut, žádný z respondentů neměl nejvyšší ukončené vzdělání základní, nebo střední s tím, že by nepokračoval ve studiu na vysoké škole. V budoucích výzkumech by tedy bylo vhodné tento faktor zahrnout a prozkoumat blíže jeho vliv na míru angažovanosti.

Dále jsem se v rámci výzkumu blíže nezaměřila na roli sociálních sítí, která by však jistě také poskytla zajímavý pohled do angažovanosti generace Z. Z některých rozhovorů dále vyplývá pocit negativního vnímání angažovanosti českou společností, což je další aspekt, který by se měl nadále blíže zkoumat. Do jaké míry je pravdivý a do jaké míry je mladými pocíťovaný, neboť právě to by mohlo mít velký vliv na angažovanost obecně. Zajímavé také je, že i když se podle dat v posledních letech snižuje volební účast nejmladších generací, všichni respondenti jsou od dosažení osmnácti let pravidelnými voliči, z čehož usuzuji, že angažovanost v jakékoli oblasti je spojená s politickou angažovaností, při nejmenším v oblasti voleb, ale i tento předpoklad je nutné blíže ověřit.

Závěr

Ve své práci jsem zkoumala, jak náboženství ovlivňuje veřejné dění. Konkrétně jsem se zaměřila na generaci Z, která se v současnosti (2023) pomalu stává dospělou, a postupně nastupuje na pracovní trh. Podle výzkumu Mileniálové (2020) do generace Z spadají jedinci narozeni po roce 1998, a protože tento výzkum nestanovuje horní hranici řazení do generace, rozhodla jsem se ji pro potřeby práce stanovit na rok 2002²⁷. Abych ověřila, jakou roli u této generace hraje náboženství při jejich působení na veřejné dění, rozhodla jsem se porovnat dvě skupiny respondentů (věřící a nevěřící), a jako porovnávací aspekt mezi nimi jsem zvolila jejich angažovanost, kterou ovlivňují veřejné dění. Pomocí polostrukturovaných rozhovorů s angažovanými věřícími a nevěřícími jsem zjišťovala, kde, jak a proč se angažují, a jak sami hodnotí dopady své angažovanosti na veřejnou sféru. Porovnávala jsem, v čem se výpovědi mezi věřícími a nevěřícími liší, a zda věřící nějakým způsobem spojují svoji angažovanost právě se svou vírou. V rámci analýzy jsem se soustředila na následující oblasti: význam angažovanosti (co to pro ně znamená), motivace k angažovanosti, kde a jak se angažují, vnímané dopady na angažovanost, reakce okolí na jejich angažovanost a poté konkrétně na angažovanost a náboženství.

Z rozhovorů vyplývá, že definice a význam angažovanosti se mezi věřícími a nevěřícími neliší. Při popisu angažovanosti byly výpovědi všech respondentů velmi podobné, pokud bych však měla stanovit obecnou definici angažovanosti tak, jak ji vnímá generace Z, řekla bych, že generace Z vnímá angažovanost jako (aktivní) zapojení do dění kolem sebe s dopadem na veřejnou sféru. I v oblasti motivací k angažovanosti nebyly výrazné rozdíly – hlavními motivacemi pro tuto generaci jsou touha zapojit se do dění kolem sebe, touha pomoci apod., což odpovídá tomu, co popsali Flanagan a Levine (2010)²⁸. Většina respondentů byla nějakým způsobem k angažovanosti vedena už od dětství²⁹, což poukazuje na vliv výchovy a socializace na angažovanost.

V rámci motivací k angažovanosti už lze rozeznat víru jako faktor, který sdílí angažovaní věřící, kdy jejich touha se zapojit či pomoci částečně vyplývá z křesťanských hodnot, které zastávají. Jen víra však k angažovanosti nestačí, v oblastech, ve kterých se jednotliví respondenti angažují je znát silný vliv jejich osobních zájmů (př. práce s dětmi, politika, neziskové organizace, ...), angažují se v mnoha oblastech, které jejich zájmy odrážejí³⁰. Pokud se angažují ve více oblastech, což byl případ téměř všech respondentů, pak mezi nimi musí prioritizovat na základě svých časových možností. Všichni ovlivňují

²⁷ Jedincům narozeným v roce 2002 je v době konání výzkumu (rok 2023) mezi 20 a 21 lety. Tento milník jsem zvolila proto, že tak zvyšuji pravděpodobnost, že se respondenti angažují dlouhodobě, a tedy budou pravděpodobně schopnější reflektovat vliv angažovanosti na ně a na okolí.

²⁸ Mezi důvody angažovanosti patří př. pocit ztotožnění s komunitami (chtějí do nich přispět a podílet se na veřejném dění), touha přinášet nové pohledy a způsoby řešení problémů, chtějí někam patřit („někam“ patřit dodává jejich životu smysl, který nesouvisí s osobním ziskem). Zároveň spolupráce s někým za účel dosažení veřejně prospěšného cíle jim pomáhá vytvářet si sociální sítě a získávat různé vzdělávací a pracovní příležitosti [Flanagan, Levine 2010].

²⁹ Často byl zmiňovaný skaut, který podle respondentů poskytuje přívětivé prostředí pro angažovanost.

³⁰ Př. David se angažuje v neziskových organizacích, které reflektují jeho touhu pomoci, Roman se angažuje v politice, neboť je to jeho zájem.

politickou sféru pomocí pravidelné účasti na volbách, což naznačuje propojení angažovanosti a volební účasti.

Mezi pocíťované dopady patří vnitřní dobrý pocit z pomoci druhým, vlastní osobní rozvoj a získávání zkušeností (př. komunikace, práce s lidmi, organizace akcí, řešení problémů atd.), nejčastěji byl však opakován dopad z hlediska komunity – angažovaní díky svému zapojení získávají přátele s podobnými zájmy, skupiny angažovaných jsou propojené skrze ty, kteří se angažují ve více oblastech. Zdá se, že komunita, v níž se angažují, má vliv na to, zda u dané oblasti zůstanou nebo ne. Důraz na komunitu se vyskytuje jak u věřících, tak u nevěřících, ale u věřících má navíc i jiný význam, který popíšu níže. Podle výpovědí respondentů se mladí lidé obecně angažují málo, jako nízká byla hodnocena hlavně angažovanost v politické sféře. Jinak ale vidí angažovanost mladých ve dvou extrémech – buď se neangažují vůbec, nebo v mnoha oblastech.

Z hlediska náboženství se vnímání angažovanosti od nevěřících lišilo následovně. Z hlediska motivace k angažovanosti, kdy reflektovali, že jejich touha pomoci a být součástí dění částečně vyplývala z křesťanských hodnot. Respondenti dále popisovali pocit nutnosti „něco vrátit“, který posléze vztahovali k víře (př. měli určitý pocit nutnosti se angažovat v rámci nabídek od farnosti, ale jedná se spíš o prvotní impuls než o silný pocit povinnosti). Odmítali ale, že by to byla jejich jediná nebo hlavní motivace. Dále, víra má vliv i na oblasti angažovanosti – v rámci věřící komunity se šíří možnosti a nabídky, kde se mladí mohou angažovat, a protože se celkově angažovat a být součástí něčeho chtějí, danou oblast zkusí, a pokud je to baví, cítí se jí naplnění a vnímají její dopady, pak tam zůstanou. V tomto kontextu mluvím hlavně o oblastech angažovanosti, které jsou vázané buď přímo na církve (př. spadají pod místní farnosti a náboženské organizace), nebo na křesťanské hodnoty (př. politická strana z nich vycházející). Zajímavý byl případ Terezy, která byla vychována ve věřící rodině, za věřící se však nepovažuje, ale přesto má tendence se jako věřící označit, pokud by to jinak mělo vypadat, že nikdo jiný v místnosti věřící není, což ukazuje, že je pro ni víra stále určitým způsobem důležitá.

Víra se tedy zdá být hlavně pojítkem a zprostředkovatelem příležitostí, a faktorem přístupu k angažovanosti. Kde mohou mít křesťanské hodnoty nejznatelnější vliv na veřejné dění se zdá být angažovanost v politické sféře v rámci strany, která na těchto hodnotách stojí, a je tedy pro mladé věřící angažované atraktivní. Víra generaci Z do jisté míry ovlivňuje (př. z hlediska komunity, hodnot apod.), ale není hlavním ani jediným faktorem při rozhodování o angažovanosti. Nejznatelnější vliv křesťanských hodnot popisoval Theofil, který na jejich základě cítil potřebu se angažovat v politické sféře, Davidova touha a potřeba pomoci potřebným byla zřejmě zakořeněna v křesťanských hodnotách, a Anna chtěla vyhovět nabídkám od farnosti, protože cítila, že jim něco dluží.

Vliv náboženství generace Z má jistý vliv na veřejné dění, protože jejich motivaci k angažovanosti vyplývají mimo jiné z křesťanských hodnot a socializace a výchovy k angažovanosti, zapojení a pomoci druhým. Částečný vliv má na oblasti angažovanosti, avšak zde mají hlavní rozhodovací moc osobní zájmy.

Z výsledků vyplývá, že v následujících výzkumech by bylo vhodné se dále zaměřit na role sociálních sítí v angažovanosti (jakým způsobem a do jaké míry se na sociálních

sítích říší podněty a nabídky k angažovanosti), ověřit míru propojení volební účasti a angažovanosti a propojení vzdělání a angažovanosti, a zjistit pocíťovaný a reálný postoj české společnosti k angažovaným mladým, a jak ovlivňuje motivace mladých se angažovat.

Resumé

In my bachelor's thesis, I examined the influence of religion on public affairs in Czech Republic. I focused on generation Z. I compared the influence of generation Z's religion on public events through their involvement. I conducted a total of six interviews, three with involved believers and three with involved non-believers. Each of the respondents was involved in activities and organizations influencing public events. I then compared their statements with each other, looking for similarities and differences that could be rooted in the religious faith of the religious respondents. I focused on the meaning of involvement for them, what their motivations are, how they perceive the effects of their engagement, how their surroundings react to it, and in the case of committed believers how their faith intertwines with their involvement.

The results show that faith is mainly a link and mediator of opportunities, and a factor of access to involvement. Where Christian values can have the most noticeable influence on public affairs seems to be involvement in the political sphere within a party that stands on these values and is therefore attractive to young believers. Faith influences Generation Z to a certain extent (e.g. in terms of community, values, etc.), but it is not the main or the only factor when deciding on involvement. The most noticeable influence of Christian values was described by Theofil, who based on them felt the need to engage in the political sphere, David's desire and need to help those in need was visibly rooted in Christian values, and Anna wanted to comply with the offers from the parish because she felt she owed them.

The influence of Gen Z's religion has a certain effect on public affairs, as their motivations for engagement stem from, among other things, Christian values and socialization and education to engage, engage and help others. It has a partial influence on the areas of engagement, but here personal interests have the main decision-making power.

The results show that in the following research it would be appropriate to further focus on the role of social networks in involvement (in what way and to what extent are incentives and offers for engagement on social networks), to verify the degree of connection between voting participation and engagement and the connection between education and engagement, and to find out the perceived and real attitude of Czech society towards engaged young people, and how it affects the motivation of young people to get involved.

Seznam literatury

Abrams, Mere. 2020. „68 Terms That Describe Gender Identity and Expression“. *Healthline* [online] [cit. 26. 10. 2022]. Dostupné z: <<https://www.healthline.com/health/different-genders#what-gender-identity-is>>.

Anatole, Emily. 2013. „Generation Z: Rebels With a Cause“. *Forbes* [online] [cit. 17. 7. 2022]. Dostupné z: <<https://www.forbes.com/sites/onmarketing/2013/05/28/generation-z-rebels-with-a-cause/?sh=29f1827169c2>>.

Carnegie, Megan. 2022. „Gen Z: How young people are changing activism“. *BBC* [online] [cit. 5. 3. 2023]. Dostupné z: <<https://www.bbc.com/worklife/article/20220803-gen-z-how-young-people-are-changing-activism>>.

Česko v datech. 2018. „Česká Zetka: Generace Z dospěla do produktivního věku“. *Česko v datech* [online] [cit. 15. 7. 2022]. Dostupné z: <<https://www.ceskovdatech.cz/clanek/95-ceska-zetka-generace-z-dospela-do-produktivniho-veku/>>.

Český statistický úřad. 2014. „Náboženská víra obyvatel podle výsledků sčítání lidu“. *Český statistický úřad* [online] [cit.: 17. 8. 2022]. Dostupné z: <<https://www.czso.cz/documents/10180/20551795/17022014.pdf/c533e33c-79c4-4a1b-8494-e45e41c5da18?version=1.0>>.

Český statistický úřad. 2021a. „Obyvatelstvo ČR podle náboženské víry a krajů“. *Český statistický úřad* [online] [cit.: 17. 8. 2022]. Dostupné z: <<https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=SLD210092-KR&z=T&f=TABULKA&skupId=4294&katalog=33525&pvo=SLD210092-KR#w=>>>.

Český statistický úřad. 2021b. „Státní občanství, národnost a náboženská víra podle Sčítání 2021 v Plzeňském kraji“. *Český statistický úřad* [online] [cit.: 7. 8. 2022]. Dostupné z: <<https://www.czso.cz/csu/xp/statni-obcanstvi-narodnost-a-nabozenska-vira-podle-scitani-2021-v-plzenskem-kraji>>.

Davie, Grace. 2007. *The Sociology of Religion*. London: SAGE Publications Ltd.

Dolot, Anna. 2018. „The Characteristics of Generation Z.“ *E-mentor* 2 (74): 44-50.

Ebertová, Anežka. 2017. „Ateismus“. *Sociologická encyklopedie* [online] [cit. 20. 8. 2022]. Dostupné z: <<https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Ateismus>>.

Edmunds, June, Turner Bryan S. 2005. „Global generations: social change in the twentieth century“. *The British Journal of Sociology* 26 (4): 559-577.

Fialová, Kamila, Nešpor Zdeněk R. 2018. „Nevěřící, apatheisté nebo skrytí věřící? Charakteristika osob, které se v rámci sčítání lidu nepřihlásily k žádné denominaci.“ *Religio: revue pro religionistiku* 26 (2): 205-230.

Flanagan, Constance, Levine Peter. 2010. „Civil Engagement and the Transition to Adulthood“. *The Future of Children* 2010, 20:159-179.

Furseth, Inger, Pål Repstad. 2006. *An Introduction to the Sociology of Religion*. Aldershot: Ashgate Publishing Limited.

Hamplová, Dana. 2008. „Čemu Češi věří: dimenze soudobé české religiozity.“ *Sociologický časopis/Czech Sociological Review* 44 (4): 703-723.

Hamplová, Dana, Nešpor Zdeněk. 2009. „Invisible Religion in a „Non-believing“ Country: The Case of the Czech Republic.“ *Social Compass* 2009, 56 (4): 581-597.

Hamplová, Dana. 2013. *Náboženství v české společnosti na prahu 3. tisíciletí*. Praha: Karolinum.

Hamplová, Dana. 2022. „Sakralizace.“ Příspěvek přednesený na přednášce *Teorie racionální volby*. Plzeň, 23. 3. 2022.

Havlíček, Jakub. 2015. „History, Memory, and Religion in the Czech Lands.“ *Czech and Slovak Journal of Humanities: Antrhopologia culturalis* (3): 97-108.

Hora, Ladislav. 2020. „Náboženství“. *Sociologická encyklopedie* [online] [cit. 26. 8. 2022]. Dostupné z: <<https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/N%C3%A1bo%C5%BEenstv%C3%AD>>.

IT Slovník. Nedatováno. *Kdo je to Mileniál?* [online] [cit. 15. 7. 2022]. Dostupné z: <<https://it-slovník.cz/pojem/mileniál>>.

JSNS. 2020. „Vzdělávací program JSNS: Závěrečná zpráva z dotazníkového šetření na středních školách v ČR 2020. Srovnání s roky 2009, 2012, 2014 a 2017.“ *Vzdělávací program JNS* [online] [cit. 17. 7. 2022]. Praha: Člověk v tísni, o. p. s. Dostupné z: <https://www.jsns.cz/nove/projekty/pruzkumy-setreni/jeden-svet-na-skolach-v-cr-2020_komplet-priloha_v4_po-kor.pdf>.

Kabátek, Aleš. 2020. „Generace“. *Sociologická encyklopedie* [online] [cit. 15. 7. 2022]. Dostupné z: <<https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Generace>>.

Linek, Lukáš, Lyons Pat. 2007. „Povaha a zdroje stranické identifikace.“ Pp. 147-175 in Lebeda, Tomáš, Lukáš Linek, Pat Lyons et al. *Voliči a volby 2006*. Praha: Sociologický ústav AV ČR.

Linek, Lukáš. 2011. „Proč se měnila úroveň účasti ve volbách do Poslanecké sněmovny v letech 1996-2010?“. *Sociologický časopis/Czech Sociological Review* 47 (1): 9-32.

Linek, Lukáš. 2013. „Vliv generační výměny na pokles volební účasti v ČR mezi lety 1990 až 2010“. *European Electoral Studies* 8 (1): 3-21.

Linek, Lukáš. 2015. „Účast ve sněmovních volbách v roce 2013: zdroje, mobilizace a motivace“. *European Electoral Studies* 10 (2): 76-90.

Linek, Lukáš et al. 2017. *Občanství a politická participace v České republice*. Praha: Sociologický ústav AV ČR.

Linek, Lukáš, Petrušek Ivan. 2018. „Vývoj vzdělanostních nerovností v účasti na politice v Česku a na Slovensku a jejich důsledky pro reprezentaci postojů“. *Sociológia* 50 (5): 524-549.

Linek, Lukáš, Petrušek Ivan, Bašná Kristýna. 2020. *Sociální stát, nerovnosti, politika: Postoje české veřejnosti k sociálnímu státu v letech 1996-2016*. Praha: Sociologický ústav AV ČR.

Lužný, Dušan, Navrátilová Jolana. 2001. „Religion and Secularization in the Czech Republic.“ *Sociologický časopis/Czech Sociological Review* 9 (1): 85-98.

Pew Research Centre. 2020. „On the Cusp of Adulthood and Facing an Uncertain Future: What We Know About Gen Z So Far“. *Pew Research Centre* [online] [cit. 1. 3. 2022]. Dostupné z: <<https://www.pewresearch.org/social-trends/2020/05/14/on-the-cusp-of-adulthood-and-facing-an-uncertain-future-what-we-know-about-gen-z-so-far-2/>>.

Prokop, Daniel, Komárek Jakub, Fabšíková Nina. 2021. „Analýza volebního chování ve sněmovních volbách 2021“. *PAQ Research* [online] [cit. 17. 7. 2022]. Dostupné z: <https://www.paqresearch.cz/post/analyza_volby_2021>.

Sladek, Sarah. Alyx Grabinger. 2022. „Gen Z. The first generation of the 21st Century has arrived!“ *XYZ University* [online] [cit. 15. 7. 2022]. Dostupné z: <https://www.xyzuniversity.com/wp-content/uploads/2018/08/GenZ_Final-dl1.pdf>.

Slovník cizích slov. 2023. Angažovanost. Slovník cizích slov online Dostupné z: <<https://slovník-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/angazovanost>>.

Stoker, Laura. 2014. Reflections on the Study of Generations in Politics. *The Forum* [online] [cit. 18. 7. 2022]. Dostupné z: <<https://www.degruyter.com/document/doi/10.1515/for-2014-5012/html?lang=en>>.

Ústav empirických výzkumů. 2018. *Postoj Čechů k náboženství* [online] [cit. 8. 8. 2022]. Dostupné z: <<https://www.stem.cz/postoj-cechu-k-nabozenstvi/>>.

Václavík, David. 2010. *Náboženství a moderní česká společnost*. Praha: Grada Publishing, a. s.

Václavík, David. 2016. „Katolická církev očima současných Čechů a současní Češi očima Katolické církve: Mezi důvěrou a očekáváním.“ *Caritas et veritas* 6 (1): 157-163.

Václavík, David, Hamplová Dana, Nešpor Zdeněk R. 2018. „Religious Situation in Contemporary Czech Society.“ *Central European Journal of Contemporary Religion* 2018, 2: 99-122.

Váně, Jan. 2014. Sociologie náboženství: „Soudobé trendy.“ Pp. In Šubrt, Jiří, Sak Petr, Majerová Věra et al. *Soudobá sociologie VI. - Oblasti a specializace*. Praha: Karolinu.

Váně, Jan, Hášová Veronika. 2014. „Jak se v České republice vlastně měří náboženství?“. ResearchGate [online] [cit. 18. 10. 2022]. Dostupné z: <https://www.researchgate.net/publication/280095438_Jak_se_v_Ceske_republice_vlastne_meri_nabozenstvi>.

Váně, Jan, Lužný Dušan, Štípková Martina. 2013. *Traditional and Alternative Religiosity in contemporary Czech Republic: A Comparison of Age Groups*. Schriftenreihe der Österreichischen Gesellschaft für Religionswissenschaft Band 6: LIT Verlag 2013, s. 184-203.

Vido, Roman, Václavík David, Paleček Antonín. 2016. „Czech Republic: The Promised Land For Atheists?“ Pp. 201-232 in Cipriani, Roberto, Garelli Franco. *Sociology of Atheism*. Leiden: Brill.

White, James Emery. 2017. Meet Generation Z. *Church and Culture* [online] [cit. 15. 7. 2022]. Dostupné z: <<https://www.churchandculture.org/>>.

Word press. 2020. Tabulka Generací. *Forbes speciál* [online] [cit. 15. 7. 2022] Dostupné z: <<http://generace.forbes.cz/tabulka/>>.

Seznam příloh

Tabulka 7: Struktura rozhovoru

Číslo otázky	Znění otázky	Doplňující otázky a body
1	Co si představíte, když řeknu ‚angažovanost‘?	Co to pro Vás znamená?
2	V čem přesně se angažujete?	Př. Neziskové a jiné organizace, charita, politika, internet, spolča atd.
3	Jakou roli zastáváte?	Co je náplní Vaší práce? Jak často tam chodíte?
4	Kdy a v čem jste se poprvé začal/a angažovat a co Vás k tomu vedlo?	Př. Kamarádi, rodina, vlastní vůle a touha se zapojit, ...
5	Co Vás inspiruje k angažovanosti teď?	Jaké jsou důvody Vaší angažovanosti? Proč je to pro Vás důležité?
6	Podle čeho jste se rozhodoval/a v čem se budete angažovat?	Jaké jsou Vaše priority, hodnoty?
7	Vnímáte svou angažovanost jako svým způsobem povinnost?	Ve smyslu třeba morální, nebo občanskou, popřípadě v souvislosti s vírou? V návaznosti na to, jaké vnímáte spojení mezi Vaší vírou a angažovaností?
8	Baví Vás to?	Proč, co přesně? Př. Kolektiv, náplň práce, osobní rozvoj, ...
9	Jak byste popsal/a výsledky své práce?	Jaký mají dopad?
10	Jaký dopad si myslíte, že bude mít Vaše angažovanost na Váš život v budoucnu, oproti tomu, jaký na něj má dopad v současnosti?	
11	Co si Vaši blízcí myslí o Vaší angažovanosti?	Podporují Vás? Dostal/a jste i nějaké negativní odezvy?
12	Apelujete na lidi z Vašeho okolí, aby se také angažovali?	Proč ano, proč ne? Mluvíte o Vaší angažovanosti s někým mimo Vaše angažované skupiny?
13	Myslíte si, že se mladí (18-25) angažují hodně nebo málo?	Proč?
14	Je podle Vás důležité, aby se mladí lidé angažovali?	Př. v politice, spolču, skautech, neziskových a jiných organizacích. Proč?
15	Jak jste se angažovali za doby Covidu?	Změnilo se něco? Co? Př. internetový aktivismus apod.
16	Myslíte si, že lidé ve vašem okolí mají možnosti se angažovat?	Využívají jich? Proč?
17	Chodíte volit?	Nebo př. sedat do volební komise?

Zdroj: Pro účely práce vytvořila 20. 4. 2023 Šárka Vimrová